

การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ
ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา



นางสาวภาวิณี วัชรประเสริฐชัย

ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATIONS AND INFORMATION TECHNOLOGY
USES IN BUDDHISM WEBSITES

Miss Pawinee Watcharaprasertchai



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

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี-
สารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

โดย

นางสาวภาวิณี วัชรประเสริฐชัย

สาขาวิชา

วารสารสนเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

.....คนบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เป็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ ชำวิจิตร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุตบรรทัด)

ภาวณี วัชรประเสริฐชัย: การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศใน
เว็บไซต์พระพุทธศาสนา. (COMMUNICATIONS AND INFORMATION
TECHNOLOGY USES IN BUDDHISM WEBSITES)
อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ.ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 327 หน้า

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์
พระพุทธศาสนา เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบที่นำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์
พระพุทธศาสนา เนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ
ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยทวิบทเว็บไซต์ (Textual Analysis) แบบสอบถาม (Survey)
และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ด้วยทวิบทเว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม 4
อันดับแรกจากการจัดอันดับในเว็บไซต์ Truehits.net ในช่วงระยะเวลา 18 เดือน (มกราคม 2552 ถึง
มิถุนายน 2553) ได้แก่ เว็บไซต์พลังจิต (www.palungjit.com) เว็บไซต์ธรรมจักร (www.dhammadjak.net)
เว็บไซต์ดีเอ็มซี (www.dmc.tv) และเว็บไซต์ฟังธรรม (www.fungdham.com) มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาใน
เว็บไซต์แบบมัลติมีเดียอย่างครบถ้วน รูปแบบการนำเสนอประเภทรายการหลากหลาย และมีรูปแบบการ
สื่อสารส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน (One-to-many Asynchronous
Communication) ผลการวิจัยในด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวันจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการอ่านบทความออนไลน์
มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นการฟังไฟล์เสียงเทศนาและอันดับสามเป็นการดูวิดีโอเทศนา ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความเห็นว่าสามารถค้นหาเนื้อหาธรรมะได้จำนวนมากและสะดวกในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
และช่วยให้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้นหลังจากเข้าเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังพบว่าความแตกต่างระหว่างช่วง
อายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงเนื้อหาธรรมะ ในทางตรงกันข้าม ผู้ตอบ
แบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอายุที่ 3 (อายุ 41 ปีขึ้นไป) กลับมีปริมาณการใช้ประโยชน์และการรับรู้ประโยชน์ใน
เว็บไซต์มากกว่ากลุ่มคนที่อายุน้อยกว่า (อายุไม่เกิน 30 ปี : กลุ่ม 1, อายุ 31-40 ปี : กลุ่ม 2) และมีทัศนคติใน
ทางบวกกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาธรรมะ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มอายุที่ 2 พฤติกรรมและ
ทัศนคติในทางบวกต่อการใช้ประโยชน์ในด้านชุมชนออนไลน์มากกว่าช่วงอายุอื่น

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบอีกว่า เว็บไซต์พระพุทธศาสนาสามารถตอบสนองความต้องการในการ
ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์และความพึงพอใจได้ในประเด็นความต้องการสารสนเทศ ความต้องการสร้าง
เอกลักษณ์ให้แก่บุคคล การรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ตลอดจนสามารถตอบสนองความต้องการทาง
จิตใจและความเชื่อความศรัทธาในพระพุทธศาสนาได้อีกด้วย ทั้งนี้อินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้าไปแทนที่
ความเป็นวัด บรรยากาศของวัด และให้ความหนักแน่นทางจิตใจ เสริมสร้างพลังศรัทธา และความอึดเอิบใจ
จากการร่วมทำศาสนพิธีกับศาสนิกชนอื่นๆในสังคม

ภาควิชาวารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อนิติศ. Pawinee W.
สาขาวิชาวารสารสนเทศ.....ลายมือชื่ออ.ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักอัมมา ภาวณี
ปีการศึกษา 2553.....

5184893428 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEYWORDS : BUDDHISM / DHAMMA / INTERNET / WEBSITES / INFORMATION
TECHNOLOGY USES / COMMUNICATIONS

PAWINEE WATCHARAPRASERTCHAI: COMMUNICATIONS AND
INFORMATION TECHNOLOGY USES IN BUDDHISM WEBSITES. THESIS
ADVISOR: ASST. PROF. DUANG-KAMOL CHARTPRASERT, Ph.D., 327 pp.

The research "Communications and Information Technology Uses in Buddhism Websites" aims at analyzing the media format used in illustrating Buddhism contents in Buddhism websites and the technology uses in the websites. This research applies both qualitative method and quantitative method. Qualitative methods are 1. Textual Analysis in popular Buddhism websites ranking by www.truehits.net, the subjects are 1) www.palungjit.com 2) www.dhammadjak.net 3) www.dmc.tv and 4) www.fungdham.com, and 2. In-Depth Interview, 9 subjects. Quantitative method is Survey, 223 set of data are collected from online survey, posted in Buddhism webboards. The result in Textual Analysis part shows that the websites subjects use all types of multimedia format, various types of programmes and the interactive media use is mostly the asynchronous one-to-many type. The result in In-Depth Interview and Survey parts show the media format often uses by respondents are online articles, online audio files and online VDO clip, respectively. Respondents agree that they can find the large amount of Buddhism contents in the internet in a convenient manner and they feel more intimate to Buddhism after they visit the websites. Besides, the different age gap is not the barrier in using the internet. On the other hand, the subject, categorized by age, in group 3 (over 41 years old) has a higher volume of Internet use with Buddhism contents comparing to those in group 1 and 2 (group 1: up to 30 years old, group 2: 30-41 years old), including the positive attitude towards the use of internet with Buddhism contents. Subject in group 2 has more positive attitude and participation in Buddhism online community, comparing to other groups.

Moreover, the results indicates that Buddhism websites are capable of fulfilling the needs of uses and personal gratifications in following topics; cognitive needs, personal integrative needs, social integrative needs and tension release needs. Importantly, internet can provide the spiritual needs in Buddhism. Nevertheless, internet cannot replace the temples in the aspect of the atmosphere, the physical reality of the holiness and spiritual sacredness, the affirmative feeling and joyful moment gained when practice religious deeds and participate in ritual ceremony together with other Buddhists.

Department : Journalism

Student's Signature..... Pawinee W.

Field of Study : Journalism and Information

Advisor's Signature Duangkamol Chartprasert

Academic Year: 2010

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้เป็นอย่างดี ด้วยคำแนะนำและการชี้แนะแนวทางจากรองศาสตราจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ไม่เพียงเป็นส่วนหนึ่งของการสำเร็จการศึกษา แต่เป็นงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้เรียนรู้แนวทางการทำการวิจัยที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อวงการการสื่อสารและวงการศึกษา ตลอดจนความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำเพิ่มเติมจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ ขำวิจิตร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และศาสตราจารย์ สุกัญญา สุตบรรทัด กรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ ในการทำให้วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และครอบครัววัชรประเสริฐชัยที่ให้การดูแลเอาใจใส่ ให้การสนับสนุน ให้กำลังใจเป็นอย่างดีตลอดช่วงเวลาที่ศึกษาและช่วงเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง สุดท้ายได้ร่วมยินดีและภาคภูมิใจกับความสำเร็จนี้

ขอบพระคุณ เว็บบอร์ดเว็บไซต์พลังจิตและเว็บไซต์ดีเอ็มซี ผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบคำถามของผู้วิจัยและสละเวลาเพื่อมาให้สัมภาษณ์ รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการแนะนำบุคคลมาสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นอย่างมาก

ขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่เอาใจช่วยและส่งความปรารถนาดีมายังผู้วิจัยตลอดช่วงเวลาอันสำคัญ โดยเฉพาะเพื่อนๆ ภาควารสารสนเทศ ภาคนอกเวลาราชการ ทั้ง 6 คน ที่ส่งกำลังใจให้กันเสมอ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญเรื่อง.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	๓
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	4
ขอบเขตในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs).....	6
แนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาศาสนา.....	7
การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication, CMC)	12
แนวคิดสื่อคือสาร (The Medium is the Message)	18
แนวคิดสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media).....	21
แนวคิดการสร้างชุมชนบนเว็บไซต์.....	25
แนวคิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (Social Networking Sites)...	27
แนวคิดด้านการตลาด (Marketing Theory).....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	36
รูปแบบการวิจัย.....	36
ประชากร.....	36
กลุ่มตัวอย่าง.....	39
ระยะเวลาเก็บข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
เกณฑ์การให้คะแนน.....	43
การเก็บข้อมูล.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
การนำเสนอข้อมูล.....	45
บทที่ 4 รูปแบบ เนื้อหา และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	46
บทที่ 5 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยผู้ใช้.....	172
บทที่ 6 ทศนคติต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จาก เว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	222
บทที่ 7 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	248
สรุปผลการวิจัย	249
ตอบคำถามวิจัย	274
อภิปรายผล.....	280
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	293
ข้อจำกัดในการศึกษา	296
ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต	296
รายการอ้างอิง.....	297
ภาคผนวก.....	303
ภาคผนวก ก.....	304
ภาคผนวก ข.....	313
ภาคผนวก ค.....	324
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	327

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

1	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์พลังจิต.....	88
2	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ธรรมจักร.....	90
3	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	95
4	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ฟังธรรม.....	100
5	รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์พลังจิต.....	103
6	รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ธรรมจักร.....	106
7	รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	112
8	รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ฟังธรรม.....	121
9	รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์พลังจิต.....	126
10	รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ธรรมจักร.....	129
11	รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	132
12	รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ฟังธรรม.....	136
13	ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พลังจิต.....	138
14	ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ธรรมจักร.....	141
15	ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	148
16	ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ฟังธรรม.....	156
17	แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	173
18	แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	173
19	กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเกณฑ์อายุ.....	174
20	แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา.....	175
21	แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับความสนใจในพระพุทธศาสนา.....	175
22	แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน.....	176
23	แสดงเปรียบเทียบความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับธรรมะในชีวิตประจำวันแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	177
24	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวันแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	178
25	ปริมาณในการใช้ทักษะการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ต.....	179
26	ทักษะในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	179
27	แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต.....	180

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

28	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมผู้ใช้บริการในอินเทอร์เน็ตแบ่งตาม เกณฑ์อายุ.....	183
29	แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์เกี่ยวกับธรรมะ.....	184
30	พฤติกรรมการทำกิจกรรมธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตาม เกณฑ์ช่วงอายุ.....	186
31	การเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มปฏิบัติธรรม เพื่อบรรลุนิพพาน.....	187
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด.....	187
33	แสดงจำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด พระพุทธศาสนา.....	188
34	พฤติกรรมในการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	189
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมใช้เว็บบอร์ด ในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือเยียวยาปัญหา.....	190
36	ปัญหาที่นำมาตั้งกระทู้ถามแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	190
37	แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด.....	191
38	แสดงจำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด.....	191
39	แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา.....	193
40	การรับรู้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารกิจกรรม/โครงการต่างๆของวัด และเว็บไซต์แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	194
41	การรับรู้ประโยชน์ในการดูภาพกิจกรรมในโครงการต่างๆ ของวัดแบ่งตาม เกณฑ์ช่วงอายุ.....	195
42	แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้ประโยชน์ด้านการให้ข้อมูลในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา.....	196
43	แสดงการรับรู้ประโยชน์ด้านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ปฏิบัติธรรม "ได้สะดวก"ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	197
44	แสดงการรับรู้ประโยชน์ด้านค้นหาเนื้อหาเรื่องการทำสมาธิและการปฏิบัติ ธรรม"ได้สะดวก"ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	198
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ประโยชน์ด้านการ ค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	199

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

46	แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ.....	200
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทาง ธรรมะผ่านอินเทอร์เน็ต.....	200
48	พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในการให้ ประสบการณ์ทางศาสนา แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	201
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมทำการค้าใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	201
50	แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหา พระพุทธศาสนา.....	202
51	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหา พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ.....	204
52	แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนา ตามทักษะการรับรู้เนื้อหา.....	205
53	ทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาตามทักษะการรับรู้เนื้อหา แบ่งตามเกณฑ์อายุ.....	207
54	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเรียนรู้ในเว็บไซต์ ธรรมะ.....	208
55	ทัศนคติต่อการเรียนรู้เนื้อหาพระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ.....	209
56	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในการให้ประสบการณ์ใน เว็บไซต์ธรรมะ.....	210
57	ทัศนคติต่อการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ..	211
58	ทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	212
59	ทัศนคติต่อการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมะจะทำให้ได้บุญแบ่งตามเกณฑ์ ช่วงอายุ.....	213
60	ทัศนคติต่อการบริจาคเงินค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือการซื้อพื้นที่โฆษณา ในเว็บไซต์เป็นการทำบุญ.....	214
61	ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ในการทำบุญได้บ่อยครั้งขึ้น...	214
62	ทัศนคติต่อการอ่านศึกษาธรรมะจากเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญ.....	215

สารบัญญัตราลง (ต่อ)	หน้า
ตารางที่	
63 ทศนคติต่อการตั้ง/ตอบกระทู้ด้วยหลักธรรม เป็นการทำบุญ/การสะสม บารมีทางหนึ่ง.....	216
64 ทศนคติต่อการใช้เครื่องมือ/โปรแกรมช่วยในเว็บไซต์เพื่อค้นหาทางจิต วิญญาณ.....	216
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแสดงการอนุโมทนา ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาด้วยการพิมพ์.....	217
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับรู้ความหมายของการ อนุโมทนา.....	217
67 แสดงระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการอนุโมทนาในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา.....	218
68 ทศนคติต่อการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	219
69 ทศนคติต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเว็บบอร์ดธรรมะ.....	219
70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำกิจกรรมในชุมชน ธรรมะออนไลน์.....	220
71 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบัญชีรายชื่อใน Social Network.....	221
72 เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย.....	250
73 เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการ.....	251
74 เปรียบเทียบรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์.....	251
75 เปรียบเทียบเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	253
76 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์พลังจิต...	254
77 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ ธรรมจักร.....	255
78 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ดีเอ็มซี	256
79 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ฟังธรรม	257
80 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์ : หัวข้อพระพุทธศาสนาทั่วไป.....	258
81 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์ : หัวข้อข่าวสารวงการศาสนา.....	259
82 สรุปรูปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์ : หัวข้อหลักธรรมคำสอน.....	260

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
83	สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์ : หัวข้อหลักปฏิบัติ.....	261
84	เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารใน เว็บไซต์.....	262
85	สรุปพฤติกรรมการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ต.....	265
86	สรุปผลการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน.....	265
87	สรุปกิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา.....	267
88	แสดงลำดับ ร้อยละ และจำนวนของกิจกรรมทางศาสนาที่ผู้ตอบ แบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำ.....	305
89	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมอ่านหนังสือธรรมะ โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ.....	306
90	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมการนั่งสมาธิแบ่ง ตามกลุ่มช่วงอายุ.....	307
91	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมการฟังเทป/ซีดี ธรรมะที่บ้าน/ที่ทำงาน/ในรถโดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ.....	307
92	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมทำสังฆทานโดย แบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ.....	308
93	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมปฏิบัติธรรมตาม สถานที่ปฏิบัติธรรม โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ.....	309
94	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมการไถ่ชีวิตสัตว์ โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ.....	310
95	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมการบวชชี- พรหมณ์ โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ.....	310
96	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน	311
97	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	311
98	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าใช้เว็บไซต์ต่าง ๆ	312

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่		
1	แผนภูมิ Social Media.....	29
2	การจัดอันดับเว็บไซต์ประจำเดือนพฤษภาคม 2553 โดย www.truehits.net	40
3	แถบวิทยุปลั๊กจิต.....	53
4	ห้องสนทนาเสียง ที่เปิดวีดีโอเทคนา.....	55
5	แถบเลื่อนอัตโนมัติและแถบเมนู.....	56
6	การแบ่งหมวดหมู่ในเว็บไซต์ปลั๊กจิต.....	57
7	แผนผังเว็บไซต์ปลั๊กจิต.....	58
8	ห้องสวดมนต์ในเว็บไซต์ธรรมจักร.....	60
9	ห้องเสียงธรรม และการฟังเสียงธรรมออนไลน์.....	61
10	ห้องสนทนา (Chatrooms) ในเว็บไซต์ธรรมจักร: หน้า Login	63
11	ในห้องสนทนา (Chatrooms) ในเว็บไซต์ธรรมจักร.....	64
12	หน้าแรกเว็บไซต์ธรรมจักร และบทความที่เกี่ยวข้องกับ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว.....	65
13	แผนผังเว็บไซต์ธรรมจักร.....	66
14	หน้าแรกเว็บไซต์ดีเอ็มซีและแถบเลื่อนอัตโนมัติและแถบค้นหาข้อมูล.....	78
15	หน้าเว็บไซต์หน้าบันทึกการปฏิบัติธรรม.....	79
16	วิทยุออนไลน์ เปิดทางหน้าเว็บไซต์.....	79
17	แผนผังเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	80
18	หน้าเว็บไซต์ฟังธรรม.....	85
19	แผนผังเว็บไซต์ฟังธรรม.....	86
20	แสดงพลังบุญหรือจำนวนครั้งการได้รับการอนุโมทนาในเว็บบอร์ด.....	132
21	การเข้าร่วมกิจกรรมที่แจ้งข่าวในเว็บบอร์ด.....	159
22	เว็บไซต์ปลั๊กจิตที่สามารถเชื่อมโยงกับบัญชีของ Social Media : Facebook	160
23	Bookmark ที่สามารถแบ่งปันลิ้งค์และเชื่อมโยงไปยัง Social Media : Facebook.....	160
24	หน้าแรก Facebook : Profile Page ของเว็บไซต์ปลั๊กจิต.....	161
25	กระทู้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เชื่อมโยงไปสู่โลกชีวิตจริง.....	162
26	ภาพกระทู้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เชื่อมโยงไปสู่โลกชีวิตจริง : การรายงานความคืบหน้าของโครงการ.....	163
27	การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางศาสนาในหน้าintroของเว็บไซต์.....	164

สารบัญภาพ (ต่อ)

หน้า

ภาพที่

28	หน้ารายการถ่ายทอดสด Live Streaming จากเว็บไซต์.....	166
29	การแบ่งปันบทความหรือลิงค์ไปยัง Social Media : Facebook โดย pop-up box.....	167
30	หน้าแรก Facebook:Fan Page ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	168
31	การ Share บทความหรือลิงค์ไปยัง Social Media : Twitter.....	169
32	หน้าแรก Twitter @dmc072 ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	170
33	หน้าแรก Twitter @DMCNews ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี.....	170



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ศาสนาพุทธเป็นศาสนาที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานควบคู่กับประเทศไทย โดยมีหลักฐานที่บันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่สำคัญ คือ ไตรภูมิพระร่วงหรือเตภูมิกถา วรรณคดีศาสนาที่มีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนตั้งมั่นอยู่ในศีลธรรม สร้างคุณความดี เน้นความเชื่อเรื่องกฎแห่งกรรม ในพระพุทธศาสนาและยังชี้ให้เห็นถึงแก่นพระพุทธศาสนา ทุกสิ่งล้วนมีการเปลี่ยนแปลง ไม่จีรังยั่งยืน ดังเช่นการเวียนว่ายตายเกิดไปในภพภูมิต่างๆตามแต่กรรมจะนำไป ไตรภูมิพระร่วงเป็นวรรณกรรมเป็นที่รู้จักและแพร่หลายอย่างมากในสังคมไทยตั้งแต่สมัยสุโขทัย ประมาณ พ.ศ. 1882¹ และนักวิชาการสมัยหลังยังได้วิเคราะห์ว่าไตรภูมิพระร่วงอาจใช้เป็นกุศโลบายในการปกครองอีกด้วย จนกระทั่งได้รับการยกย่องเป็นสุดยอดวรรณคดีไทยสมัยสุโขทัยโดยกระทรวงวัฒนธรรมในปี 2553 นอกจากนี้หลักธรรมคำสอนอื่นๆในพระพุทธศาสนา เช่น อริยสัจสี่ พรหมวิหารสี่ และอื่นๆ ยังได้ผสมผสานกลมกลืนจนเป็นส่วนหนึ่งในวิถีการดำรงชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม พิธีกรรม ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุปนิสัยใจคอ ตลอดจนการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น การทำบุญใส่บาตร ภาวนาดจิตกรรมฝาดนึ่งซึ่งเป็นศิลปะอันเกิดจากแรงบันดาลใจทางศาสนาทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปเข้าสู่สังคมแบบทุนนิยม บริโภคนิยม วัตถุนิยม คนเริ่มเห็นคุณค่าของวัตถุ สิ่งของ มากกว่าคุณค่าทางจิตใจ อิทธิพลความเชื่อเรื่องกฎแห่งกรรมก็ดูจะค่อยๆลดน้อยลงในสังคมไทย คนเริ่มทำผิดกันมากขึ้น กลไกการควบคุมสังคมโดยใช้ความเชื่อ ความกลัว ได้เสื่อมประสิทธิภาพลง ดังจะเห็นได้จากสถิติคดีก่ออาชญากรรมปี 2551 จำนวน 458,188 คดี เพิ่มขึ้นจากปี 2551 จำนวน 34,935 คดี หรือคิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.25² ซึ่งอาจเป็นตัวบ่งชี้ได้ว่า คนจำนวนมากคิดทำชั่วได้ง่ายขึ้น ไม่เกรงกลัวต่อการทำความชั่วและผลจากการกระทำชั่วดังที่เคยปรากฏในสังคมไทยในอดีต

แม้ว่าความเชื่อในหลักพระพุทธศาสนาเรื่องกฎแห่งกรรมจะเริ่มเสื่อมถอยลงและลดความสำคัญลงในยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตามเมื่อเกิดปรากฏการณ์ “กฎแห่งกรรมรีเทิร์น” ในสื่อกระแสหลัก โดยเริ่มจากหนังสือเรื่อง “เสียดายคนตายไม่ได้อ่าน” ของนักเขียนนามปากกา “ตั้งตฤณ” ที่มียอดพิมพ์ถึง 50 ครั้ง ตั้งแต่ปี 2547-2550 เป็นหนังสือธรรมะแนวใหม่ที่เรียบเรียง

¹ นิยะดา เหล่าสุนทร, ไตรภูมิพระร่วง การศึกษาที่มา, (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แม่คำผาง, 2543) หน้า 11.

² สำนักงานตำรวจแห่งชาติ[ออนไลน์], ข้อมูลสถิติอาชญากรรมจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.), 10 มกราคม 2553. แหล่งที่มา <http://news.hunsa.com/detail.php?id=17623>

เรื่องราววิบากกรรมเพื่ออธิบายว่า เหตุใดเราจึงเกิดมาเป็นคนเช่นนั้นเช่นนี้ด้วยกรรมเก่าอันใด* และยังมีหนังสืออีกหลายเล่มที่แนะนำเสนอเรื่องกฎแห่งกรรมซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่โดดเด่นในพระพุทธศาสนา เช่น หนังสือ “สแกนกรรม” โดย เอ้ กฤษณา สุยะมงคล (สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี), “คนเปิดกรรม” โดย หม่อม มณฑล สายทัศน์ (สำนักพิมพ์อินลัค), “คนทำกรรม” โดย ชัน สุรพัฒน์ ศิริรัตนสิทธิ์ (สำนักพิมพ์กรีน-ปัญญาญาณ), “ตุ้ย เอ๊กชเรย์กรรม” โดย ตุ้ย เอ๊กชเรย์ (สำนักพิมพ์ฟูลมูน) “ชีวิตติดกรรม” โดย แม่ชีทศพร เทวาพิทักษ์ธรรม (สำนักพิมพ์ สมาร์ท อินเตอร์ คอมมิวนิเคชั่น) กระแสนี้ยังได้ถูกเผยแพร่สู่คนจำนวนมากผ่านสื่อกระแสหลัก อย่างเช่น รายการโทรทัศน์ที่นำบุคคลที่เขียนหนังสือเหล่านี้มาสัมภาษณ์หลายรายการ ได้แก่ รายการดีสิบ สัมภาษณ์ เอ้ กฤษณา สุยะมงคล เจ้าของหนังสือ “สแกนกรรม” ออกอากาศ วันที่ 24 มีนาคม 2552 และ รายการวีไอพี สัมภาษณ์หม่อม มณฑล สายทัศน์ เจ้าของหนังสือ “คนเปิดกรรม” ออกอากาศ วันที่ 3 กรกฎาคม 2552 อีกทั้งผังรายการโทรทัศน์ 3 สถานี คือช่อง 3 ช่อง 5 และช่อง TPBS มีรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกฎแห่งกรรมอย่างน้อย สถานีละ 1 รายการ ในสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีรายการ “บันทึกกรรม” มุ่งเน้น นำเสนอละครสั้นจบในตอนที่มีเนื้อหาส่งเสริมศีลธรรมคุณธรรมตามแนวทางพระพุทธศาสนา³ สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีรายการ “กรรมลิขิต” และ “ละครชีวิตจริง 84000” นำเสนอเรื่องราวชีวิตจริงของคนที่อยู่รอดด้วยกรรม⁴ รวมไปถึงละครชุดเรื่อง “จิตประภัสสร” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ TPBS ซึ่งเป็นละครส่งเสริมคุณธรรมตามแนวคิดในโครงการ “จิตประภัสสรตั้งแต่อนอนอยู่ในครรภ์” ของเสถียรธรรมสถาน นำโดยแม่ชีต้นสนีย์ เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ครอบครัวใช้หลักพุทธในการดำเนินชีวิตและฝึกให้เด็กซึมซับธรรมะตั้งแต่ออยู่ในท้องแม่ได้ด้วยการปฏิบัติของพ่อและแม่ จากโครงการนี้เองทำให้เกิดแม่ชีน้อย “พอฟ้า” ซึ่งเป็นเด็กที่ได้รับการอบรมจากโครงการจิตประภัสสรและขอบวชชีตั้งแต่อายุ 5 ขวบ ณ ขณะนี้มีครอบครัวเข้าร่วมโครงการนี้แล้วกว่าพันครอบครัว⁵

จากปรากฏการณ์เช่นนี้เป็นที่ประจักษ์ว่า สังคมไทยในยุคปัจจุบันหันกลับมาให้ความสำคัญเรื่องหลักธรรมคำสอน เรื่องกฎแห่งกรรม การฝึกฝนจิตใจตามแนวทางพระพุทธศาสนาอีกครั้งหนึ่ง ประกอบกับการเข้ามาของสื่อชนิดใหม่ สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพและมีการใช้งานกันอย่างกว้างขวางในยุคปัจจุบัน ดังนั้นพระพุทธศาสนาที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทยจึงถูกนำเสนอในสื่อใหม่นี้เช่นเดียวกับเนื้อหาเรื่องอื่นๆในสังคม

การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบัน ความรู้ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็น

* เรียบเรียงจากคำนำนักเขียน. ดังตฤณ, เสียตายคนตายไม่ได้ อ่าน พิมพ์ครั้งที่ 50, สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี

³ เว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3. [ออนไลน์] 9 มกราคม 2553 แหล่งที่มา

http://www.thaitv3.com/ch3/drama/news_detail.php?dn_id=90&drama_id=68

⁴ เว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5. [ออนไลน์] 9 มกราคม 2553 แหล่งที่มา

<http://portal.tv5.co.th/tabid/976/language/en-US/Default.aspx>

⁵ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง, พุทธที่ 15 กันยายน 2553 [ออนไลน์] 29 ตุลาคม 2553 แหล่งที่มา

<http://www.ryt9.com/s/bmnd/985104>

ความรู้และความจำเป็นขั้นพื้นฐานในการประกอบอาชีพยุคปัจจุบัน การดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันอยู่หน้าคอมพิวเตอร์มากขึ้น นอกจากนี้อุปกรณ์ที่ใช้ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์และการให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่สามารถหาซื้อและเข้าถึงได้ง่ายขึ้นมีราคาหลายระดับให้เลือกซื้อเหมือนการซื้อวิทยุและโทรทัศน์ แม้จะเป็นช่องทางการสื่อสารแบบใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น แต่เป็นที่นิยมในประเทศไทยอย่างรวดเร็วในระยะเวลาไม่ถึง 15 ปี โลกออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติพิเศษที่ไม่เหมือนสื่ออื่นๆที่ผ่านมา เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้การสื่อสารขยายออกไปได้กว้างไกลขึ้น มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากขึ้นแต่ใช้เวลาสั้นลง อีกทั้งยังเป็นสื่อที่รวบรวมคุณสมบัติของสื่อทุกชนิดที่มีก่อนหน้านี้เข้าไว้ด้วยกัน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ถูกนำมาทำให้เป็นดิจิทัล (Digitalized) ข้อมูลจำนวนมากถูกนำมาบีบอัดและจัดระเบียบใหม่ให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร ไฟล์ภาพ ไฟล์เสียง ไฟล์วิดีโอที่สามารถนำไปอัปโหลดในเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารที่เป็นสาธารณะต่อไปได้ และยังสามารถผลิตรูปแบบการนำเสนอได้หลากหลาย ตามที่ลิฟวิงสโตน (Livingstone) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งใหม่สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต อาจจะเป็นการรวมกันของการปฏิสัมพันธ์ของลักษณะต่างๆที่เคยได้ชื่อว่าเป็นนวัตกรรมในวงการสื่อสารมวลชน ระดับของเนื้อหาข้อมูลที่มีอย่างไม่จำกัด ขอบเขตการรับรู้ของผู้รับสาร ลักษณะธรรมชาติของการสื่อสาร ในมุมมองนี้สื่อว่าอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่ขยายขอบเขตการสื่อสารมากกว่าจะเป็นการสื่อสารที่เข้ามาแทนที่สื่อเดิม⁶

นอกจากสื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่รวบรวมข้อมูลเอาไว้มากมายมหาศาล มีความหลากหลายและข้อมูลมีหลายระดับ ขยายความสามารถการสื่อสารและสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง ที่สำคัญสื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่เปลี่ยนมุมมองจาก “ผู้รับสารที่เฉื่อยชา” (Audience, Passive audience) เป็น “ผู้ใช้สาร” (Media user) เนื่องจากเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นผู้รับสารปลายทางสามารถเลือกรับหรือไม่รับข้อมูลใดๆได้เอง โดยผู้ใช้สารสามารถมีส่วนร่วมในการเลือกสารหรือข้อมูลตามความสนใจส่วนบุคคลได้ นอกจากนี้ยังสามารถสืบค้นข้อมูลที่สนใจและตรงกับความต้องการได้ง่ายด้วยบริการค้นหาเว็บไซต์ (Search Engine) เช่น www.google.com , www.sanook.com, www.aol.com , www.yahoo.com, www.bing.com เพียงพิมพ์คำหรือหัวข้อที่สนใจ ก็จะมีเว็บไซต์และภาพถ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องขึ้นมาให้เลือกจำนวนมาก ซึ่งเว็บบริการค้นหาตัวเองเป็นเครื่องมือที่ทำให้สารที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายตามเว็บต่างๆถูกเรียกให้แสดงผลอย่างเป็นระเบียบมากขึ้น ทำให้สืบค้นข้อมูลหรือเนื้อหาที่ต้องการได้โดยสะดวกราวกับเป็นแหล่งข้อมูลและห้องสมุดขนาดใหญ่

สื่ออินเทอร์เน็ตไม่เพียงมีอิทธิพลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสื่อเท่านั้น สื่ออินเทอร์เน็ตยังส่งผลต่อต้นทุนทางธุรกิจในการเปิดเว็บไซต์หนึ่งๆเพื่อสื่อสารแนวคิดหรือประเด็นหนึ่งๆต่อสาธารณชน เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตเอื้อให้ผู้ส่งสารหรือในที่นี้คือเจ้าของเว็บไซต์หรือผู้ดูแลเว็บไซต์เป็นอิสระจากเงื่อนไขด้านต้นทุนการผลิตและการนำเสนอเนื้อหา เพราะการเปิดเว็บไซต์หนึ่งๆทำได้ง่ายและราคาไม่สูง ผู้ที่ต้องการก็สามารถ

⁶ McQuail Denis, *McQuail's Mass Communication Theory*, (London : Saga Publications, 2005) p.138.

เปิดเว็บไซต์เองได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงภาระด้านค่าใช้จ่าย จึงส่งผลต่อเนื้อหาที่สามารถนำเสนอได้อย่างอิสระ ไม่จำเป็นต้องจับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นมวลชนเพื่อช่วยพยุงธุรกิจ แต่กลับสร้างช่องทาง การสื่อสารได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ในมุมมองของผู้รับสารหรือผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตก็เช่นกัน ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายในการเปิดเว็บไซต์และการเข้าถึงเนื้อหาในเว็บไซต์ จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมจากคนจำนวนมากอย่างรวดเร็ว

จากกระแสหลักในสังคมที่คนหันมาให้ความสำคัญและสนใจศึกษาพระพุทธศาสนามากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันที่สื่ออินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพการสื่อสารสูงและมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น และกำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เพราะมีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิมในเชิงรูปแบบเนื้อหาและเทคโนโลยีการสื่อสารและในเชิงธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมในโลกอินเทอร์เน็ตโดยคนจำนวนมาก

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเรื่องการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเพื่อตอบปัญหานำวิจัยต่อไปนี้

ปัญหานำวิจัย

1. รูปแบบที่ใช้นำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร
2. เนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร
3. การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเว็บไซต์พระพุทธศาสนา เลือกศึกษาเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม 4 เว็บไซต์แรกจากการอันดับสถิติ www.truehits.net ในช่วงเวลา 18 เดือน (มกราคม 2552- มิถุนายน 2553) และเก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2553 ถึง มกราคม 2554 ได้แก่

- เว็บไซต์พลังจิต
- เว็บไซต์ฟังธรรม
- เว็บไซต์ดีเอ็มซี
- เว็บไซต์ธรรมจักร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์ดังกล่าวด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1. เพื่อทราบถึงรูปแบบและเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม
2. เพื่อทราบถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม
3. เพื่อทราบถึงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้เว็บไซต์จากเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรศาสนาและองค์กรส่งเสริมสังคมในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้ได้รับความนิยมและเป็นการเผยแพร่และสืบทอดพระพุทธศาสนาต่อไป
5. เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางและต้นแบบในการทำเว็บไซต์พระพุทธศาสนาอื่น ๆ และการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องพระพุทธศาสนาในแง่มุมอื่น ๆ หรือศาสตร์ในแขนงอื่น ๆ โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมและศึกษาวิธีการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอตลอดจนการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ความเชื่อทางศาสนาไม่ว่าศาสนาใดก็ตามเป็นหลักยึดเหนี่ยวทางจิตใจของมนุษย์ เพื่อให้มนุษย์เกิดความอุ่นใจและมีเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ดังที่นักมานุษยวิทยา มาสโลว์ (A.H. Maslow) กล่าวไว้ในแนวคิดความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs) ว่าความเชื่อทางศาสนาจัดเป็นความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้ (Self-Actualization) หมายถึง ความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการที่จะได้เป็นในสิ่งที่ตัวเองใฝ่ฝันอยากเป็น ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่นอกเหนือจากความต้องการเพื่อความอยู่รอดทางร่างกายและการยอมรับจากสังคม ต่อมามาสโลว์ได้ต่อยอดความคิดด้านความต้องการสูงสุดในหนังสือ Religions, Values, and Peak Experiences¹ ว่าในความต้องการขั้นสุดมนุษย์จะมีประสบการณ์ขั้นสุด (Peak-experience) ซึ่งในประสบการณ์นั้นบุคคลจะรู้สึกดีขึ้น สบายขึ้น แข็งแรงขึ้น รู้สึกเป็นเอกภาพ มองโลกในมุมมองที่ดีขึ้น ซึ่งมีคุณลักษณะใกล้เคียงกับประสบการณ์ทางศาสนาที่เกิดจากความเชื่อความศรัทธาซึ่งพบในทุกศาสนาทุกวัฒนธรรม โดยเฉพาะคำสอนในพระพุทธศาสนาที่เน้นให้บุคคล ผีฝนจิตใจให้มีความโปร่งใส ไม่ขุ่นมัว และ เข้าใจอริยสัจสี่ หรือความจริงอันประเสริฐ 4 ประการ ได้แก่ การมีอยู่ของทุกข์ เหตุแห่งทุกข์ ความดับทุกข์และหนทางนำไปสู่ทางดับทุกข์ ความเข้าใจในกฎแห่งกรรมซึ่งเป็นกฎธรรมชาติที่เป็นคำอธิบายความแตกต่างของแต่ละบุคคล ชี้ให้เห็นว่าการเวียนว่ายตายเกิดเป็นทุกข์ และสุดท้ายนำไปสู่ปฏิบัติตนเพื่อหลุดพ้นจากการเวียนว่ายตายเกิดและมุ่งหวังบรรลุนิพพานซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดในพระพุทธศาสนา แม้ความต้องการสูงสุดของชาวพุทธคือการบรรลุนิพพาน และไม่กลับมาเกิดใหม่เป็นประเด็นส่วนบุคคล แต่อย่างไรก็ดีการปฏิบัติตนอยู่ในศีลในธรรม ส่งผลดีในเชิงสังคมเช่นกัน เพราะทำให้สังคมเกิดความสุขสงบ ไม่มีการเบียดเบียนกัน

¹Maslow Abraham H., Religions, Values, and Peak Experiences, (Kappa Delta Pi and The Viking Press, 1964).

นอกจากนี้ มุน โช คิม (Mun-Cho Kim) นักสังคมวิทยาชาวเกาหลีใต้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสังคมสมัยใหม่ว่าศาสนามีหน้าที่ยังน้อย 3 อย่าง² คือ

Interpretative function คือ ศาสนาสามารถให้คำตอบแก่ชีวิตได้ เพราะคนสมัยใหม่อาศัยอยู่ภายใต้สภาวะที่ไม่แน่นอนและไม่ปลอดภัย และความสามารถการควบคุมตนเองมีอยู่จำกัด ซึ่งในสถานการณ์ดังกล่าวบุคคลอาจต้องการคำตอบให้แก่ชีวิตและบางครั้งศาสนาก็เป็นแหล่งที่สร้างแรงบันดาลใจได้

Interactive function คือ ความสามารถขององค์กรศาสนาที่สามารถเปิดโอกาสให้บุคคลได้พบกัน แลกเปลี่ยนความเห็น รสนิยม ฯลฯ ซึ่งในการศึกษาอีกชิ้นหนึ่งโดย H.Cox ยังพบว่านอกจากมิตรภาพ การยอมรับจากสังคม และการเป็นที่รู้จักนั้น สำหรับบางคนในสังคมสมัยใหม่ การเป็นสมาชิกขององค์กรศาสนาใดหนึ่ง ๆ ได้สร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ซึ่งช่วยให้บุคคลจัดการกับความเหงาและโดดเดี่ยวได้

Integrative function ทั้งหน้าที่ในการ Interpretative และ Interactive ทั้งสองหน้าที่ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ต่างก็มีหน้าที่ในการหลอมรวม เพราะได้ทำการหลอมรวมผู้ที่มีความศรัทธาเดียวกันเข้าไว้ด้วยกันและทำพิธีกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นการผนึกความเป็นหนึ่งของคนที่มีความเชื่อเดียวกันมาอยู่รวมกันในชุมชนศีลธรรม

ดังนั้นความเชื่อด้านศาสนาจึงเป็นเรื่องสำคัญของมนุษย์และสังคมแม้ว่าความเชื่อด้านศาสนาจะเสื่อมความนิยมลงบ้าง แต่ในปัจจุบันศาสนาได้กลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่งเห็นจากปรากฏการณ์ “กฎแห่งกรรมรีเทิร์น” ในสื่อกระแสหลักทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งในปัจจุบันยังมีปรากฏการณ์เทคโนโลยีการสื่อสารชนิดใหม่ คือ สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ทำให้การสื่อสารของมนุษย์มีคุณภาพมากขึ้น โดยสื่ออินเทอร์เน็ตก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเนื้อหาพระพุทธศาสนาให้มีความรวดเร็วและสื่อสารได้กว้างไกลและไม่จำกัด ด้วยความพยายามที่น้อยลง มีความสะดวกมากขึ้น ทำให้พระพุทธศาสนาเข้าถึงคนได้จำนวนมากขึ้นตามความนิยมสื่ออินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น

ในสังคมไทยปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งคำสอนพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิตของคนไทยส่วนใหญ่ การพัฒนาการสื่อสารเนื้อหาธรรมะในแง่ให้บุคคลทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจ เคารพยึดมั่น ศรัทธา ประพฤติ ปฏิบัติและดำเนินชีวิตตามแนวหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาอย่างถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาคุณค่าทางจิตใจและคุณภาพชีวิต ตามแนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาศาสนา (อ้างถึงใน พุฒิปรีดี กมลชัยสกุล)

² Kim Mun-Cho, "Online Buddhist Community", *Religion and Cyberspace*, M. Hojsgaard (London and New York, Routledge ,2005)

พัฒนาการรูปแบบของการสื่อสารในการเผยแพร่ธรรมะ

รูปแบบการสื่อสารในการเผยแพร่ธรรมะ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เปลี่ยนจากการเผยแพร่ธรรมะอย่างเป็นทางการไปสู่การเผยแพร่ธรรมะที่ลดความเป็นทางการลงไปเรื่อยๆ ในสมัยโบราณเป็นลักษณะของการเทศน์โดยผ่านสื่อบุคคลที่มีลักษณะเป็นทางการ กล่าวคือ การเทศน์แต่ละครั้งต้องมีผู้อาราธนาพระที่เทศน์จะนั่งบนธรรมมาสและถือคัมภีร์ มีการขึ้นนมและยกพระบาลีมีสำนวนในการเทศน์ ภาษาที่ใช้เป็นภาษาไทยโบราณ หรือภาษาไทยปัจจุบันและมักมีภาษาบาลีสอดแทรกอยู่เสมอ

ต่อมาในช่วงปี 2500 เป็นต้นมา การเผยแพร่ธรรมะได้มีการเปลี่ยนแปลงโดยมีทั้งการเทศน์และการบรรยายธรรม และในช่วงปี 2530 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน การถ่ายทอดได้เปลี่ยนแปลงโดยเปลี่ยนจากการเทศน์มาสู่การบรรยายธรรมตลอด ซึ่งเป็นรูปแบบการสอนและเผยแพร่ธรรมะที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ โดยมีพระหรือฆราวาสเป็นผู้บรรยายธรรม โดยในขณะบรรยายอาจจะนั่งหรือยืนก็ได้ การพูดใช้ภาษาทันสมัย ใช้ภาษาบาลีน้อย หรือหากมีการใช้ภาษาบาลีก็จะมีแปลความหมายควบคู่ไปด้วย ในปีปัจจุบันนี้พัฒนาการเทศน์และบรรยายธรรมโดยพระจนมาเป็นการเทศน์ที่ใช้รูปแบบของทอล์กโชว์ที่มีความเป็นกันเองและสนุกสนาน เช่นการเทศน์ของพระมหาสมปอง ตาลปุตฺโต จนมาถึงการเผยแพร่ธรรมะที่ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ฟังเป็นหลัก เช่น การรับฟังเทศน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ

เมื่อสังคมไทยเปลี่ยนจากสังคมท้องถิ่นมาสู่การเป็นสังคมเมืองและเข้าสู่ยุคสังคมข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ผนวกกับเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารทันสมัยมากขึ้น การเผยแพร่ธรรมะโดยการใช้สื่อบุคคลเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอ จึงได้ใช้เทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานสื่อชนิดต่างๆเข้าด้วยกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อไอศตัทศน์ สื่อกิจกรรม รวมถึงสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ทำให้การสื่อสารพระพุทธศาสนาแผ่ขยายออกไปและเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น

1. สื่อบุคคล การใช้สื่อบุคคลเพื่อถ่ายทอดธรรมะเป็นลักษณะของการสื่อที่พระภิกษุหรือฆราวาสใช้ถ่ายทอดความรู้ โดยการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่เป็นการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ เช่นการบรรยายธรรม สอนให้ปฏิบัติธรรม การสนทนาโต้ตอบข้อสงสัย
2. สื่อมวลชน
 - 2.1 วิทยุโทรทัศน์ รายการเสนอทางวิทยุโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเผยแผ่ศาสนาและสั่งสอนธรรมะอยู่หลายรายการในรูปแบบต่างๆ เช่น
 - รายการเทศน์ บรรยายธรรมปฏิบัติ หรือสนทนาธรรมซึ่งเวลาของรายการมักจะเป็นช่วงเช้าของวันสุดสัปดาห์ซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้ชมน้อย เช่น รายการธรรมะ ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 6.00 – 6.30 น. สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และรายการทางศาสนาที่ออกอากาศเป็นประจำทุกวัน เวลา 4.30-5.00 น. สถานีโทรทัศน์ช่อง 9
 - รายการสารคดีเกี่ยวกับศาสนา

- รายการเกี่ยวกับวันสำคัญทางศาสนา โดยอาจจัดทำในรูปของเทปโทรทัศน์ อธิบายความเป็นมาของวันสำคัญดังกล่าว หรืออาจเป็นสปอตโฆษณา กระตุ้นประชาชนให้ไปร่วมพิธีทางศาสนา
- ละคร มักจะเป็นละครสะท้อนปัญหาชีวิตหรือละครที่ให้แง่คิดหรือสั่งสอน โดยใช้หลักธรรมในการแก้ปัญหา ซึ่งในตอนท้ายรายการอาจมีการถามตอบ เช่น ละคร ธรรมะติดปีกที่เคยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปี 2547 และได้มีการสร้างและฉายภาคต่อในปีถัดมา และรายการละครกรรมลิขิตที่ ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 21.20 น. ทาง ททบ.5
- รายการนิทานหรือการ์ตูน ที่สร้างจากเรื่องราวศาสนาเป็นการเรียนที่เกิด ความบันเทิงมักจะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน เช่น รายการการ์ตูน ชุมชนนิมนต์ยิ้ม ที่ออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 18.00-18.30 น. ทาง สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาหลังโรงเรียนเลิกและเด็กกลับบ้าน พอดี และรายการการ์ตูน “เมจิกมิ่งค์ มหัศจรรย์เมืองธรรมะ” ออกอากาศช่อง TPBS วันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 7.30-7.40 น. จำนวน 50 ตอน

2.2 **วิทยุกระจายเสียง** มักเป็นการจัดรายการปาฐกถาหรือธรรมเทศนาแบบ รายการสดที่ผู้บรรยายมักเป็นพระสงฆ์ ซึ่งเวลาของการจัดมักเป็นช่วงเช้าของวัน สัปดาห์เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์

3. **สื่อโสตทัศน์** เป็นสื่อที่ให้ทั้งเสียงและ/หรือภาพ สื่อโสตทัศน์ที่นิยมใช้ในการถ่ายทอด ธรรมะในปัจจุบันได้แก่

3.1 **เทปบันทึกเสียงหรือเทปธรรมะ** เป็นสื่อธรรมะที่ได้รับความนิยมอย่าง แพร่หลาย เนื่องจากไม่ต้องใช้ทักษะในการอ่าน ผู้ที่ไม่รู้หนังสือสามารถเรียนรู้ได้ ด้วยตนเอง และยังมีการใช้ภาษาพูดที่เข้าใจง่าย บางครั้งมีการสอดแทรกอารมณ์ ชื่นในการบรรยายด้วย เช่น เทปธรรมะของพระพยอม เป็นต้น

3.2 **ภาพทัศน์** ในปัจจุบันได้แก่ VCD และ DVD เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง สำหรับเผยแพร่ธรรมะให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น มัก ใช้อุปกรณ์การสอนและถ่ายทอดธรรมะ มีทั้งในรูปแบบรายการสารคดี เช่น รายการธรรมสวัสดิ์ของแม่ชีต้นสนีย์ และรายการพูดคุย (Talk Show) ซึ่งอาจมีการ สอดแทรกอารมณ์ขันลงไปในรายการบรรยายด้วย เช่น รายการธรรมะเดลิเวอรี่ ของ พระมหาสมปอง ตาลปุตฺโต

3.3 **สไลด์** อาจจัดทำเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาดออกมาเป็นเรื่องราวต่างๆ เพื่อ ประกอบการบรรยายธรรมะเพื่อบันทึกเสียงหรือการบรรยายสด

3.4 **รูปภาพที่ทำให้เกิดอาการเคลื่อนไหว** เช่น กรณีสถิตของพระพุทธรูปที่นำสื่อที่มีลักษณะคล้ายหนังตะลุงมาประกอบการบรรยายธรรมพร้อมกับจับตัวรูปภาพให้เคลื่อนไหวตามเรื่องราวที่พูด เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนุกสนาน

3.5 **ภาพวาด** มักเป็นภาพวาดตามฝาผนังหรือกำแพงวัด เพื่อบอกกล่าวเรื่องราวทางศาสนาและเรื่องที่เป็นคติสอนใจ

4. **สื่อกิจกรรม** มักเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ศาสนา ซึ่งมีหลายระดับตั้งแต่การจัดกิจกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายระดับใหญ่ เช่น จัดพิธี ในวันสำคัญทางศาสนา หรือการจัดกิจกรรมทในวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่สถานปฏิบัติธรรม หรือการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน เป็นต้น

5. **สื่อเว็บไซต์** เป็นสื่อใหม่ที่ใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา รวมถึงหลักคำสอนต่างๆ ซึ่งปัจจุบันได้มีการก่อตั้งเว็บไซต์ธรรมะขึ้นมากมาย โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป

- เว็บไซต์สำหรับบุคคลทั่วไป เช่น www.palungjit.com
- เว็บไซต์สำหรับเยาวชน เช่น www.tamdee.net, www.jaisabai.com
- เว็บไซต์ที่ใช้เป็นสื่อผสมควบคู่ไปกับการเผยแพร่ธรรมทางสื่ออื่นๆ เช่น www.dmc.tv ที่ก่อตั้งมาเพื่อใช้สนับสนุนสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม ช่อง DMC ของวัดพระธรรมกาย
- เว็บไซต์ที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานพระพุทธศาสนา เช่น www.dra.go.th ของกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม www.onab.go.th ของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ
- เว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของวัดหรือสถานปฏิบัติธรรมต่างๆ เช่น www.sdsweb.org เสถียรธรรมสถาน ก่อตั้งโดย แม่ชีศันสนีย์ เสถียรสุต และ www.vimuttayalaya.net สถาบันวิมุตตยาลัย ก่อตั้งโดยพระมหาวิมลชัย วชิรเมธี
- เว็บไซต์ของพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง เช่น www.dhammadelivery.com ของพระมหาสมปอง ตาลปุตฺโต

สื่อเว็บไซต์เพื่อการถ่ายทอดธรรมะดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นสื่อที่มีลักษณะของสื่อผสม (Multimedia) กล่าวคือ มีทั้งตัวอักษรเพื่อบรรยายข้อความ มีรูปภาพแสดงให้เห็นทั้งภาพนิ่งและ/หรือภาพเคลื่อนไหว บางเว็บไซต์มีเสียงการบรรยายให้ได้ฟังอีกด้วย อีกทั้งยังมีจุดดึงดูดที่การใช้สี สัน ลวดลาย กราฟฟิกตกแต่งเว็บให้มีความสวยงาม ทำให้ลดความเป็นทางการลง และบางเว็บไซต์มีส่วนการใช้งานที่สามารถโต้ตอบได้อย่างทันที (Interactive) เช่น การใช้งานกระดานสนทนา (Webboard)

คุณภาพที่ดีของสื่อที่ใช้เผยแพร่ธรรมะ

1. แสดงถึงธรรมะทุกระดับ
2. สามารถทำให้คนทุกระดับเกิดความเข้าใจและสนใจ
3. รักษาศิลปวัฒนธรรมรูปแบบศาสนา
4. สามารถตอบสนองในแง่ของการสนับสนุนกำลังทรัพย์มีทุนเพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเพื่อดำเนินการเผยแพร่ธรรมะต่อไป

ลักษณะที่ดีของสื่อที่ใช้เผยแพร่ธรรมะ

1. เนื้อหาธรรมะที่บริสุทธิ์ที่สามารถนำมาอ้างอิงได้
2. ถ่ายทอดความรู้ที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม พยายามทำให้เนื้อหาเข้าใจง่ายที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ในแต่ละระดับความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคล
3. ทำให้มีรูปแบบการเสนอที่ทันสมัยพอสมควร ไม่ปรุงแต่งจนเกินไป มีรูปแบบเรียบง่าย น่าสนใจ น่าศรัทธา
4. การแทรกเนื้อหาธรรมะที่เข้าใจง่าย ที่เป็นเกร็ดของอานุภาพของพระรัตนตรัยไว้เพื่อเป็นเครื่องสร้างเสริมศรัทธา
5. การใช้ภาษาที่เรียบง่าย ไม่ใช่คำบาลีฟุ่มเฟือย
6. วัสดุที่ใช้มีคุณภาพเก็บไว้ได้นาน

ฮาโรลด์ อินนิส (Harold Innis) อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงใดๆในเทคโนโลยีการสื่อสารย่อมเป็นสาเหตุเบื้องต้นของการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมเสมอ เช่น การเกิดของแท่นพิมพ์ที่ทำให้คัมภีร์ไบเบิลถูกตีพิมพ์และเผยแพร่ไปทั่วยุโรป เกิดการเปลี่ยนแปลงในคริสตจักร การพิมพ์แผนที่ทำให้เกิดการล่าอาณานิคม ฯลฯ

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมทางใดทางหนึ่ง จึงได้มีการแบ่งระดับผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารไว้ 3 ระดับ ดังนี้

- **ระดับสังคม** เชื่อว่าหากเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงก็จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงอารยธรรมสังคมโดยรวม มีตัวอย่างจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในอดีตมาแล้ว การสื่อสารแบบมุขปาฐะที่เคยเป็นการสื่อสารแบบเดียวของสังคม มาเป็นการสื่อสารด้วยตัวหนังสือ ทำให้เกิดวัฒนธรรมการจดบันทึกขึ้นและต่อมาก็เกิดเทคโนโลยีการพิมพ์ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในคริสตจักร
- **ระดับปัจเจกบุคคล** เชื่อว่าหากเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงก็จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงระดับปัจเจกบุคคล คือ เป็นการเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคลโดยเฉพาะ
- **ระดับสถาบันสังคม** โดยความเชื่อนี้เห็นว่าหากจะอธิบายว่าเทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมก็จะกว้างไปหรือจะกล่าวว่าจะส่งผลกระทบต่อระดับปัจเจกบุคคลก็จะแคบเกินไป ดังนั้นจึงเชื่อเพียงว่าเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนไปจะส่งผลกระทบต่อระดับสถาบันสังคม เช่น สถาบันครอบครัว ฯลฯ เท่านั้น

ปรากฏการณ์การสื่อสารชนิดใหม่นี้เป็นการสื่อสารที่ต้องเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้นนักวิชาการด้านการสื่อสารจึงเรียกแนวคิดการสื่อสารในรูปแบบนี้ว่า การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

(Computer-Mediated Communication, CMC)

เจอร์รี ซานโตโร (Santoro) กล่าวว่า การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ในความหมายที่กว้างที่สุด คือ การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ยังรวมถึงการใช้คอมพิวเตอร์ที่เห็นได้ด้วยตาและยังรวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติ ระบบการรับรู้ระยะไกล หรือโปรแกรมสร้างแบบจำลองทางการเงิน ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดการสื่อสารของมนุษย์ และจัดว่าเป็นชุดการทำงานชุดใหญ่ ซึ่งมีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสนับสนุนการสื่อสารของมนุษย์³ จอห์น ดีเซ็มเบอร์ (John December) เสริมว่าการสื่อสารด้วยตัวกลางคอมพิวเตอร์นั้นอยู่ในบริบทเฉพาะและมีส่วนร่วมในกระบวนการปรับรูปแบบของสื่อเพื่อจุดประสงค์ที่หลากหลาย⁴

นอกจากนี้ ซานโตโรได้ให้ความหมายของการสื่อสารแบบ CMC ไว้ 3 ประการ ดังนี้

- Computer conferencing คือ คอมพิวเตอร์ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสื่อสาร
- Informatics คือ คอมพิวเตอร์ในฐานะผู้จัดการข้อมูล
- Computer-based instruction คือ คอมพิวเตอร์ในฐานะผู้สอน

วิธีการสื่อสารแบบ CMC คือ การใช้อีเมล (Email) และใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการสื่อสาร (Computer Conference) พร้อมๆกันในเวลาเดียวกันหรือใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัส (Encoding) ในรูปของข้อความ (Text) ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร โดยผ่านเครื่องขั้วสัญญาณ ซึ่งในยุคเริ่มแรกของการสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะเป็นการสื่อสารกันด้วยข้อความโดยปราศจากภาพเสียงหรือภาพเคลื่อนไหวอย่างในปัจจุบัน เมื่อได้พัฒนาในด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ขึ้นมา จึงได้เกิดการสื่อสารด้วยข้อความ ภาพ เสียง แม้แต่ภาพเคลื่อนไหว (Multimedia) และพัฒนาไปสู่ความเป็นสื่อที่ปฏิสัมพันธ์โดยเป็นกระบวนการสื่อสารในลักษณะโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) กับศาสนา ในยุคแรกๆที่เริ่มมีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในช่วงปีคริสต์ศักราช 1990 อ้างอิงจาก Religion and Information Technology

³ Santoro, G. M. "What is computer-mediated communication?" In Computer mediated communication and the online classroom. Vol 1: Overview and perspectives., Z. L. Berge & M. P. Collins (Eds.) (Cresskill, NJ: Hampton, 1995).

⁴ December, J. "Notes on defining of computer-mediated communication". In Computer-Mediated Communication Magazine, (1997), [Online], 31 January 2010, Retrieved from : <http://www.december.com/john/study/cmc/what.html>

โดย คิม นอทท์ (Kim Knott)⁵ พบว่าคนในองค์กรศาสนาใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยประมวลผล (Wordprocessing) ในงานประเภทต่างๆ ดังนี้

1. การทำวิจัย

- ใช้เพื่อรับข้อมูล (Information Retrieval) คือ ใช้สืบค้นข้อมูลที่เคยเป็นงานที่ใช้เวลานาน รวมไปถึงการจัดทำฐานข้อมูล
- ใช้เพื่อทำงานเกี่ยวกับตัวอักษร (Work with Texts)
- ใช้เพื่อทำงานสถิติ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ช่วยคำนวณ (Statistic Work)
- ใช้เพื่อการจัดการส่วนบุคคล เช่น การจดบันทึกต่างๆ(Personal Information Management)

2. การเขียนและการพิมพ์ต้นฉบับ

คอมพิวเตอร์ทำให้การเขียนต้นฉบับ การแก้ไขต่างๆ ตลอดจนการผลิตต้นฉบับ และนำไปเข้าสู่กระบวนการตีพิมพ์ทำได้ง่าย

3. เครื่องมือช่วยสอน

คอมพิวเตอร์ยังมีบทบาทเป็นเครื่องมือช่วยสอนในโรงเรียนเพื่อสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจ และยังสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยสอนภาษาได้

ต่อมาอีก 10 ปี การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการใช้งานที่ซับซ้อนขึ้นกว่าเดิม กล่าวคือ นอกจากการใช้งานช่วยประมวลผลและเป็นเครื่องมือการผลิตบทความและสื่อสิ่งพิมพ์ คอมพิวเตอร์เพิ่มบทบาทเป็นสื่อใหม่ที่เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารตามที่สตีเฟ่น โอเลียร์ (Stephen O'Leary) ได้วิเคราะห์บทบาทของสื่อใหม่ที่มีต่อชุมชนศาสนาว่าการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตเป็นการปฏิรูปการเจริญเติบโตและการเผยแผ่ศาสนา (อ้างถึงใน Religion and the Internet, Rosalind I.J.Hackett)

จากคำจำกัดความการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) จากนักวิชาการ 2 คน ข้างต้นสรุปได้ว่า การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ คือ การสื่อสารของมนุษย์ที่มีปฏิสัมพันธ์กันโดยอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการประมวลผลข้อมูลต่างๆ ซึ่งประโยชน์ของการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ได้เปลี่ยนแปลงการเข้าถึงเนื้อหาข้อมูลทางพระพุทธศาสนาให้ง่ายสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้คนที่สนใจเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายขึ้น เพราะประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้าจัดการ เรียบเรียงและรวบรวมเนื้อหา เช่น หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา พระไตรปิฎก การทำสมาธิ หรือเรื่องกฎแห่งกรรมที่เคยกระจัดกระจายอยู่ตามสื่อสิ่งพิมพ์หรือหลักธรรมคำสอนในรูปแบบของพระไตรปิฎกหรือการเทศนาในวัดหรือสถานที่ต่างๆ ให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์ดิจิทัลแล้วสามารถเรียกดูได้โดยสะดวกมากกว่าการเดินทางไป

⁵ Knott Kim, "Religion and Information Technology," In Turning Point in Religious Studies, Ursula King, (T&T Clark : United Kingdom, 1990).

ห้องสมุดหรือไปวัด อีกทั้งในทางตรงกันข้ามวัดก็สามารถถ่ายทอดเนื้อหาธรรมผ่านหน้าเว็บไซต์ และสื่อสารกับผู้ที่เลื่อมใสศรัทธาโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางได้เช่นกัน

การเข้ามาของการรูปแบบสื่อสารแบบใหม่ ฮิลท์ซ (Hiltz) สรุปว่าทำให้เกิดปรากฏการณ์การใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร 3 รูปแบบ ได้แก่⁶

1. *ปรากฏการณ์แทนที่ (Substitution)* เมื่อ CMC ถูกนำมาใช้แทนที่การสื่อสารรูปแบบดั้งเดิม เช่น การใช้อีเมล แทนการเขียนจดหมาย การส่งโทรเลข หรือการใช้โทรศัพท์
2. *ปรากฏการณ์เสริม (Add-on)* เมื่อ CMC ถูกนำมาใช้ในขณะที่วิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิมก็ยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการทางอินเทอร์เน็ต ก่อนดูรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ
3. *ปรากฏการณ์แผ่ขยาย (Expansion)* คือการใช้ CMC เพื่อการสื่อสารที่แตกต่างออกไปจากกระบวนการสื่อสารดั้งเดิม เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริโภคหนังสือพิมพ์ แม้จะมีเนื้อหาเหมือนกันก็ตาม

จากปรากฏการณ์แผ่ขยายที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์จึงเป็นเสมือนคลังข้อมูลขนาดใหญ่ ดังเช่นงานวิจัยเรื่อง “ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงพยาบาลของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ของ ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม⁷ ผลการวิจัยพบว่านิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โรงพยาบาลต่างๆ ในการเลือกแพทย์ที่ต้องการและตรวจสอบรอบการฉายเพื่อความสะดวกในการซื้อตั๋วก่อนเข้าชม แทนที่การดูตารางฉายหนังจากหนังสือพิมพ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การเกิดขึ้นของสื่ออินเทอร์เน็ตได้เพิ่มพื้นที่และช่องทางการสื่อสารเนื้อหาพระพุทธศาสนา เพิ่มพื้นที่ในการสื่อสารและการเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้กว้างขึ้นตามลักษณะและคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ต และด้วยสื่อใหม่นี้เองได้ส่งผลต่อรูปแบบการนำเสนอและรูปแบบการสื่อสารเรื่องพระพุทธศาสนาให้เปลี่ยนแปลงไป เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศในสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารได้หลากหลาย

ในสื่ออินเทอร์เน็ตเพียงสื่อเดียวสามารถรวบรวมรูปแบบการสื่อสารทุกชนิดที่เคยมีมา ตั้งแต่การพูด การสนทนา (การสื่อสารระหว่างบุคคล-interpersonal) การเขียน การอ่าน (การสื่อสารด้วยหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์- mass media communication) การฟังเสียง (การสื่อสารด้วยวิทยุ) การดูภาพพร้อมเสียง (การสื่อสารผ่านโทรทัศน์) รวมถึงการโต้ตอบระหว่างผู้รับสารและผู้

⁶ อริศรา ชาญวินชกุล, “การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548)

⁷ ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม, “ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงพยาบาลของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

ส่งสาร สื่อสารแบบอินเทอร์เน็ตยังไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ดังนั้นในการศึกษาวิจัย จึงจำเป็นต้องเข้าใจ **ชนิดของสื่อ** และ **รูปแบบของสื่อ**⁸

1. **ชนิดของสื่อ (Type of media)** หรือประเภทของสื่อในการสื่อสารที่แตกต่างกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อวัตถุ สื่อมวลชน สื่อสมัยใหม่ ฯลฯ ชนิดของสื่อที่แตกต่างจะบ่งบอกถึงปริมาณ และความซับซ้อนของผู้ที่ทำการสื่อสาร ซึ่งสื่อที่ซับซ้อนที่สุดและมีศักยภาพในการแพร่ขยายมากที่สุดในปัจจุบันนี้คือสื่ออินเทอร์เน็ต
2. **รูปแบบของสื่อ (Form of media)** หรือส่วนที่เนื้อหา ได้แก่ รูปแบบของสื่อประเภทเสียง/คำพูด(Oral form) เช่นการสนทนา การชูชิบ นินทา ฯลฯ รูปแบบของสื่อการเขียน/ตัวอักษร (Written form) เช่น จดหมาย หนังสือ ฯลฯ รูปแบบของสื่อประเภทภาพ (Iconic form) เช่นรูปถ่าย ภาพวาด ฯลฯ และรูปแบบของสื่อประเภทอื่นๆ เช่น รูปแบบของรหัสข้อมูลหรือสื่อแบบดิจิทัล

อัลธีทและสโนว์ (Altheide & Snow) ยังให้ความสนใจกับรูปแบบ (formats) ของการสื่อสารที่แยกย่อยออกไปได้หลายมิติ ดังนี้

1. รูปแบบของผัสสะแห่งประสบการณ์ (Sense of Experience)

รูปแบบของการสื่อสารที่ต่างกัน จะสร้างประสบการณ์แบบใดให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้ เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อที่มีทั้งภาพ เสียงและการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งต่างจากสื่อโทรทัศน์ที่มีเพียงภาพและเสียง ไม่มีการปฏิสัมพันธ์ นอกจากนี้ผัสสะแห่งประสบการณ์ยังหมายถึงรูปแบบของสื่อที่ดึงดูดใจให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วม หรือมีความผูกพันกับสื่ออย่างมาก (Involvement/Participation)

2. รูปแบบของเนื้อหา (Content)

รูปแบบสื่อที่ต่างกันจะเข้าไปกำหนดเนื้อหาสารที่ส่งออกไปอย่างไร เช่น ความแตกต่างของการฟังพระเทศน์ในสถานที่จริง กับการฟังเทศน์ผ่านไฟล์เสียงหรือคลิปวิดีโอทางเว็บไซต์ ซึ่งความสมจริงจะต่างกัน มุมกล้องก็อาจไม่ใช่มุมที่ผู้ฟังต้องการรับชม หรือการอ่านเรื่องกฎแห่งกรรมจากหนังสือกับการดูการ์ตูนแอนิเมชันเรื่องกรรมหรือนรกสวรรค์เนื้อหาสารย่อมต่างกัน

3. รูปแบบของการใช้รหัส (Coding)

รูปแบบของสื่อที่ต่างชนิดกัน จะมีการใช้รหัสในการสื่อสารที่หลากหลายต่างกันไป เช่น การสื่อสารผ่านโทรทัศน์จะใช้รหัสภาพและเสียงที่คล้ายตามกัน การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ก็จะเป็นรหัสการใช้ตัวอักษรและภาพเป็นส่วนใหญ่

4. รูปแบบของบริบทของการใช้สื่อ (Context of use)

รูปแบบของสื่อต่างกัน ก็จะมีบริบทแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น หากเป็นการอ่านหนังสือ ต้องการสมาธิและความเงียบ บริบทของการใช้สื่อเว็บไซต์คือ การใช้เครื่อง

⁸ กาญจนา แก้วเทพ, สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา, (กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์ 2551).

คอมพิวเตอร์ที่บ้านหรือที่ใดก็ตามทุกที่ โดยผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรืออาจจะใช้เป็นโทรทัศน์แบบ on-demand คือสามารถเลือกดูรายการย้อนหลังได้ ดูเมื่อไรก็ได้ที่ต้องการ

5. รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

การสื่อสารที่ต่างชนิดกัน จะมีผลต่อความสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างกัน การสื่อสารผ่านเว็บไซต์เป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง มีการปฏิสัมพันธ์ตอบโต้กัน (interactive) ซึ่งบุคคลทั้งสองฝ่ายในกระบวนการสื่อสารจะผลัดเปลี่ยนบทบาทกันเป็นผู้รับและผู้ส่ง พร้อมทั้งสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียม

รูปแบบและเนื้อหาของ การสื่อสารอินเทอร์เน็ตในยุคแรกมีลักษณะเป็นตัวอักษร (Text Mode) ซึ่งเป็นการสื่อสารกันด้วยตัวอักษรเท่านั้น เนื้อหาที่สื่อสารกันมักเป็นแหล่งรวมข้อมูลวิชาการและการวิจัย แต่ไม่มีสีสันและลวดลายที่ดึงดูดใจ เนื่องจากการสื่อสารอินเทอร์เน็ตในยุคแรกจำกัดอยู่เฉพาะในวงผู้ที่มีการศึกษาดี ในยุคปัจจุบัน พ.ศ. 2553 การสื่อสารในอินเทอร์เน็ตเปลี่ยนเข้าสู่ยุคไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext Mode) หรือที่รู้จักกันในชื่อ เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) เป็นการสื่อสารผ่านรูปแบบของสื่อประสม (Multimedia) ผ่านรูปภาพ เสียง สีสัน ภาพเคลื่อนไหว และกราฟฟิกดึงดูดความสนใจและยังเอื้ออำนวยต่อการเชื่อมโยงหรือลิ้งค์ (Link) ข้อมูลจากเว็บไซต์หนึ่งไปยังอีกเว็บไซต์หนึ่งได้โดยสะดวกและยังสามารถแบ่งปันลิ้งค์เนื้อหาสาระต่างๆ ได้ง่ายยิ่งขึ้น

องค์ประกอบของสื่อต่างๆ แบ่งได้เป็น 5 ชนิด⁹ ได้แก่

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text)
2. ภาพนิ่ง (Still Image)
3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)
4. เสียง (Sound)
5. ภาพวิดีโอ (Video)

แล้วนำมาผสมผสานกันเพื่อใช้สำหรับการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างคอมพิวเตอร์และผู้ใช้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกใช้สามารถเลือกกระทำต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการ เช่น ผู้ใช้ได้ทำการเลือกรายการและตอบคำถามผ่านทางจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ก็ทำการประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ย้อนกลับทางจอภาพให้ผู้ใช้เห็นอีกครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ อีกมากมายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครื่องมือและรูปแบบที่จะนำมาประยุกต์ใช้งาน เช่น การสร้างปุ่มเมนูหรือข้อความที่มีสีสันแตกต่างจาก

⁹ พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล, "มัลติมีเดียเพื่องานนิเทศศาสตร์", เอกสารประกอบการสอน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550.

ข้อความปกติ เมื่อผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนนี้ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเป็นไปได้อีกทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือวิดีโอ ตามที่ได้มีการออกแบบไว้

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text)

ข้อความหรือตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านจอคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย

2. ภาพนิ่ง (Still Image)

ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ซึ่งตัวอักษรหรือข้อความจะมีข้อจำกัดทางความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่ในบนสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการต่างๆ

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงถึงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหากเกิดขึ้นบ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

4. เสียง (Sound)

เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยโปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความหรือภาพนิ่งนั่นเอง ดังนั้น เสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเข้าเสียงผ่านทางไมโครโฟน แผ่นซีดี ดีวีดี เทป และวิทยุ เป็นต้น

5. วิดีโอ (Video)

วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการนำเสนอวิดีโอด้วยเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real-Time) จะต้องประกอบด้วยจำนวนภาพไม่ต่ำกว่า 30 ภาพต่อวินาที (Frame per Second) ถ้าหากการประมวลผลภาพดังกล่าวไม่ได้ผ่าน

กระบวนการบีบอัดขนาดของสัญญาณมาก่อน การนำเสนอภาพเพียง 1 นาทีอาจต้องใช้หน่วยความจำมากกว่า 100 MB ซึ่งจะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่เกินไปและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ด้อยลง ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่สามารถบีบอัดขนาดของภาพอย่างต่อเนื่องจนทำให้ภาพวิดีโอสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและกลายเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบมัลติมีเดีย (Multimedia System)

จากความแตกต่างและหลากหลายตามชนิดของสื่อและรูปแบบสื่อ มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ได้เสนอแนวคิดที่ชี้ให้เห็นความสำคัญของตัวสื่อกลางในการสื่อสารว่ามีความสำคัญและมีความหมายมากกว่าการเป็นสื่อกลางแต่เพียงอย่างเดียว แนวคิดเรื่อง “สื่อคือสาร” (**The Medium is the Message**) แมคลูฮันอธิบายไว้ใน *Understanding Media: the Extension of Man* ว่า “สื่อคือสาร” กล่าวคือ ตัวสื่อมีอิทธิพลและควบคุมระดับและรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ ตัวกลางสื่อมีความหมายในตัวของมันเอง ดังนั้นเมื่อเปลี่ยนตัวกลางสื่อสารใหม่จะทำให้เกิดเนื้อหาใหม่ซึ่งส่งผลมาจากตัวกลางสื่อ¹⁰ ดังเช่นงานวิจัยของคมสัน รัตนะสิมากุล¹¹ เรื่องรูปแบบของสื่อกับความน่าเชื่อถือที่มีต่อแหล่งสารเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์ ที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “สื่อคือสาร” ของมาร์แชล แมคลูฮัน ที่ว่าตัวสื่อมีส่วนกำหนดความรู้และน่าเชื่อถือของสื่อชนิดนั้นๆ โดยไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่อยู่ภายในสื่อ นั้นๆ จากการวิจัยพบว่าผู้อ่านประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์สูงกว่าสื่อหนังสือพิมพ์เพราะความน่าเชื่อถือของสื่อคอมพิวเตอร์เกิดจากการรับรู้คุณลักษณะที่ดีของคอมพิวเตอร์ส่งผลให้คอมพิวเตอร์ในฐานะสื่อมีความน่าเชื่อถือตามไปด้วย

อัลธิตและสโนว์เป็นนักวิชาการอีก 2 คนที่มีความคิดไปในทางเดียวกับแมคลูฮันว่า ลักษณะและรูปแบบของตัวสื่อ่นั้นเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เมื่อต้องการนำเสนอเนื้อหาสาระในลักษณะที่มีการจัดการและมีเหตุมีผล ดังนั้นเป้าหมายและจุดประสงค์ของตัวสื่อในการนำเสนอเนื้อหาสาระมีผลกระทบไม่น้อยต่อการเรียงลำดับความและตรรกะที่ใช้ในการเรียบเรียงเนื้อหาสาระนั้นๆ¹² งานวิจัยเรื่องที่น่าสนใจสนับสนุนแนวคิดการนำเสนอเนื้อหาที่มีการจัดการและการเรียบเรียงตรรกะที่ดีในการสืบค้นข้อมูล คือ วิจัยเรื่องศักยภาพในการให้บริการเพื่อสืบค้นข้อมูลทางเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ของดวงแข ธาราสมบัติ¹³ พบว่าหนึ่งในปัจจัยด้านรูปแบบของเว็บไซต์ธนาคารแห่งประเทศไทย (www.bot.co.th) คือการออกแบบให้ใช้งานได้ง่ายและสะดวกสามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการได้ไวและใช้เวลาน้อย และยังมีเครื่องมือช่วยสืบค้นข้อมูล

¹⁰ McLuhan Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, (McGraw-Hill Book Company, New York, 1964).

¹¹ คมสัน รัตนะสิมากุล, “รูปแบบของสื่อกับความน่าเชื่อถือที่มีต่อแหล่งสารเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาวารสารสนเทศ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540).

¹² Altheide D.L., Snow R.P., *Media Logic*, (London: Sage Publications, 1979).

¹³ มณฑิรา อินคชสาร, “การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ : ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำ และความพึงพอใจของผู้อ่าน”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการหนังสือพิมพ์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545).

ให้บริการด้วย¹⁴ และงานวิจัยของมณฑิรา อินคชสาร การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ : ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำ และความพึงพอใจของผู้อ่าน พบว่า World Wide Web เป็นสื่อกลางที่มีบทบาทมากที่สุด เพราะลักษณะเด่นคือการกำหนดภาพและเนื้อหาในรูปแบบของ ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ไฮเปอร์เท็กซ์มีลักษณะคล้ายเอกสารทั่วไปแต่มีการเชื่อมโยงไปยังเอกสารอื่นๆได้ และในการนำเสนอข่าวสารของสื่อประเภทต่างๆ พบว่ามักมีการนำเสนอรูปภาพและกราฟฟิคต่างๆ ที่สามารถช่วยอธิบายรายละเอียดข้อมูลของข่าวได้ ผลการวิจัยพบว่ารูปภาพและกราฟฟิคของสื่อสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มตัวอย่างและยังสร้างความพึงพอใจต่อข่าวที่นำเสนอจากการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่ารูปแบบของสื่อที่สัมพันธ์กับการสื่อสาร

ในเชิงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อและบุคคล เอเวอเรต โรเจอร์ (Everett Rogers) กล่าวว่า การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์มีความแตกต่างจากสื่อเดิมอย่างมีนัยยะสำคัญ ดังนี้¹⁵

1. การสื่อสารด้วยเทคโนโลยีใหม่รวมวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคล (face-to-face conversation) และการสื่อสารแบบมวลชนดั้งเดิม (one-to-many mass media) เข้าไว้ด้วยกัน ด้วยการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์
2. ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบระหว่างบุคคลที่สามารถผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (Interactivity) ดังนั้นคุณสมบัติที่โดดเด่นที่สุดของสื่อใหม่คือการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ ด้วยการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารนี้เองทำให้บุคคลเป็นผู้สื่อสารในเชิงรุกมากขึ้น (active) จากเดิมที่เป็นเชิงรับ (passive)
3. สื่อใหม่มีลักษณะที่ผู้รับสารควบคุมสื่อเองได้ (De-massification) คือ สื่อมวลชนจะถูกลดบทบาทในการเป็นผู้ส่งข่าว การแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลจะเกิดขึ้นโดยผู้บริโภคสื่อเป็นผู้เลือกและตัดสินใจในการสื่อสารด้วยตนเองผ่านสื่อใหม่ซึ่งสามารถควบคุมเองได้ เนื้อหาข้อมูลกลายเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ด้วยตัวบุคคลเอง ซึ่งแตกต่างจากเดิมที่สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดวาระให้กับสังคม
4. สื่อใหม่ไม่มีเงื่อนไขด้านเวลา (Asynchronous) สามารถส่งสารหรือรับสารเมื่อไรก็ได้ในเวลาที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลสะดวก ไม่เหมือนการสื่อสารแบบโทรศัพท์ที่ต้องรับสายทันที การสื่อสารแบบใหม่ผู้ทำการสื่อสารไม่จำเป็นต้องสื่อสารในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงเอาชนะความแตกต่างด้านเวลาที่กระทบต่อกระบวนการสื่อสาร

¹⁴ ดวงแข ธาราสมบัติ, "ศักยภาพในการให้บริการเพื่อการสืบค้นข้อมูลทางเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545).

¹⁵ Rogers, Everett M., *Communication Technology : The New Media in Society*, (New York : Free Press, 1986).

ไรซ์ (Rice) ยังได้วิเคราะห์ศักยภาพของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างจากสื่ออื่นได้แก่ โดยเปรียบเทียบจากคุณสมบัติในการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และข้อจำกัด (*Freedom of constraints*) เช่น การกำหนดสถานะของผู้ส่งสาร การผูกขาดความเป็นเจ้าของสื่อ การไม่สามารถเลือกกลุ่มผู้รับสารเฉพาะเป้าหมายได้ การกำหนดช่วงเวลาในการรับข่าวสาร หรือการไม่สามารถเรียกคืนข้อมูลได้
2. ขอบเขตการสื่อสาร (*Mode or technical bandwidth*) หมายถึง ระยะเวลาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือเนื้อหาที่สามารถนำเสนอได้หลายลักษณะ ทั้งที่เป็นคำพูด สัญลักษณ์หรือเสียง
3. การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ (*Feedback and activity*) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเกิดขึ้นได้โดยสะดวกและในระยะเวลาอันรวดเร็ว
4. การติดต่ออย่างเป็นเครือข่าย (*Network of flows*) ซึ่งมีผลต่อการกระจายตัวรวมทั้งการเข้าถึงสื่อและข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงกัน

ทั้ง เอเวอเรต โรเจอร์ และไรซ์ มีความเห็นตรงกันว่า ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศของสื่อใหม่มีคุณสมบัติใหม่สำคัญที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้รวดเร็วโดยไม่จำกัดด้วยเงื่อนไขเวลาและสถานที่ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงสถานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ผลิตสารและผู้ส่งสารได้ในเวลาเดียวกัน ผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ด้วยคุณสมบัติใหม่ของเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์สองทาง (*Two-way communication*) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (*Feedback*) มีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งเหมือนกับการสื่อสารโดยปกติของมนุษย์ที่มีลักษณะเป็นการตอบโต้และการโต้ตอบสามารถทำได้ง่ายและต่อเนื่องแม้จะอยู่ต่างที่ ต่างเวลา ดังเช่น งานวิจัย เรื่อง การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ทางการแพทย์ในประเทศไทย โดย สิริพร วงศ์อุไร¹⁶ ศึกษาการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ทางการแพทย์ 3 เว็บไซต์ (www.md.chula.ac.th, www.healthnet.in.th และ www.thaiclinic.com) ที่มีจุดประสงค์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาสุขภาพแก่ประชาชนผ่านเว็บไซต์ได้เปลี่ยนแปลงการสื่อสารแบบดั้งเดิม จากเดิมที่การสื่อสารเรื่องสุขภาพพออนามัยระหว่างหมอและคนไข้ต้องเกิดขึ้นที่สถานพยาบาลเสมอ เปลี่ยนมาเป็นการสื่อสารผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์แทน และจากงานวิจัยของอริศรา ธัญญาวิรัชกุล เรื่อง การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ ผลการวิจัยพบว่าวัยรุ่นมักใช้สื่อใหม่ในการรับรู้และตอบสนองความต้องการทางเพศเพราะสามารถสืบค้นเรื่องเพศในเวลาใดก็ได้ ค้นหาได้อย่างเป็นอิสระและไม่มีใครเห็นหรือรู้จักตัวตนที่แท้จริง เพราะการ

¹⁶ สิริพร วงศ์อุไร, "การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ทางการแพทย์ในประเทศไทย", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการสื่อสารมวลชน, สาขานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545).

สื่อสารเรื่องเพศในสังคมไทยเป็นเรื่องที่จะเอียงด่อนและยังมีค่านิยมแบบสองมาตรฐานต่อเพศชายและเพศหญิง

คุณสมบัติใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมคือ ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและผู้สื่อสารโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง สตอยเออร์ (Jonathan Steuer) ได้กล่าวถึงการสื่อสารในรูปแบบนี้ในแนวคิดสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media)¹⁷ ว่าเป็นกระบวนการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ กล่าวคือ ขอบเขตของผู้สื่อสารสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการปรับเปลี่ยน แกไข รูปแบบ และเนื้อหาในการบรรยากาศการสื่อสารผ่านตัวกลางในเวลานั้นๆ สตอยเออร์ เรียกการสื่อสารในลักษณะนี้ว่า “Telepresence View of Mediated Communication” Telepresence คือ การรับรู้ในตัวกลางของบรรยากาศการสื่อสาร หมายถึงกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล โดยที่ผู้ร่วมสื่อสารไม่ได้มีการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน หากแต่เป็นการสื่อสารต่างสถานที่ เป็นการสื่อสารผ่านตัวกลางซึ่งผู้ร่วมสื่อสารสามารถรับรู้ในกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารระหว่างกันได้โดยผ่านตัวกลาง ซึ่งในที่นี้ คือ การสื่อสารในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

คุณสมบัติที่สำคัญในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตคือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้(อ้างอิงในพุทธิรัตน์ กมลชัยสกุล) ซึ่งรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารที่พบในเว็บไซต์พระพุทธศาสนามี 4 แบบ ได้แก่

1. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน (One-to-One Asynchronous Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร ส่งสารไปยังผู้รับสารหนึ่งต่างช่วงเวลาและบุคคลผู้รับสารอาจตอบกลับผู้ส่งสารในอีกช่วงเวลาหนึ่งที่ไม่พร้อมกัน เช่น email
2. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-Many Asynchronous Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้รับสารจะต้องลงทะเบียนก่อนเข้าสู่ระบบ (หรือเรียกว่าการสมัครสมาชิก) เพื่อใช้บริการส่วนใดส่วนหนึ่งของเว็บไซต์นั้นๆ โดยเมื่อลงทะเบียนแล้วผู้ส่งสารสามารถเขียนข้อความทิ้งไว้ในหน้าเว็บเพจนั้นๆได้ในเวลาหนึ่ง โดยที่ผู้รับสารรายอื่นๆสามารถเข้ามาอ่านหรือเขียนข้อความตอบโต้กลับได้ในอีกช่วงเวลาหนึ่ง ได้แก่ การสื่อสารในรูปแบบของกระดานสนทนา (Webboard)
3. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน (One-to-One , One-to- Many Synchronous Communication) ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ทันทีในหลายประเด็นที่ต้องการ โดยจะเลือกสื่อสารกับคนใดคนหนึ่งหรือหลายๆคนพร้อมกันก็ได้ ได้แก่การสื่อสารในรูปแบบของห้องสนทนา/ห้องแชท (Internet Relay Chat, IRC) หรือ Chatroom

¹⁷ Steuer Jonathan., “Defining virtual reality: dimensions determining telepresence”, Journal of Communication: Autumn ,(Sanfrancisco: Cyborganic Media),1992.

4. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน (**One-to-One , One-to- Many Asynchronous Communication**) ได้แก่ การค้นหาข้อมูลต่างๆ ในเว็บไซต์โดยไม่ต้องลงทะเบียนเข้าระบบ

อิทธิพลของการใช้สื่อใหม่ในมุมมองเชิงศาสนา

โรซาลินด์ ฮาคเกตต์¹⁸ (Rosalind I. J. Hackett) กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงศาสนาและมุมมองในเชิงศาสนาต่อสื่อชนิดใหม่ มีอิทธิพลในหลายมิติและสามารถทำได้หลากหลายหน้าที่ ดังต่อไปนี้

การสื่อสาร (Communicating) อินเทอร์เน็ตได้เข้ามาทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคล ทำให้การเชื่อมต่อกันให้แผ่ขยายกว้างออกไป และเชื่อมโยงผู้ที่มีความสนใจเดียวกันมาพบกัน นอกจากนี้สมาชิกเว็บไซต์บางคนได้กล่าวว่าการเชื่อมต่อกับไซเบอร์สเปซเหมือนกับการติดต่อกับพลังธรรมชาติที่เป็นหัวใจหลักสำคัญของประเพณีศาสนาแบบเทวนิยม (Pagan Tradition) และตามการวิจัยของไฮดี้ แคมเบลล์ (Heidi Campbell) พบว่าองค์กรคริสต์เปิดเผยว่ามีประชาชนเข้าร่วมสังคมนาออนไลน์เพื่อทำให้ตระหนักตัวตนของพระเจ้า (The Body of Christ) มากกว่าจะเข้ามาหาข้อมูล

การชักจูงโน้มน้าวให้เปลี่ยนศาสนา (Proselytizing) คือ การสื่อสารเพื่อชักจูงให้เปลี่ยนศาสนา นับว่าเป็นส่วนย่อยของหน้าที่ด้านการสื่อสาร แต่ก็ยังเป็นข้อถกเถียงในวงการศาสนาถึงอิสระในการสื่อสารที่นับวันจะมีวิธีการที่รุนแรงมากขึ้น

การให้ข้อมูล (Informing) องค์กรศาสนาหลักๆ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตว่ามีทรงพลังและมีประสิทธิภาพมาก สามารถนำมาใช้ในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรและให้บริการชุมชนศาสนาของตนเองด้านความรู้แก่สมาชิกและผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก อีกทั้งการมีเว็บไซต์ยังแสดงถึงความน่าเชื่อถือและความเป็นตัวตนขององค์กรศาสนานั้นๆ

การเรียนรู้ (Learning) เอกสารหรือคัมภีร์ทางศาสนาต่างๆ ไม่ได้ถูกเก็บเอาไว้ส่วนกลางแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์

การสัมผัสประสบการณ์ (Experiencing) พื้นที่ในอินเทอร์เน็ต (Liminal space) เปิดโอกาสใหม่ให้สัมผัสประสบการณ์ทางศาสนาหรือจิตวิญญาณผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ได้ ทั้งการชิบชับ การคลิกหนี ความเป็นหนึ่งเดียว และความเป็นชุมชน อีกทั้งยังเป็นประสบการณ์ที่ปรับแต่งให้เหมาะกับการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบของคนสมัยใหม่ได้อีกด้วย

การปฏิบัติ (Practising) การปฏิบัติในเชิงศาสนาถูกอำนวยความสะดวกด้วยการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้ซึ่งพื้นที่ในอินเทอร์เน็ต (Online World) สามารถเป็นสถานที่ประกอบพิธีได้ เช่นเดียวกับที่เป็นเครื่องมือหรือแรงบันดาลใจสำหรับการอุทิศตนเพื่อศาสนาในโลกแห่งความเป็นจริง (Offline World)

การค้นหา (Seeking) อินเทอร์เน็ตได้เปิดโอกาสการแสวงหาทางจิตวิญญาณที่ไม่มีที่สิ้นสุดให้กับผู้ที่ค้นหาความสุขทางจิตวิญญาณ และเปรียบเหมือนประตูที่นำไปสู่สวรรค์หรือเป็นทางลัดไปสู่นิพพานหรือความเป็นนิรันดร์

การทำให้เป็นการค้า (Commodifying) การทำการตลาดกับศาสนากลายเป็นการทำธุรกิจขนาดใหญ่ในอินเทอร์เน็ต สินค้าที่ตอบสนองความต้องการทางจิตวิญญาณสามารถนำมาขายเป็นสินค้าได้ทั้งสิ้น รวมไปถึงความรู้ด้วย

การให้การสนับสนุน (Advocating) กิจกรรมศาสนาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ด้านศาสนา เพื่อตัวศาสนาเอง การเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรม หรือในรูปแบบของสิทธิมนุษยชน ฯลฯ ประสบความสำเร็จอย่างมากด้วยการใช้การสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

การแก้ปัญหาและการช่วยเหลือเยียวยา (Healing and problem-solving) การช่วยรักษาความเจ็บป่วยและช่วยหาทางแก้ไขปัญหออนไลน์ดูเหมือนว่าจะประสบความสำเร็จอย่างมาก เพราะบุคคลสามารถส่งปัญหาของตนไปปรึกษากับบุคคลอื่นได้ กลุ่มศาสนาบางกลุ่มได้ตั้งกระทู้เกี่ยวกับปัญหาต่างๆและเรื่องเล่าในเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้มีการเปรียบเทียบปัญหาของตนเองกับผู้อื่น เกิดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

จากมุมมองดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปรูปแบบการใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ในเชิงศาสนาได้เป็นหลักใหญ่ๆ ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์ด้านการเป็นแหล่งข้อมูล
2. การใช้ประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารและสร้างชุมชนออนไลน์และออฟไลน์
3. การใช้ประโยชน์ในการประกอบพิธีกรรมและเป็นศาสนสถาน

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตกับศาสนา ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง *CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online*¹⁹ โดยเอลเนา ลาเซน (Elena Larsen) พบว่าคนอเมริกันราว 28 ล้านคน หรือคิดเป็น 25% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วประเทศ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลเรื่องศาสนาหรือเรื่องของจิตวิญญาณและใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อกับผู้อื่นเพื่อเหตุผลทางศาสนาในการดำเนินชีวิตตามแนวทางความเชื่อความศรัทธาของตน อย่างไรก็ตามผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตมักจะเข้าเว็บไซต์เพื่อสืบค้นข้อมูลมากกว่าการเข้ามาเพื่อการสื่อสาร

¹⁹ CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online [Online], 31 January 2010, Retrieved from <http://www.pewinternet.org/Reports/2001/CyberFaith-How-Americans-Pursue-Religion-Online.aspx>

กิจกรรมยอดนิยมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมักจะทำคือ การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อ ความศรัทธาของตนเองและแสวงหาข้อมูลของความเชื่ออื่นๆด้วย และผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลทางศาสนารู้สึกสะดวกใจในการให้คำปรึกษาเรื่องจิตวิญญาณทางเว็บไซต์มากกว่าจะเป็น ผู้ขอรับคำปรึกษา

จากการวิจัยด้านผลที่มีต่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แสวงหาข้อมูลทางศาสนา พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือเสริมที่ช่วยเสริมพลังให้กับความเชื่อที่มีอยู่ให้หนักแน่นกว่าเดิมและ รู้สึกมีความผูกพันกับความเชื่ออื่นๆและศาสนสถานที่ตนไปเป็นประจำ และยังพบอีกว่าช่วย พัฒนาจิตวิญญาณได้ในระดับหนึ่ง

กิจกรรมโปรดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมักจะทำ ได้แก่ กิจกรรมประเภทการอ้างอิงและการศึกษา (การหาข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อของตนเอง การหาข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่ออื่น) ประเภทกิจกรรมทางสังคม (ส่งอีเมลเพื่อขอการสวดมนต์) ประเภทการให้คำปรึกษาและสนับสนุน (รับคำปรึกษาด้านจิตวิญญาณทางอีเมล) ประเภทการบอกรับข่าวสารเป็นประจำ และ ประเภทการบริจาคเงินสนับสนุน

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อจุดประสงค์ทางศาสนา กล่าวว่าตนเองเป็นผู้ที่มีความเชื่อความศรัทธาต่อศาสนาของตนอย่างแรงกล้าทั้งในโลกออนไลน์และในโลกความเป็นจริงและการสืบค้นข้อมูลในอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายกว่าการหาข้อมูลโดยวิธีอื่น

อย่างไรก็ดีในการวิจัยพบว่ามีข้อที่น่าเป็นกังวลจากคนส่วนใหญ่ คือ อินเทอร์เน็ต อาจจะเป็นช่องทางที่ง่ายของกลุ่มศาสนาชายขอบหรือกลุ่มศาสนาเล็กๆที่อาจจะใช้ช่องทาง อินเทอร์เน็ตทำอันตรายต่อผู้อื่นได้

ด้วยประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงสถานะผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ยืดหยุ่นมากขึ้น และไม่จำกัดอยู่ที่กลุ่มหรือองค์กรเท่านั้น หากแต่บุคคลธรรมดาก็สามารถเป็นผู้ผลิตสารและผู้รับสารได้ด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่เปลี่ยนไปนี้ อัลวิน ทอฟเลอร์ (Alvin Toffler) ได้คิดค้นคำใหม่ใช้เรียกผู้ผลิตสารและผู้บริโภคสารในคนเดียวว่า Prosumer ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่ผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อการใช้งานของตนเอง เพื่อความพึงพอใจ มากกว่าที่จะผลิตขึ้นเพื่อค้าขายหรือแลกเปลี่ยน²⁰ Prosumer เป็นการประกอบคำใหม่ขึ้น จากคำว่า **Producer** ที่แปลว่าผู้ผลิต และคำว่า **Consumer** ที่แปลว่าผู้บริโภค ทอฟเลอร์ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า หนึ่งในผลกระทบของกลุ่ม Prosumer ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร คือ Prosumer สามารถผลิตความรู้ แพร่กระจายและเก็บสะสมความรู้ได้อย่างรวดเร็วในโลกออนไลน์ ข้อมูล ความรู้จำนวนมากที่มีในโลกออนไลน์มักจะนำมาเผยแพร่ด้วยความพึงพอใจ โดยไม่คิดมูลค่า จากคุณสมบัติใหม่และประโยชน์จากการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์นี้เอง ทำให้การสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาสามารถทำได้อย่างแพร่หลายและทำได้ง่ายขึ้น

²⁰ Toffler Alvin, Heidi, Revolutionary Wealth, (New York : Alfred A. Knopf, 2006).

เส้นแบ่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารถูกทำให้เลือนลางลงในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ โดยไม่จำกัดอยู่เพียงองค์กรศาสนาที่เกี่ยวข้องเท่านั้น บุคคลธรรมดาที่มีความสนใจและศรัทธาพระพุทธรศาสนาก็สามารถสื่อสารและนำเสนอเนื้อหาพระพุทธรศาสนาผ่านเว็บไซต์ได้เช่นเดียวกับศิลปินจิตรกรรมฝาผนังที่ได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานจากแนวคิดทางพระพุทธรศาสนา บุคคลธรรมดาที่ก่อตั้งเว็บไซต์ก็ได้รับแรงบันดาลใจจากพระพุทธรศาสนาให้เผยแพร่ศาสนาอีกทางหนึ่ง อีกทั้งต้นทุนทางการเปิดเว็บไซต์หนึ่งหรือการสื่อสารในเว็บไซต์ยังทำได้ง่ายและสะดวกซึ่งไม่มีภาระและเงื่อนไขด้านทางเทคนิคและการเงิน กระบวนการสื่อสารไม่ซับซ้อนเท่าการสื่อสารแบบสื่อสารมวลชน

ด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น ก่อให้เกิดโลกเสมือนจริงที่ผู้ใช้ช่วยกันสร้างขึ้นและเข้าเป็นสมาชิกในโลกอินเทอร์เน็ต สร้างตัวตนขึ้น มีการสื่อสาร และเป็นสมาชิกในชุมชนโลกเสมือน ซึ่งโลกเสมือนของแต่ละบุคคลก็แตกต่างกันไปตามความสนใจส่วนบุคคล สำหรับคนที่ศรัทธาและสนใจพระพุทธรศาสนา ก็อาจจะเข้าสู่โลกเสมือนจริงในเว็บไซต์พระพุทธรศาสนาและสร้างตัวตนและมีส่วนร่วมในชุมชนนั้นๆ ทั้งนี้การสร้างเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จและมีสมาชิกจำนวนมากเพื่อให้เกิดเป็นชุมชนออนไลน์ที่มีการติดต่อสื่อสารและมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา ผู้สร้างเว็บไซต์จำเป็นต้องรู้และเข้าใจวิธีการสร้างเว็บไซต์ให้เป็นชุมชนออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ ดังเช่น แนวคิดการสร้างชุมชนบนเว็บไซต์

แนวคิดการสร้างชุมชนบนเว็บไซต์มีขั้นตอนที่สำคัญ 9 ประการ (Amy Jo Lim, อ้างถึงใน กรรณิกา เชาว์วิวัฒนกุล)

1. วัตถุประสงค์ในการสร้างชุมชนบนเว็บไซต์ชัดเจน

ผู้ออกแบบต้องทราบว่าจุดประสงค์ของเว็บไซต์เหมาะกับคนกลุ่มใด เว็บไซต์นั้นเหมาะสมกับคนกลุ่มที่จะเข้ามาร่วมพัฒนา เนื่องจากความนิยมในตัวเว็บไซต์จะตามมาต่อเมื่อเว็บไซต์สามารถตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้เข้าชม

2. การสร้างความหลากหลายในชุมชนบนเว็บไซต์

ในเว็บไซต์ต้องรวมหลายสถานที่เข้าไว้ด้วยกัน เช่น มุมหนังสือ ร้านฟังเพลง ที่ทำงาน เป็นต้น โดยชุมชนบนเว็บไซต์จะรวมผู้คนต่างกลุ่มเข้ามาอยู่รวมกันภายในเว็บไซต์ ซึ่งการดึงดูดให้คนมารวมกันสามารถทำได้ด้วยการตั้งห้องสนทนา (Chat room) ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความต้องการและความสนใจของผู้ชมเป็นหลัก

3. การให้สมาชิกแสดงตัวตนในชุมชนบนเว็บไซต์

โดยทั่วไปคนในสังคมจะแสดงความเป็นตัวตนตามลักษณะสังคมที่ตนเองอยู่ในเชิงจิตวิทยา เมื่อคนเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต เขามักจะใช้ความรู้สึกในการเข้าร่วมสังคมเป็นหลัก ดังนั้นในแต่ละเว็บไซต์จะต้องมีการแสดงลักษณะตัวตนของสมาชิกอย่างชัดเจนและต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสมาชิก วิธีการนี้ทำให้เว็บไซต์มีจุดยืนที่โดดเด่นกว่าเว็บไซต์ทั่วไป กล่าวคือ ข้อมูลสมาชิกเหล่านี้จะสร้าง

ความเชื่อใจให้เกิดขึ้นภายในเว็บไซต์และช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ของสมาชิกให้มีความเชื่อใจกันมากขึ้น

4. การทำให้สมาชิกเป็นคนสำคัญในชุมชนเว็บไซต์

วิธีการหนึ่งคือ ทำให้สมาชิกหน้าใหม่กลายเป็นคนสำคัญในเว็บ เช่น จากเดิมอาจจะเข้ามาเพื่อเล่นเกมในเว็บ ผู้ทำเว็บไซต์ต้องทำให้เขามาเล่นเกมทุกวัน โดยอาจจัดเป็นการแข่งขัน เพื่อให้ผู้ชมติดตามเว็บไซต์ เป้าหมายหลักคือ ต้องเปลี่ยนความรู้สึกของผู้ชมจากการเป็นผู้เข้าชมเว็บไซต์ธรรมดาเป็นความรู้สึกว่าเว็บไซต์นี้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

5. การสร้างผู้นำทางความคิดในชุมชนเว็บไซต์

รูปแบบเว็บไซต์แบบชุมชน (Community) ควรมีผู้นำทางความคิด โดยผู้นำทางความคิดเหล่านี้อาจเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ข้อมูลในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมที่มีข้อสงสัยสามารถสอบถามได้ ทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์รู้สึกมีส่วนร่วมเว็บไซต์นั้นๆมากยิ่งขึ้น

6. การสร้างกฎ กติกา ในการอยู่ร่วมกัน

ทุกชุมชนบนเว็บไซต์มักมีพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ซึ่งย่อมต้องมีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันขึ้น ดังนั้นจึงควรตั้งกฎพื้นฐานในการมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็นและใช้กฎดังกล่าวควบคุมมาตรฐานการมีส่วนร่วมในเว็บไซต์

7. การจัดกิจกรรม

ควรจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิก เช่น นัดพบปะเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์

8. การมีกิจกรรมในวันสำคัญ

รูปแบบการจัดชุมชนบนเว็บไซต์ที่ได้รับการยอมรับและได้รับความนิยมในทุกๆ เว็บไซต์คือ การดัดแปลงรูปแบบเว็บไซต์ให้เป็นไปตามเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการรวบรวมแบบแผนกิจกรรมของแต่ละบุคคลให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน วิธีการนี้จะช่วยให้ชุมชนบนเว็บไซต์แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว

9. การสร้างกลุ่มในชุมชน

หากต้องการเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ให้มากยิ่งขึ้น ผู้ออกแบบเว็บไซต์ควรใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สมาชิกเชื่อมโยงไปยังหน้าต่างๆของเว็บไซต์ได้โดยง่าย ด้วยวิธีการนี้เป็นโอกาสทำให้สมาชิกเกิดความจงรักภักดีต่อเว็บไซต์นั้นๆ เพราะสมาชิกจะจดจำเว็บไซต์ได้ดี

นอกจากการจัดทำรูปแบบเว็บไซต์และกิจกรรมบนเว็บไซต์ดังกล่าวไปแล้วเพื่อสร้างชุมชนออนไลน์แล้ว และการพัฒนาเทคโนโลยี WEB 2.0 ที่ทำให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการใช้งานมากยิ่งขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ข้อมูลในเว็บไซต์ร่วมกันโดยการสร้างสรรค์เนื้อหา แลกเปลี่ยน และกระจายข้อมูลเพื่อแบ่งปันกันได้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่มและ

องค์กร ซึ่งได้ประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์อีกด้วย จนกระทั่งมาถึงช่วงประมาณปี พ.ศ. 2547 ได้เกิดเว็บไซต์รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า **Social Networking Sites** เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม หรือ Social Media ที่มีรูปแบบของเว็บไซต์เป็นพื้นฐาน ใช้สำหรับเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ความคิดเห็น ความสนใจร่วมกันตลอดจนข้อมูลอื่นๆ

Social Networking Sites หมายถึงเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสารหรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน ผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ ทำให้คนสามารถเชื่อมโยงกันมากขึ้น ปัจจุบัน การสื่อสารแบบนี้ ทำได้ทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือเท่านั้น เนื้อหาของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมโดยทั่วไปเปรียบได้หลายรูปแบบ ทั้งกระดานความคิดเห็น (Discussion boards), เว็บบล็อก (Weblogs), วิกี (wikis), Podcasts, รูปภาพ และวิดีโอ ส่วนเทคโนโลยีที่รองรับเนื้อหาเหล่านี้ก็รวมถึง เว็บบล็อก (Weblogs), เว็บไซต์แชร์รูปภาพ, เว็บไซต์แชร์วิดีโอ, เว็บบอร์ด, อีเมล, เว็บไซต์แชร์เพลง, Instant Messaging, เครื่องมือและโปรแกรมที่ให้บริการ VoIP (Voice over IP) เป็นต้น²¹

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมยังแบ่งออกได้เป็นหมวดตามประเภทรูปแบบและการใช้งาน เช่น หมวดการสื่อสาร, หมวดความร่วมมือและแบ่งปัน, หมวดมัลติมีเดีย, หมวดรีวิวและแสดงความคิดเห็น และ หมวดบันเทิง

- หมวดการสื่อสาร (Communication)

- Blogs: Blogger, LiveJournal, TypePad, WordPress, Vox
- Internet forums: vBulletin, phpBB
- Micro-blogging: Twitter, Plurk, Pownce, Jaiku
- Social networking: Avatars United, Bebo, Facebook, LinkedIn, MySpace, Orkut, Skyrock, Netlog, Hi5, Friendster, Multiply
- Social network aggregation: FriendFeed, Youmeo
- Events: Upcoming, Eventful, Meetup.com

- หมวดความร่วมมือ และแบ่งปัน (Collaboration)

- Wikis: Wikipedia, PBwiki, wetpaint
- Social bookmarking: Delicious, StumbleUpon, Stumpedia, Google Reader, CiteULike
- Social news: Digg, Mixx, Reddit
- Opinion sites: epinions, Yelp

²¹ **Social Media** มันคืออะไร ?, [ออนไลน์] 23 พฤศจิกายน 2553 แหล่งที่มา <http://www.marketingoops.com/digital/social-media/what-is-social-media/>

- หมวด มัลติมีเดีย (Multimedia)
 - Photo sharing: Flickr, Zoomr, Photobucket, SmugMug
 - Video sharing: YouTube, Vimeo, Revver
 - Art sharing: deviantART
 - Livecasting: Ustream.tv, Justin.tv, Skype
 - Audio and Music Sharing: imeem, The Hype Machine, Last.fm, ccMixer
- หมวด รีวิว และแสดงความคิดเห็น (Reviews and Opinions)
 - Product Reviews: epinions.com, MouthShut.com, Yelp.com
 - Q&A: Yahoo Answers
- หมวดบันเทิง (Entertainment)
 - Virtual worlds: Second Life
 - Online gaming: World of Warcraft, EverQuest, Age of Conan, Spore (2008 video game)
 - Game sharing: Miniclip

เว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมในหมู่คนไทย คือ หมวดการสื่อสาร ประเภท Social Networking คือ Facebook และ Hi5 ประเภท Multimedia: Video sharing คือ YouTube.com

Social Media Landscape



ภาพที่ 1 แผนภูมิ Social Media

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ไม่เพียงเข้าไปมีบทบาทในประเด็นรูปแบบการสื่อสารในเว็บไซต์ การปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่ และการสร้างชุมชนในโลกออนไลน์ที่ได้เข้ามามีบทบาทให้การสื่อสารและสังคมเปลี่ยนแปลงไปเท่านั้น หากแต่ยังมีบทบาทเปลี่ยนแปลงแนวคิดด้านการตลาด (Marketing Theory) ในเรื่องต้นทุนซึ่งเป็นประเด็นที่

สำคัญที่สุดในเชิงการตลาด และยังส่งผลต่อไปยังประเด็นเรื่องการกำหนดประเด็นในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเปิดโอกาสให้เกิดเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยกลุ่มบุคคลธรรมดาได้ สุวัฒน์ และ ภาวนา ได้รวบรวมและเรียงเรียงความหมายของการตลาด แนวคิดการตลาด ส่วนประสมการตลาด และกลยุทธ์การตลาด²² ไว้ดังต่อไปนี้

ความหมายและภาพรวมของการตลาด

การตลาด (Marketing) หมายถึง กระบวนการทำงานของธุรกิจที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ จากความหมายดังกล่าว ได้มีการพัฒนาการตลาดมาอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเอากระบวนการทางการตลาด (Marketing process) เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานของธุรกิจรวมถึงการนำเอาเครื่องมือหรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix- 4Ps) มาใช้ด้วย

แนวความคิดต่าง ๆ ด้านการตลาด (Marketing Concept)

มีแนวคิดด้านการตลาด 5 แนวคิดเรียงตามลำดับการเกิดขึ้นก่อนหลังดังนี้

1. แนวความคิดด้านการผลิต (Production concept)

เป็นแนวคิดที่ยึดหลักว่าผู้บริโภคจะพอใจในผลิตภัณฑ์ที่หาได้ง่ายและต้นทุนต่ำ แนวคิดนี้ผู้บริหารจะให้ความสำคัญเรื่องประสิทธิภาพการผลิตที่ดีแต่ต้นทุนต่ำ และการจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง

2. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยคิดว่าผลิตภัณฑ์เท่านั้นที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นอยู่รอด

3. แนวความคิดด้านการขาย (Selling Concept)

แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดๆที่ปราศจากความพยายามในการขายและการส่งเสริมการขาย โดยมีเป้าหมายคือ กำไรจากยอดขาย

4. แนวความคิดด้านการตลาด (Marketing Concept)

เป็นแนวคิดการตลาดยุคใหม่โดยคำนึงถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากนั้นก็เอาส่วนประสมด้านการตลาด (Marketing Mix- 4Ps) มาใช้ร่วมกัน เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์นั้น

5. แนวความคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing)

เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการตลาดโดยคำนึงถึงสวัสดิภาพในระยะยาวของผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปในสังคม มักเล็งเห็นถึงประโยชน์ร่วมกันของทั้งผู้ขายและผู้บริโภค เพราะ

²² สุวัฒน์ ศิริรินทร์, ภาวนา สายชู, MBA Handbook, ออฟเซ็ท, กรุงเทพฯ, 2552 พิมพ์ครั้งที่ 11

นอกจากจะมีผลต่อยอดขายและกำไรของผู้ขายแล้ว ยังมีผลต่อความภักดีของผู้ซื้อที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคมโดยรวมด้วย

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix- 4Ps)

เป็นเครื่องมือพื้นฐานทางการตลาดที่สำคัญที่นำมาประยุกต์ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสินค้าหรือบริการที่นำเสนอต่อผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงเป้าหมายขององค์กร

ราคา (Price) หมายถึงสิ่งที่ลูกค้าจ่ายไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ต้องการซึ่งนับว่าเป็นต้นทุนของลูกค้า โดยลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าสินค้าในความรู้สึกของตนเองกับราคาสินค้า ถ้าคิดว่าคุ้มค่าจึงจะซื้อสินค้านั้นๆ ดังนั้นจึงควรคำนึงถึงการกำหนดราคา การยอมรับของลูกค้าด้วยว่าสินค้านั้นมีมูลค่าสูงกว่าราคาที่กำหนดหรือไม่ นอกเหนือจากการคำนึงถึงต้นทุนสินค้าของบริษัท รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องอื่นๆในการแข่งขันทางการตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เกี่ยวข้องกับกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การผลิต (Manufacturing) การขนส่ง (Transportation) การคลังสินค้า (Warehousing) การค้าส่ง (Wholesaling) การค้าปลีก (Retailing)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าและบริษัทระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมการซื้อ (Behavior) ซึ่งอาจใช้คน/พนักงานขาย หรืออาจจะไม่ใช้คนก็ได้

หนึ่งในวิธีการส่งเสริมการตลาด คือ การส่งเสริมการขาย ซึ่งมีหลายแบบ ได้แก่

- ของแถม (Premiums) ซึ่งอาจให้ไปพร้อมกับสินค้าหรือแลกซื้อสินค้าอื่นได้ในราคาพิเศษ
- ส่วนลด (Discounts) คือ ลดราคาจากราคาที่ตั้งไว้
- ซื้อสองชิ้นในราคาเดียว (Twooffers) คือ การให้ส่วนลดชนิดหนึ่ง
- คูปอง (Coupons) เป็นหลักฐานที่บริษัทแจกให้กับลูกค้า หรือลูกค้าตัดมาจากสิ่งพิมพ์ต่างๆเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าหรือนำไปแลกสินค้าหรือบริการได้ฟรี
- ตัวอย่างสินค้า (Samples) แจกให้กับลูกค้าเพื่อทดลองใช้
- การชิงโชค(Sweepstakes) เป็นการจับฉลากหรือขึ้นส่วนเพื่อมองรางวัลให้กับผู้โชคดี
- การจัดประกวดแข่งขัน (Contests) มีการมอบรางวัลให้ผู้ชนะ
- สิ่งจูงใจ (Incentives) เป็นการเสนอส่วนลดหรือข้อเสนอพิเศษให้กับพนักงานหรือร้านค้าปลีกเพื่อกระตุ้นยอดขายให้ถึงเป้าที่กำหนด

- การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์(Product publicity) ซึ่งบริษัทเป็นผู้เผยแพร่ เช่น การจัดแถลงข่าว

นอกจากส่วนประกอบทางการตลาดที่เน้นความสำคัญของราคาและต้นทุนการผลิตอย่างมาก ด้านกลยุทธ์ในการทำธุรกิจก็ยังมีมุ่งเน้นให้ได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ซึ่งเน้นเรื่องต้นทุนการผลิตที่ต่ำเป็นอันดับแรก

กลยุทธ์ระดับธุรกิจหรือกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

- กลยุทธ์ต้นทุนต่ำหรือการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy)
เป็นวิธีการเอาชนะหรือสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งด้วยการขายราคาที่ต่ำกว่าแต่คุณภาพของสินค้า/บริการอยู่ในระดับที่แข่งขันทางกลยุทธ์ได้ โดยต้องมีการผลิตที่มากพอที่จะทำให้เกิดการประหยัด (Economy of Scale) ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในกระบวนการผลิต ระบบการบริหารจัดการและพลาธิการที่มีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiates Strategy)
คือกลยุทธ์ที่องค์กรต้องการเอาชนะคู่แข่งด้วยการสร้างความแตกต่างในตัวบริการ/สินค้า เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของสินค้า/บริการที่สูงกว่าคู่แข่ง
- กลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่มลูกค้า (Focus Strategy)
คือกลยุทธ์ที่องค์กรมุ่งผลิตสินค้า/บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้ผลิตหรือผู้บริการรายใด ถือว่าเป็นช่องทางทางการตลาดที่ไม่มีคู่แข่งทางธุรกิจ

จากแนวคิดต่าง ๆ ด้านการตลาดต่าง ๆ ที่เน้นความสำคัญต่างกัน ผู้วิจัยพบว่าเกือบทุกแนวคิดเน้นสิ่งที่เหมือนกันคือ บริษัทเจ้าของธุรกิจต้องใช้ต้นทุนที่น้อยที่สุด เพื่อให้ได้ยอดขายและกำไรที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงต้องผลิตสินค้าหรือบริการในปริมาณมากและตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ให้ได้ โดยใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำหรือการเป็นผู้นำด้านต้นทุนเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ในทางเดียวกันกับผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าจากความพอใจและความคุ้มค่าของราคาซึ่งนับว่าเป็นต้นทุนของลูกค้าเช่นกัน จึงนับว่าปัจจัยเรื่องต้นทุนและราคาเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการตลาด

เมื่อการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (CMC) และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคม ก็ได้ส่งผลต่อแนวคิดด้านการตลาดของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายสินค้าหรือบริการแบบใหม่โดยใช้เว็บไซต์เป็นสื่อกลางจะช่วยลดต้นทุนด้าน ราคา (Price) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการตลาด ช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และช่วยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ได้เข้ามาบรรเทาข้อจำกัดด้านต้นทุนและราคาและทำให้ผลกำไรเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเว็บไซต์ได้ช่วยให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้นโดยใช้เงินลงทุนน้อยลง เพราะการก่อตั้งเว็บไซต์หนึ่งๆ ใช้ต้นทุนไม่มาก อีกทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการหาช่องทางการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากเว็บไซต์ก็สามารถเป็นช่องทางในการขายสินค้าได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งไปช่วยลดต้นทุนในการมีหน้าร้านค้า ค่าเช่าสถานที่ได้อย่างชัดเจน

อีกทั้งยังปรับเปลี่ยนแนวคิดทางการตลาดจากเดิมที่ต้องผลิตให้ได้จำนวนมาก เพื่อตอบสนองคนจำนวนมากเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไร แต่เมื่อนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่มาใช้จึงสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ยังเป็นช่องว่างทางการตลาดที่สามารถสร้างกำไรได้อีกทางหนึ่ง และจากการเข้ามาของการใช้เว็บไซต์นี้เองได้เปิดโอกาสให้มีผู้เล่นในตลาดมากขึ้น เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดเรื่องเงินและต้นทุนในการนำเสนอสินค้าหรือบริการอีกต่อไป

ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดด้านการตลาดสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรได้ เช่น เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอข้อมูลธรรมะที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและเพื่อเผยแพร่คำสอนทางพระพุทธศาสนาโดยไม่คิดมูลค่า

อีกทั้งการตลาดยังไม่ได้จำกัดอยู่ที่ตัวสินค้าอย่างเดียว แต่ยังหมายถึงการทำการตลาดด้านความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เพื่อเผยแพร่แนวคิดนั้นๆ ออกสู่สังคมได้เช่นกัน อีกทั้งการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ได้เข้ามาส่งเสริมปัจจัยด้านราคาในสวนประสมการตลาด

เนื่องจากการสื่อสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารที่ต้นทุนต่ำหรือแทบไม่มีต้นทุนเลยทั้งสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภค อีกทั้งราคาเป็นส่วนประสมที่สำคัญในการตลาด ดังเช่นงานวิจัยของตุลยา สุขนอก เรื่องกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจเว็บไซต์²³ พบว่าการทำการตลาดในเว็บไซด์นั้น เน้นที่ค่าใช้จ่ายราคาถูก เพราะกลยุทธ์แรกที่นำมาใช้ คือ การประชาสัมพันธ์และการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดแต่ได้ผลในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มลูกค้า และงานวิจัยของ อัญชลี ธรรมวิจารณ์ เรื่องอนาคตของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย²⁴ พบว่าองค์กรธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดกลางจะเป็นกลุ่มที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอนาคต เนื่องจากการลดต้นทุน เพราะการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการดำเนินงานด้านพาณิชย์และธุรกิจไปในตัว

เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตตัดภาวะเรื่องราคาออกไป มีผลต่อไปยังการกำหนดเนื้อหาหรือการกำหนดแนวทางการนำเสนอเนื้อหาหรือประเด็นหนึ่งในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา เพราะเจ้าของเว็บไซต์ก็สามารถกำหนดและนำเสนอเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างอิสระ ไม่จำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมความสนใจคนจำนวนมากและทำเนื้อหาเพื่อการค้าและผลกำไรรวมไปถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ก็อาจจะแตกต่างออกไปสามารถจัดทำเนื้อหาตามความสนใจและความพอใจสำหรับกลุ่มคนเป้าหมายได้

นอกเหนือจากการสื่อสารโดยตรงจากบริษัทการตลาดไปยังผู้บริโภคแบบมวลชนฝ่ายเดียว บุคคลทั่วไปสามารถเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลทั้งในแง่ดีและแง่เสีย เกี่ยวกับองค์กรหนึ่งๆได้

²³ ตุลยา สุขนอก, "กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจเว็บไซต์", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการโฆษณา, ภาควิชาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544)

²⁴ อัญชลี ธรรมวิจารณ์, "อนาคตของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

อย่างมีประสิทธิภาพ แม้คนที่ไม่ใช่ภัณฑกรตลาดหรือองค์กรการตลาดก็สามารถปรับเทคนิคการแพร่กระจายสินค้าได้ ได้ เช่น กลุ่มพระชาวออสเตรเลียได้เซ็นสัญญากับบริษัทยูนิเวอร์แซล ซึ่งเป็นผลจากการร้องเพลงสวด Gregorian แล้วนำลงเว็บไซต์ youtube.com²⁵

นอกเหนือจากการศึกษาวิเคราะห์วิธีการสื่อสารและรูปแบบนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาในเว็บไซต์แล้ว การวิจัยครั้งนี้ยังได้ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้เห็นว่าการสื่อสารใหม่ที่มีประโยชน์และประสิทธิภาพด้านใดบ้าง ซึ่งได้มีงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์จากการสื่อชนิดใหม่มาบ้างแล้ว ได้แก่ งานวิจัยดังต่อไปนี้

งานวิจัยที่ศึกษาเว็บไซต์ที่มีบทบาทด้านสังคมและการเมือง เช่น งานวิจัยเรื่อง *เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนในฐานะสื่อประชาสังคม* โดย เจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ²⁶ พบว่าเว็บไซต์มีประโยชน์ในการนำเสนอบทความทางวิชาการที่อ่านได้ยากเพื่อเพิ่มเติมความรู้ และสื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นการเสริมพลังผู้ใช้งานในการทำหน้าที่เป็นนายประตู่ข่าวสารของเว็บมาสเตอร์

บทบาททางการเมืองของเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนในช่วงวิกฤติการณ์ทางการเมืองปี พ.ศ. 2549 - พ.ศ. 2550 โดย ธิดา แยมบุปผา พบว่าเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนได้แสดงออกถึงมิติของสื่อภาคประชาชนด้านการวิเคราะห์วิจารณ์แนวโน้มของเหตุการณ์ทางการเมืองได้อย่างเด่นชัดที่สุด และมีมิติด้านพื้นที่สาธารณะที่สะท้อนออกมาสูงสุดคือ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน นอกจากนี้ยังพบอีกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตมีข้อจำกัดในการแพร่กระจาย คือ จำกัดเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลางเท่านั้น

งานวิจัยที่ศึกษาเว็บไซต์ที่มีบทบาทด้านสุขภาพ เช่น งานวิจัยเรื่อง *ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร* โดย จริมา ทองสวัสดิ์²⁷ พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพ ความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพ และความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

งานวิจัยเว็บไซต์ที่มีบทบาทด้านการศึกษา เช่น งานวิจัยเรื่อง *การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหารสถาบันราชภัฏอุดรธานี* โดยเสกสรร สายสีสอด²⁸

²⁵ Owen Robert, Humphrey Patricia , "The structure of online marketing communication channels", In *Journal of Management and Marketing Research*, [Online], 3 February 2010 , Retrieved from <http://www.aabri.com/manuscripts/09135.pdf>

²⁶ เจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ, "เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนในฐานะสื่อประชาสังคม", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550)

²⁷ จริมา ทองสวัสดิ์, "ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545).

²⁸ เสกสรร สายสีสอด, "การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหารสถาบันราชภัฏอุดรธานี", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542).

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการเรียนรู้ด้วยตนเองและเป็นการประหยัดเวลาในการค้นคว้า อาจารย์ใช้ประโยชน์ด้านฐานข้อมูลทางการศึกษาที่กว้างขวางและหลากหลาย ผู้บริหารสถาบันใช้ประโยชน์ด้านการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง

ตลอดจนงานวิจัยที่ให้ความสำคัญกับผู้พิการในสังคม เช่น งานวิจัยเรื่อง *การเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตของผู้พิการทางสายตาในประเทศไทย* โดย ชลิตา ชื่อตรง²⁹ พบว่านโยบายที่ส่งเสริมการเข้าถึงสารสนเทศของผู้พิการทางสายตาของภาครัฐถูกนำมาปฏิบัติให้เกิดผลในปริมาณน้อย และผู้พิการทางสายตายังประสบปัญหาการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศในเกือบทุก ๆ สื่อ เนื่องจากปัจจัยเรื่องเทคโนโลยีที่มีราคาแพงและการออกแบบเว็บไซต์ที่ไม่รองรับการเข้าถึงสารสนเทศของผู้พิการทางสายตา การขาดความรู้และความไม่เอื้ออำนวยของระบบสังคมและการสนับสนุนจากผู้วางนโยบายและผู้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และพบว่าผู้พิการทางสายตาส่วนใหญ่คิดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศของผู้พิการทางสายตาได้

งานวิจัยที่ศึกษาเว็บไซต์ที่มีบทบาทต่อการสื่อสารมวลชน เช่น ในงานวิจัยเรื่อง *การใช้สารสนเทศจากสำนักข่าวและอินเทอร์เน็ตเพื่อการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์* โดย สรชัย กมลลิ้มสกุล³⁰ จากการวิจัยพบว่า สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศใน 5 รูปแบบ คือ ใช้เนื้อหาและภาพเพื่อออกอากาศ, เพื่อหาประเด็นข่าว, ใช้หาประวัติแหล่งข่าวและหน่วยงานเพื่อไปสัมภาษณ์, เพื่อประกอบการเขียนข่าวหรือปฏิบัติงานข่าว และใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงบทข่าว

งานวิจัยที่ศึกษาเว็บไซต์ที่มีบทบาทในการประสานสังคม เช่น ในงานวิจัยเรื่อง *บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม* โดย สายชล บุรณกิจ³¹ พบว่าเว็บไซต์ไทยมีบทบาทในการเชื่อมโยงประสานสังคมด้วยการเสนอข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีการติดต่อแบบสองทางแบบต่อเนื่องระหว่างผู้ใช้บริการกับเว็บมาสเตอร์ ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ขยายฐานสังคมด้วยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ การเชื่อมโยงข้อมูลส่งผลทางการตลาดให้กลายเป็นตลาดโลกาภิวัตน์ และมีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรม โดยการนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่มีความสอดคล้องกับกรอบการรณรงค์วัฒนธรรมไทย

งานวิจัยที่ศึกษาเว็บไซต์ที่มีบทบาทต่อการตลาด เช่น ในงานวิจัยเรื่อง *การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ* โดย ปิยวรรณ หอมถวิล³² พบว่าองค์กรธุรกิจต่างๆ เห็นความสำคัญเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้าถึงคนได้

²⁹ ชลิตา ชื่อตรง, "การเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตของผู้พิการทางสายตาในประเทศไทย", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาสารสนเทศ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550).

³⁰ สรชัย กมลลิ้มสกุล, "การใช้สารสนเทศจากสำนักข่าวและอินเทอร์เน็ตเพื่อการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546).

³¹ สายชล บุรณกิจ, "บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)", ภาควิชาสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

³² ปิยวรรณ หอมถวิล, "การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541)

จำนวนมาก และเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการเป็นช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดเป็นอย่างดี

งานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ตและเนื้อหาพระพุทธศาสนาพบว่ามีการศึกษาการสื่อสารสำหรับกลุ่มเยาวชน ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์ โดย พุฒิรัตน์ กมลชัยสกุล³³ ที่ศึกษา รูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมผ่านเว็บไซต์เพื่อเยาวชน โดยศึกษา 3 เว็บไซต์ ได้แก่ www.tamdee.net, www.budpage.com , www.jaisabai.com และงานวิจัยเรื่อง บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต โดย กรกนก กมลรัตน์³⁴ งานวิจัยพบว่าเด็กและเยาวชนแสวงหาข้อมูลและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พลังจิตเพื่อศึกษาเรื่องกฎแห่งกรรม เพื่ออ่านข่าวพระพุทธศาสนาและเพื่อเป็นแหล่งศึกษาพระพุทธศาสนาสำหรับผู้เริ่มต้น

แต่ไม่พบว่ามีการศึกษาในรูปแบบ เนื้อหาการสื่อสารเรื่องพระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตสำหรับบุคคลทั่วไปและในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้จึงทำการศึกษาเรื่องดังกล่าว

สรุปแนวคิดที่นำมาใช้ในงานวิจัยเรื่องการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ได้แก่

1. แนวคิดความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of Needs)
2. แนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาศาสนา
3. แนวคิดการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication, CMC)
4. แนวคิดสื่อคือสาร (The Medium is the Message)
5. แนวคิดสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media)
6. แนวคิดการสร้างชุมชนบนเว็บไซต์
7. แนวคิดเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (Social Networking Sites)
8. แนวคิดด้านการตลาด (Marketing Theory)

³³ พุฒิรัตน์ กมลชัยสกุล, “รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ, คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550)

³⁴ กรกนก กมลรัตน์, “บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อความในเว็บไซต์ (Textual Analysis) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) และการวิจัยเชิงปริมาณเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Survey)

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาในเว็บไซต์ ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยใช้แบบสอบถาม และศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก

ส่วนที่ 1 ศึกษาวิธีการรูปแบบและเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารในเว็บไซต์ โดยการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) ในเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 การศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยผู้ใช้ โดยใช้แบบสอบถาม (Survey) เพื่อทราบถึงการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ ผู้วิจัยใช้วิธีการตั้งกระทู้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์ธรรมะ

ส่วนที่ 3 ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยผู้ใช้ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้โครงคำถามเดียวกับที่ใช้ในแบบสอบถาม และเพิ่มการซักถามเหตุผลเพิ่มเติมและซักค้านในการสัมภาษณ์

ประชากร

1. เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม
2. รูปแบบ เนื้อหาและการใช้ประโยชน์ที่พบในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
3. ผู้ใช้เว็บไซต์ธรรมะ

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามรูปแบบการวิจัยทั้ง 3 วิธี ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis)

ประชากร

เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม

กลุ่มตัวอย่าง


เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม:


- www.palungjit.com เว็บไซต์พลังจิต
- www.fungdham.com เว็บไซต์ฟังธรรม
- www.dmc.tv เว็บไซต์ดีเอ็มซี
- www.dhammadjak.net เว็บไซต์ธรรมจักร

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง










ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่มีผู้เข้าชมสูงสุด 4 อันดับแรก ในระยะเวลา 18 เดือน (เดือนมกราคม 2552 ถึง มิถุนายน 2553) จัดอันดับโดยเว็บไซต์ www.truehits.net ซึ่งเว็บไซต์นี้เป็น “ระบบให้บริการตรวจสอบสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ จุดมุ่งหมายของการจัดทำระบบให้บริการดังกล่าว คือ “เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน มีระบบการตรวจสอบสถิติ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ ภายในประเทศ ... ยิ่งไปกว่านั้น นอกจากข้อมูลสถิติที่ได้รวบรวมขึ้น จะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ความนิยมในเว็บไซต์แล้ว ยังจะกลายเป็นเครื่องมือหนึ่ง ที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์ให้ดียิ่งขึ้นด้วย”¹ โดยเว็บไซต์ www.truehits.net ได้เปิดให้ผู้ใช้งานทดลองระบบครั้งแรก เมื่อ 1 พฤษภาคม ปี พ.ศ. 2543 จนถึงปัจจุบัน สถิติ ปี 2552 เว็บไซต์ศาสนาถูกจัดรวมในหมวดศิลปะ-วัฒนธรรม จนกระทั่งปี 2553 เว็บไซต์ศาสนาจัดแยกอยู่หมวดย่อยศาสนา ภายใต้หมวดศิลปะวัฒนธรรม

¹ [ออนไลน์] 1 มีนาคม 2553, แหล่งที่มา http://truehits.net/faq/f_about.php#about1


[อันดับเว็บทั้งหมด](#) |
 [การศึกษา](#) |
 [หน่วยงานราชการ,องค์กร](#) |
 [อินเทอร์เน็ต](#) |
 [คอมพิวเตอร์](#) |
 [ธุรกิจ](#) |
 [ท่องเที่ยว](#) |
 [สุขภาพ](#) |
 [บันเทิง](#) |
 [ข่าว-สื่อ](#) |
 [มือถือ-พีดีเอ](#) |
 [บุคคล-สังคม](#) |
 [ธนาคาร-การเงิน](#) |
 [ศิลปะ-วัฒนธรรม](#) |
 [อสังหาริมทรัพย์](#) |
 [กีฬา](#) |
 [เกมส์](#) |
 [ยานยนต์](#) |
 [ข้อปิ้ง](#)

Select Month 

[ดนตรีไทย, เพลงไทยเดิม](#) |
 [ประเพณี และวัฒนธรรม](#) |
 [ประวัติศาสตร์](#) |
 [พิพิธภัณฑ์](#) |
 [ศาสนา](#) |
 [ศิลปะ และวัฒนธรรมทั่วไป](#) |
 [ศิลปะการแสดง](#) |
 [หนังสือและวรรณกรรม](#) |
 [การถ่ายภาพและภาพถ่าย](#) |
 [พระเครื่อง](#)

TOP 1 - 500 Website หมวดย่อย ศิลปะ-วัฒนธรรม : ศาสนา ประจำเดือน พฤษภาคม 2010						
ที่	ชื่อเว็บไซต์ (เรียงตาม Unique IP,Session,Pageview เฉลี่ยรายวัน)	Unique IP	Unique Session	Pageview		
1	www.palungjit.com	43,468	66,274	256,775	▲4.62%	
2	www.fungdham.com	5,875	14,576	35,064	▲31.93%	
3	www.dmc.tv	5,749	8,389	21,868	▲18.51%	
4	www.dhammajak.net	3,976	7,155	19,851	▲36.59%	
5	www.kalyanamitra.org	1,755	3,195	8,181	▲45.16%	
6	www.dharma-gateway.com	1,541	2,230	3,977	▲52.88%	
7	www.mindcyber.com	1,377	2,513	8,113	▲25.75%	
8	www.dhammathai.org	1,365	2,414	5,969	▲58.91%	
9	www.onab.go.th	1,123	1,486	3,930	▲55.33%	
10	www.dhammakid.com	1,108	1,206	1,807	▲30.20%	
11	www.watpa.com	816	1,097	1,126	▲10.42%	
12	www.dhammahome.com	766	1,559	4,531	▲27.03%	

ภาพที่ 2 การจัดอันดับเว็บไซต์ประจำเดือนพฤษภาคม 2553 โดย www.truehits.net

2. การใช้แบบสอบถาม (Survey)

ประชากร

ผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนา

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้เข้าชมเว็บไซต์พระพุทธศาสนา www.palungjit.com , www.dmc.tv , www.dhammajak.net และ www.fungdham.com และเว็บไซต์พระพุทธศาสนาอื่นๆ

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้ที่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาและเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนา โดยอนุมานว่าผู้ที่เข้าเว็บไซต์พระพุทธศานาย่อมมีความสนใจในพระพุทธศาสนาและมีความรู้ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตพอสมควร ผู้วิจัยใช้วิธีการตั้งกระทู้เพื่อวางลึ้งค์แบบสอบถามออนไลน์ในเว็บบอร์ดของเว็บไซต์พระพุทธศาสนาต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยทำการศึกษา

3. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview)

ประชากร

ผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนา

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ที่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาและเคยใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงศาสนา

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยเริ่มต้นจากคนใกล้ชิดผู้วิจัยแล้วให้ผู้สัมภาษณ์แนะนำบุคคลอื่นที่มีความสนใจและมีพฤติกรรมใกล้เคียงกันเพื่อขอสัมภาษณ์

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

เป็นการศึกษาในภาคตัดขวาง (Cross-sectional) โดยใช้ข้อสันนิษฐานว่าสื่อทุกประเภทมีลักษณะหน้าที่เหมือนกันไม่ว่าจะอยู่เวลาใด

1. การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เก็บข้อมูลเดือน ธันวาคม 2553 – มกราคม 2554
2. การใช้แบบสอบถาม (Survey) เก็บข้อมูลเดือน ธันวาคม 2553 – มกราคม 2554
3. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม 2554

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามรูปแบบการวิจัย ได้แก่

1. การวิเคราะห์ตัวบทในเว็บไซต์ (Textual Analysis) ตามประเด็นในคำถามวิจัย ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกการสังเกตแล้วบันทึกลงตารางบันทึกข้อมูล เพื่อเก็บข้อมูลเรื่องรูปแบบและเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์

ในส่วนการวิเคราะห์ตัวบทในเว็บไซต์ จะใช้กรอบการศึกษา 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์ธรรมะ
- ส่วนที่ 2 รูปแบบของเนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ธรรมะ
- ส่วนที่ 3 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
- ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์ธรรมะ

ศึกษาจากข้อมูลที่พบในเว็บไซต์และวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหา

ศึกษาตามรูปแบบสื่อ การนำเสนอและการปฏิสัมพันธ์ที่ใช้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
(Format, Type and Interactivity)

ก. รูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย (Multimedia format)

1. นำเสนอด้วยตัวอักษร (Text)
2. นำเสนอด้วยภาพนิ่ง (Still Image)
3. นำเสนอด้วยภาพวิดีโอ (Video)
4. นำเสนอด้วยภาพเคลื่อนไหว (Animation)
5. นำเสนอด้วยเสียง (Sound)
6. นำเสนอโดยการใช้สื่อประสม (Mix media)

ข. รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการ (Type)

1. บทความออนไลน์บนหน้าเว็บ
2. บทความออนไลน์ในรูปแบบกระดานสนทนา (Webboard)
3. ข่าวสารธรรมะ
4. รายการเทศนา
5. รายการบันเทิง เช่น ละครธรรมะ การ์ตูนธรรมะ
6. สนทนาธรรมะออนไลน์ด้วยการแชท (Chat)
7. สนทนาธรรมะออนไลน์ด้วยกระดานสนทนา
8. บันทึกเสียงเทศนา

ค. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ (Interactivity)

1. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : Synchronous One-to-One Communication ได้แก่ การสื่อสารในรูปแบบของ chat
2. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : Asynchronous One-to-One Communication เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email)

3. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : Synchronous One-to-Many Communication เช่น การแชทในห้องรวม
4. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : Asynchronous One-to-Many Communication เช่น การเข้าไปหาข้อมูลในเมนูต่างๆบนหน้าเว็บไซต์
5. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : Asynchronous Many-to-Many Communication เป็นการสื่อสารที่ผู้ใช้บริการจะต้องลงทะเบียนก่อน จึงจะสามารถเขียนข้อความโต้ตอบได้ต่างช่วงเวลากัน ได้แก่ กระดานสนทนา

ส่วนที่ 3 ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ศึกษาตามเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่ถูกนำเสนอ (Topic)

ก. เนื้อหาทั่วไป เช่น

- พุทธประวัติ
- วันสำคัญทางศาสนาและศาสนพิธี
- บทสวดและคาถาต่างๆ
- พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต
- ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง

ข. ข่าวสารเกี่ยวกับวงการพระพุทธศาสนา

- ข่าวสารที่เกี่ยวกับพระสงฆ์
- ข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด หรือ ศาสนสถาน

ค. หลักธรรม คำสอน เช่น

- การสอนหลักธรรม
- กฎแห่งกรรม การเวียนว่ายตายเกิดชาติภพ
- การทำบุญ ให้ทาน สังฆม บารมี
- พระไตรปิฎก
- นิพพาน

ง. หลักปฏิบัติ

- การรักษาศีล
- การทำสมาธิ
- การปฏิบัติกรรมฐาน

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์

ศึกษาตามรูปแบบของบริบทของการใช้สื่อ (Context of use)

- ก. เชื่อมโยงกับกิจกรรมทางศาสนาในชีวิตจริง
- ข. เชื่อมโยงกับสื่อมวลชนเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์
- ค. เชื่อมโยงกับ Social Media เช่น Facebook และ Twitter

2. การใช้แบบสอบถาม (Survey) เพื่อเก็บข้อมูลด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยผู้ใช้และหรือสมาชิกเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ทำการศึกษา ในส่วนที่ใช้แบบสอบถาม จะใช้กรอบการศึกษา คือ

- ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศโดยผู้ใช้เว็บไซต์

ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศโดยผู้ใช้เว็บไซต์

ศึกษาตามการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารในเว็บไซต์เพื่อตอบสนองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถาม(Survey)

- ก. ความต้องการสารสนเทศ
 1. ทราบเหตุการณ์ต่างๆ
 2. แสวงหาการปฏิบัติ ความเห็น การตัดสินใจ
 3. สนองความอยากรู้อยากเห็นความสนใจ
 4. เรียนรู้ด้วยตนเอง
 5. สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
- ข. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 1. ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 2. แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ
 3. ทำตัวแบบทางพฤติกรรม
 4. มองทะลุภายในตนเอง
- ค. ความต้องการการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 1. มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมผู้อื่น
 2. แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกที่เป็นเจ้าของ
 3. นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 4. ใช้แทนเพื่อน
 5. ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
 6. สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม
- ง. ความต้องการความบันเทิง
 1. หลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
 2. การผ่อนคลาย

3. มีวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
4. ได้มีอะไรทำให้เวลาหมดไป
5. ปลอดภัยอารมณ์
6. เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ในส่วนการใช้แบบสอบถาม (Survey) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยมีแนวคำถามดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางลักษณะสังคมประชากร อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการเปิดรับเนื้อหา รวมถึงการมีส่วนร่วมในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาธรรมะจากเว็บไซต์โดยทั่วไป

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการประเมินการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาต่างๆ และการเชื่อมโยงไปยัง Social Media

เกณฑ์การให้คะแนน

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วม โดยวัดจากความถี่

เป็นประจำ	5	คะแนน
บ่อยพอสมควร	4	คะแนน
บางครั้ง	3	คะแนน
นานๆครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตและการมีส่วนร่วม โดยวัดจากการให้ความสำคัญ

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

3. พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

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

3. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้โครงคำถามซึ่งอ้างอิงจากแบบสอบถามที่ใช้ในวิธีการวิจัยในส่วนที่ 2 แต่มีความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนลำดับหรือใส่คำถามเพิ่มเติมและมีการซักค้านและถามเพื่อเติมเมื่อไม่เข้าใจ เพื่อสอบถามทัศนคติต่อการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มตัวอย่าง ใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงและเอกสารคำถาม เพื่อใช้จัดบันทึกใจความสำคัญระหว่างสัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

1. นายชัชวาล ฉัตรรัตนนท์	อายุ 28 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท
2. นายบากบั่น แสงประทุม	อายุ 27 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี
3. นางสาวนลนีย์ อนันต์สุวรรณ	อายุ 28 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี
4. นายนิติพงศ์ พิเชฐพันธ์	อายุ 26 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท
5. นางสาวสิริลักษณ์ ศรีจินดา	อายุ 24 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท
6. นายสุเมธ โสพศ	อายุ 45 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท
7. นางสาววรรธิดา วิรัชวงศ์	อายุ 28 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท
8. นางสาวอัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ	อายุ 24 ปี	ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท

การเก็บข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์
2. ใช้แบบสอบถามโดยใช้คำถามที่เหมาะสมและครอบคลุมกับคำถามวิจัย
3. ใช้โครงคำถามจากแบบสอบถามและปรับใช้ให้เข้ากับคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากการรวบรวมและวิเคราะห์ตัวบทในเว็บไซต์ (Textual Analysis) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Survey) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างประเภทเว็บไซต์และผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ตามประเด็น ดังต่อไปนี้

- รูปแบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์
- เนื้อหาที่ถูกนำเสนอในเว็บไซต์
- การใช้ประโยชน์ด้านการสื่อสารในเว็บไซต์
- การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศจากมุมมองผู้ใช้เว็บไซต์
- ทักษะติดต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน แบ่งออกเป็น 3 บท

ส่วนที่ 1 นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical descriptive research) ผลวิจัยจากการศึกษาด้วยวิธีวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ในเว็บไซต์ โดยสรุปและแยกประเด็นตามคำถามวิจัย โดยยึดหลักแนวคิดที่เกี่ยวข้องและสิ่งที่พบในเว็บไซต์ ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา โดยนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 4 รูปแบบ เนื้อหา และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ส่วนที่ 2 นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีบรรยายผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นตารางประกอบคำบรรยาย โดยนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 5 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยผู้ใช้

ส่วนที่ 3 นำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เสนอผลแบบรายประเด็น โดยนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 6 ทักษะติดต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

เมื่อได้ผลการวิจัยทั้ง 3 ส่วนแล้วนำมาสรุปผลเพื่อนำข้อมูลไปสนับสนุนการตอบคำถามวิจัยต่อไป

บทที่ 4

รูปแบบ เนื้อหา และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเว็บไซต์พระพุทธศาสนา เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำเสนอเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาด้วยการเก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์ตัวบทในเว็บไซต์ (Textual Analysis) แบบสอบถาม (Survey) และสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาเว็บไซต์ธรรมะที่ได้รับความนิยม 4 เว็บไซต์ ได้แก่

- เว็บไซต์พลังจิต
- เว็บไซต์ธรรมจักร
- เว็บไซต์ดีเอ็มซี
- เว็บไซต์ฟังธรรม

ในบทที่ 4 จะนำเสนอผลวิจัยจากการศึกษาแบบวิเคราะห์ตัวบทในเว็บไซต์ธรรมะที่ได้รับความนิยม เพื่อให้ทราบลักษณะของเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมดังกล่าว โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์ธรรมะ
- ส่วนที่ 2 รูปแบบของเนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ธรรมะ
- ส่วนที่ 3 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
- ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์ธรรมะ

เว็บไซต์พลังจิต www.palungjit.com

ความเป็นมา

เว็บไซต์พลังจิตเป็นเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่มีคนเข้าไปเยี่ยมชมเป็นอันดับหนึ่งจากการเก็บสถิติของเว็บไซต์ truehits.net เว็บไซต์พลังจิตยังได้รับรางวัลศิลปินคุณธรรมส่งเสริมพระพุทธศาสนา โดยคณะกรรมการโครงการรวมดวงใจศิลปินเพื่อพระพุทธศาสนา เนื่องในวันมาฆบูชา 2553 และยังได้รับรางวัลเว็บไซต์ที่มีสถิติการเข้าใช้สูงสุดในหมวดศิลปะ-วัฒนธรรมและหมวดศาสนา 3 ปีติดต่อกัน เว็บไซต์พลังจิตโดดเด่นเรื่องการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนา ผสมผสานเนื้อหาทั่วไปที่มีความหลากหลายทั้งเนื้อหาด้านธรรมะและเนื้อหาทั่วไป นำเสนอเนื้อหาเรื่องพระพุทธศาสนาที่หลากหลาย เช่น วิธีการฝึกจิต บทสวด การตอบปัญหาทางธรรม

การฝึกสมาธิ คำสอนจากสำนักธรรมและพระอาจารย์ ฯลฯ ข้อมูลอื่นๆที่หลากหลาย เช่น ข่าวเด่นประจำวัน เรื่องจิต เรื่องลึกลับ เรื่องสุขภาพจิต เรื่องท่องเที่ยว การทำนายฝัน ตลาดพระเครื่อง ฯลฯ นอกจากนี้ ในส่วนเนื้อหาทั่วไป เว็บไซต์พลังจิตยังโดดเด่นในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็วทันสมัยปรับเปลี่ยนเนื้อหาหน้าแรกวันต่อวัน ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่นำมาจากเว็บไซต์อื่นๆ สังกัดได้จากมีการใส่แหล่งอ้างอิงตอนท้ายของเนื้อหา เว็บไซต์พลังจิตมีผู้ดูแลเว็บไซต์ (Admin) หลายคน โดยแบ่งหน้าที่ดูแลในส่วนต่างๆ โดยมีเว็บมาสเตอร์หรือผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ คือ นายวีระชัย แก่นภักดี

วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

จากการสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเว็บไซต์พลังจิตจากเว็บมาสเตอร์ คือ เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาเน้นการทางอินเทอร์เน็ตและมีวัตถุประสงค์เดียวกับพระพุทธศาสนา คือ 1. เพื่อให้คนละทำความชั่ว 2. ทำความความดี 3. ทำให้ใจให้สงบใสจากกิเลส อันมีเป้าหมายสูงสุดคือนิพพาน¹

โครงสร้างหน้าเว็บไซต์พลังจิต

เว็บไซต์พลังจิต (www.palungjit.com) ประกอบด้วยเมนูหลักที่แถบซ้ายมือ แบ่งเป็น 2 หมวดหมู่ ได้แก่ หมวดพระพุทธศาสนา และหมวดทั่วไปและชุมชนพลังจิต

● หมวดพระพุทธศาสนา มีหัวข้อย่อย ได้แก่

- **พระไตรปิฎก (beta)** เป็นที่รวบรวมพระไตรปิฎกฉบับอรรถกถาแปลสำหรับอ่านในหน้าเว็บโดยแบ่งเป็นหมวดหมู่หลักคือ พระวินัยปิฎก พระสุตตันตปิฎก และ พระอภิธรรมปิฎก ในพระวินัยปิฎกแบ่งเป็นหมวดหมู่ย่อย เล่ม 1-10 ในพระสุตตันตปิฎกแบ่งเป็นหมวดหมู่ย่อย เล่ม 11-32 ในพระอภิธรรมปิฎกแบ่งเป็นหมวดหมู่ย่อย เล่ม 75-86 และในแต่ละเล่มย่อย ยังแบ่งออกเป็นหมวดต่างๆ เช่น หมวดมนุสสิตถิ 27 จตุกกะ หมวดอมนุสสิตถิ 27 จตุกกะ
- **เสียงธรรม** จะเป็นไฟล์เสียงเทศนาจากพระอาจารย์หลายรูป ให้ฟังออนไลน์หรือไฟล์เพลงให้ดาวน์โหลด การนำเสนออยู่ในรูปแบบเว็บบอร์ด โดยแบ่งเป็นห้องย่อย ได้แก่
 - **ห้องพระธรรม** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **ธรรมเทศนาทั่วไป** มีห้องย่อย คือ พุทธศาสนาทั่วไป, ชีวิตและจิตใจ, พระวินัยและธรรมปฏิบัติ, แบ่งเป็น CD
 - **วิภูฏสังสาร** มีห้องย่อย คือ ภพภูมิ กรรม ไตรลักษณ์ ชั้น 5 สพายตนะ-อายนตะ กิเลส ปฏิจจสมุปบาท

¹ สัมภาษณ์ วีระชัย แก่นภักดี , 11 ตุลาคม 2553.

- **ธรรมเพื่อความหลุดพ้น** มีห้องย่อย คือ อริยสัจ 4 ไตรสิกขา ปริมัต ธรรม 4 อิทธิบาท 4 พละ 4 - อินทรีย์ 5 โพชฌงค์ 7 โพธิปักขิยธรรม 37
- **พระไตรปิฎกและคัมภีร์**
- **เสนาาธรรม-ในโอกาสต่างๆ**
- **ห้องพระกรรมฐาน-สมาธิ** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **พระกรรมฐาน-สมาธิ** มีห้องย่อย คือ ฌาน-อาการของสมาธิ, นีวรณ 5
 - **พระกรรมฐาน 40 กอง** มีห้องย่อย คือ กสิณ 10 อนุสติ 10 อสุภกรรมฐาน 10 พรหมวิหาร 4 อรูปฌาน 4 อาหาเรปฏิกูลสัญญา 1 จตุธาตววัตถาน 1
 - **สติปัฏฐาน 4** มีห้องย่อย คือ กายานุปัสสนา เวทนानุปัสสนา จิตตานุปัสสนา รัมมานุปัสสนา
 - **ละสังโยชน 10**
 - **แนวทางปฏิบัติเพื่อบรรลุพระอรหันต์ 4 แบบ**
- **ห้องกรรม** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **กรรม**
 - **เรื่องกฎแห่งกรรม**
- **ประวัติและหนังสือ** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **พุทธประวัติและพุทธภูมิ**
 - **ประวัติพระและครูบาอาจารย์**
 - **หนังสือธรรม-นิตายธรรมะและทั่วไป**
- **สวดมนต์คาถา-เพลง** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **สวดมนต์และพระคาถา**
 - **เพลงทางศาสนา-เพลงธรรมะ**
- **สนทนาและลิงค์** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **สนทนา**
 - **เว็บลิงค์**

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาด้วยภาษาอังกฤษ โดยเว็บไซต์พลังจิตได้ตั้งห้องย่อยเป็นภาษาอังกฤษ ดังนี้

- **Buddhism** แบ่งเป็นหมวดย่อยตามหัวข้อย่อย ดังนี้
 - **Buddhism & Dharma**
 - **Meditation**
 - **Songs&Chanting**
 - **Karma&Life**

- *Other Languages* ห้อยย่อ : Japanese Chinese Vietnamese, Pali, German, French, Tibetan, Burmese, Lao
 - *Buddhism Traditions*
 - *Theravada Buddhism*
 - *Mahayana Buddhism*
- พจนานุกรมไทย-อังกฤษ แบ่งออกเป็นหมวดหมู่ย่อย ได้แก่ พจนานุกรม อังกฤษ-ไทย พจนานุกรม ไทย-อังกฤษ พจนานุกรมพุทธศาสตร์ พุทธศาสตร์อังกฤษ-ไทย, พุทธศาสตร์ ไทย-อังกฤษ พุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม พจนานุกรมไทย-ไทย ราชบัณฑิต
- ตลาดพระ เป็นเว็บไซต์ย่อยสำหรับซื้อเช่าและแลกเปลี่ยนพระเครื่อง วัดถุมงคล
- *คลิปวีดีโอ* นำเสนอคลิปวีดีโอหลากหลายทั้งเรื่องพระพุทธศาสนาและเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม เช่น “คลิปหัวใจสำคัญของพระพุทธศาสนา”, “คลิปดร.ก้องภพ อยู่เย็นกับเรื่องของภัยพิบัติในปี 2012” “สารคดี วันโลกวิศาสตร์ Dec 21, 2012 - End of the World?” และ “เนกขัมมะบารมี วันวิสาขบูชา” อีกทั้งคลิปเด่นจะถูกนำเสนอใน ส่วนแรก หน้าโฮมเพจบนแถบเลื่อนอัตโนมัติ ในส่วนท้ายของแต่ละคลิปจะมีกล่องความเห็น (Comment box) ให้แสดงความคิดเห็นได้
- *ศูนย์รูปพระพุทธศาสนา* เมื่อคลิกเข้าไปดูไม่พบว่ามีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ ณ วันที่ทำการศึกษา
- *วัดไทยทั่วโลก* เว็บไซต์พลังจิตรวบรวมรายชื่อวัดและที่อยู่ตามภูมิภาคและจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยและในทวีปอื่นๆ เช่น ทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย ฯลฯ และสามารถเพิ่มรายชื่อวัดเองได้
- *หลวงพ่อกษัตริย์ลิ่งดำ* ในส่วนนี้รวบรวมหลักคำสอนและแนวทางปฏิบัติของหลวงพ่อกษัตริย์ลิ่งดำ นำเสนอเนื้อหา 2 รูปแบบ คือ บทความที่ฝังในหน้าเว็บโดยผู้อ่านไม่สามารถเพิ่มเติมเนื้อหาได้ และรูปแบบบทความในกระทู้ในเว็บไซต์ที่สามารถเพิ่มเติมกระทู้และความเห็นตอนท้ายได้ ส่วนที่เป็นบทความฝังในหน้าเว็บส่วนใหญ่เป็น หนังสือและคำสอนต่างๆของหลวงพ่อกษัตริย์ลิ่งดำ ได้แก่ หนังสือสวดมนต์แปล ฉบับวัดท่าซุง, อารมณฺ์พระโสดาบัน, หลวงพ่อตอบปัญหา, หลักการปฏิบัติซุตงค์, การฝึกมโนมยิทธิแบบเต็มกำลัง, วิธีฝึกกรรมฐานด้วยตัวเองแบบง่ายๆ, โอวาทหลวงพ่อดำท่าซุง ฯลฯ
- *หลักสูตรอภิญาหก* รวบรวมคำสอนแนวทางการฝึกอภิญาหก 6 โดยหลวงพ่อกษัตริย์ลิ่งดำ นำเสนอในรูปแบบบทความที่ฝังในหน้าเว็บ พร้อมภาพประกอบเล็กน้อย และมีเมนูย่อยด้านซ้ายมือเพื่อนำไปสู่ตอนต่างๆของเนื้อหาภายในหลักสูตร
- *คู่มือการฝึกพระกรรมฐาน* รวบรวมคำสอนและแนวทางปฏิบัติพระกรรมฐาน 40 กอง การทำสมาธิ โดยหลวงพ่อกษัตริย์ลิ่งดำ นำเสนอในรูปแบบบทความฝังในหน้าเว็บไซต์ ทำ

- กฎแห่งกรรม-ภพภูมิ แบ่งเป็นห้องย่อย คือ ภพภูมิ-สวรรค์ นรก, บุญ-อาณัติการทำบุญ, เสียงธรรมเรื่องกรรม
- พุทธภูมิ-พระโพธิสัตว์
- พุทธศาสนา สำหรับผู้เริ่มต้น แบ่งเป็นห้องย่อย คือ สนทนาธรรมกับแม่ชี ญัตติพิพม์
- บทสวดมนต์-คาถา
- พระไตรปิฎก แบ่งออกเป็นห้องย่อยๆ ได้แก่
 - พระไตรปิฎกทั่วไป
 - โครงการสร้างพระไตรปิฎก-ฐานข้อมูล แบ่งเป็นห้องย่อย คือ ประกาศจากโครงการ, การบริจาค, แจกพระคำข่าวและพระเครื่องอื่นๆ, ภาพประกอบพระไตรปิฎก, พระไตรปิฎกทั่วไป, ร่วมสร้างฐานข้อมูลทางพุทธศาสนา, ที่รวมกระทู้เก่าของโครงการ
 - พระไตรปิฎกเสียงอ่าน
- ทวีปแบ่งออกเป็นห้องย่อยๆ ได้แก่
 - จักรวาลคู่ขนาน
 - Music & Karaoke
 - บันเทิงและศิลปวัฒนธรรม
 - ข่าวทั่วไป
 - ห้องเที่ยว-อาหารการกิน
 - คอมพิวเตอร์ & อินเทอร์เน็ต
- ภูมิภาคและประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็นห้องย่อยๆ ได้แก่
 - ศูนย์ประชาสัมพันธ์ มีห้องย่อย คือ ในนามเว็บพลังจิต, กฐิน - ผ้าป่า - งานวัด, พระพุทธรูป - วิหารทาน - สิ่งก่อสร้าง, ธรรมทาน - วิทยาทาน, งานบวช, งานบุญอื่นๆ, [อนุโมนาบุญ - อุกิศบุญส่วนกุศล], ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์และสัตว์, ลงประกาศ ซื้อ-ขาย หรือทั่วไป, ร้องเรียนและปัญหา
 - ประเทศไทย มีห้องย่อย คือ ภาคเหนือ, ภาคกลาง, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคใต้
 - ทวีปอเมริกา มีห้องย่อย คือ แคนาดา
 - ทวีปยุโรป มีห้องย่อย คือ สหราชอาณาจักร อังกฤษ, เยอรมนี, ฝรั่งเศส, สวีเดน, สวิสเซอร์แลนด์, นอร์เวย์, เนเธอร์แลนด์, เบลเยียม, อิตาลี, เดนมาร์ก, รัสเซีย

- ทวีปเอเชีย มีห้องย่อย คือ ญี่ปุ่น, [สาธารณรัฐจีน], อินเดีย, ฮองกง, สิงคโปร์, เกาหลี, มาเลเซีย, ไต้หวัน, อินโดนีเซีย, เวียดนาม, ลาว, ฟิลิปปินส์, กัมพูชา
- ทวีปออสเตรเลีย
 - Palungjit.com Official แบ่งออกเป็นห้องย่อยๆ ได้แก่
 - แปลธรรมชาติเป็นภาษาอื่นๆ
 - สมาชิกทำผิดกฎ
- ตลาดขายของ เป็นเว็บบอร์ดย่อยสำหรับซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ
- แชทเสียง (Voice Chat) นอกจากเว็บบอร์ดแล้ว เว็บไซต์พลังจิตยังเปิดพื้นที่การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของการสนทนากลุ่ม (Group chat) คือ ห้องแชทเสียง ที่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสามารถสนทนาทั้งการพิมพ์คุยกันหรือสนทนาด้วยเสียงได้ หรืออาจจะเป็นการสนทนาแบบเห็นหน้ากันผ่านกล้องเว็บแคม (Webcam) ก็สามารถทำได้ อีกทั้งยังสามารถสนทนาในห้องรวมและสนทนาเกี่ยวกับบุคคลที่ต้องการได้ จากการสังเกตพบว่าผู้ที่นิยมเข้าห้องสนทนาเสียงจะใช้ห้องสนทนาเสียงเป็นที่เผยแพร่ภาพวีดิโอรายการการเทศนาหรือเปิดไฟล์เสียงเทศนามากกว่าการสนทนาโดยใช้เสียงสนทนาพูดคุยกันจริงๆ ในห้องสนทนาเสียงมีห้องย่อย ได้แก่ ห้องถ่ายทอดสด, ห้องMusic-Karaoke, ห้องพุทธศาสนา, ห้องพระไตรปิฎก, ห้องฝึกมนโณยทิ, ห้องPalungjit Team (เป็นห้องเฉพาะสมาชิกธรรมดาเข้าใช้ไม่ได้), ห้องอริยสัจ และห้องไม่คบคนพาล ไม่ยาก
- สารบัญเว็บ เว็บไซต์พลังจิตรวบรวมลิ้งค์จากเว็บไซต์ต่างๆแล้วมาจัดเป็นหมวดหมู่ต่างๆ หลายหมวด ไม่จำกัดเฉพาะเว็บไซต์ธรรมะ
- Blog เว็บไซต์พลังจิตให้บริการพื้นที่ Blog แก่สมาชิก

นอกจากนี้เว็บไซต์พลังจิตยังมีบริการ “วิทยุพลังจิต” เมื่อผู้เข้าชมเว็บไซต์กดไปยังหน้าเว็บบอร์ดรวม และหน้าเสียงธรรม จะพบว่ามีแถบ “วิทยุพลังจิต” เล่นอัตโนมัติ ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถฟังหรือปิดเองได้ในขณะอ่านกระทู้

The screenshot shows the Palungjit.com website interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Home, Board, Forum, Video, Download, and Voice Chat. Below this is a banner for 'พลังจิต PALUNGJIT.COM' featuring a Buddha image and the text 'พุทธศาสนา ล้ำยุค' (Advanced Buddhism). The main content area shows a breadcrumb trail: 'PaLungJit.com > พุทธศาสนา > กฎแห่งกรรม - ภพภูมิ'. Below the breadcrumb, there is a section titled 'แม่ฟ้า VS ลูกสะใภ้...ดัมภ์ปราบแม่ฟ้า ฉบับรับรองผล'. A video player is embedded at the bottom, with a red box highlighting the player controls. The player title is 'กดปุ่มเพื่อรับฟัง วิทยุพลังจิต' and it shows a progress bar at 00:00. The website footer includes a navigation bar with 'แฉงควมควมส่วนตัว', 'บริจาค', 'กฎกติกา', 'ทุกฉบับ', 'คู่มือการใช้', 'ชุมชน-กลุ่ม', 'ปฏิทิน', 'ข้อความใหม่', 'ค้นหา', 'ลิงค์ที่ใช่มั้ย', and 'Log out'. A notification box on the right says 'ยินดีต้อนรับ คุณ pearwow. คุณมาครั้งล่าสุดเมื่อ วันที่ เวลา 03:46 PM ข้อความส่วนตัว: ยังไม่ได้อ่าน 0, รวม 0.'

ภาพที่ 3 แถบวิทยุพลังจิต

ลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์พลังจิต

เว็บไซต์พลังจิต มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของเว็บบอร์ด นำเสนอเนื้อหาโดยใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) เป็นหลัก และการนำเสนอในรูปแบบเว็บบอร์ดนี้เอง เปิดโอกาสให้ผู้เข้ามาใช้เว็บไซต์หรือสมาชิกเว็บไซต์สามารถสร้างกระทู้และตอบกระทู้ได้ อีกทั้งเว็บไซต์พลังจิตยังจัดสรรเว็บบอร์ดไว้หลายห้องและมีความหลากหลาย จากการสังเกตเห็นว่ามีจำนวนกระทู้เกิดใหม่เป็นจำนวนมากในแต่ละวัน และมีการตอบกระทู้ต่างๆอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้เว็บไซต์พลังจิตยังโดดเด่นเรื่องการนำเสนอ การแบ่งหมวดหมู่เนื้อหา และการเชื่อมโยงส่วนต่างๆจากหน้าโฮมเพจ เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอหลักเป็นเว็บบอร์ดและแบ่งเป็นห้องย่อยหลากหลาย ดังนั้นการดึงหัวข้อกระทู้ต่างๆมานำเสนอในหน้าโฮมเพจ และแบ่งหมวดหมู่ต่างๆในหน้าโฮมเพจไว้ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงไปยังห้องย่อยต่างๆในเว็บบอร์ด ทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้เห็นเนื้อหาที่หลากหลายได้สะดวกและตรงกับความสนใจ

รูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นของเว็บไซต์พลังจิต

“แถบเลื่อนอัตโนมัติ”

เป็นส่วนแรกๆที่เห็นเมื่อเปิดหน้าเว็บไซต์ มีความโดดเด่นที่สุดของเว็บไซต์เพราะเป็นแถบแสดงข้อมูลเนื้อหาแบบอัตโนมัติ 4 แถบ 4 หัวข้อ ได้แก่ **แถบเรื่องเด่น** **แถบคลิปวิดีโอ** **แถบเสียงธรรม** และ **แถบทั่วไป** ในแต่ละแถบ จะมีหัวข้อย่อย 6 หัวข้อย่อย โดยเนื้อหาจะปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยรายวันตามสถานการณ์และตามหัวข้อใหม่ที่น่าสนใจจากการนำเสนอโดยสมาชิก/ผู้ดูแลเว็บไซต์ เมื่อคลิกเข้าไปอ่าน จะพบว่าเนื้อหาต่างๆที่นำเสนออยู่ในรูปแบบของกระทู้ในเว็บบอร์ด โดยแต่ละกระทู้จะเชื่อมโยงมาจากห้องย่อยต่างๆในเว็บบอร์ดแตกต่างกันตามหัวข้อที่นำเสนอ เช่น แถบคลิปวิดีโอ จะเชื่อมโยงไปยังหน้ารวบรวมวิดีโอ แถบเสียงธรรม จะเชื่อมโยงกระทู้มาจากเว็บบอร์ดเสียงธรรม

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ามาใช้เว็บไซต์พลังจิต

“แถบเมนูลัด”

กลุ่มไอคอน (Icon) ด้านขวาบนของหน้าเว็บไซต์ที่จะอยู่ตำแหน่งเดิมตลอด แม้ว่าจะเปลี่ยนไปยังหน้าต่างๆของเว็บไซต์ มีประโยชน์เพื่อให้ผู้ใช้งานเชื่อมโยงหรือเปลี่ยนไปดูยังส่วนอื่นๆของเว็บไซต์ได้สะดวก โดยมีปุ่ม 6 ปุ่มที่เชื่อมโยงไปยังส่วนต่างๆในเว็บไซต์ ได้แก่

หน้าแรก – เพื่อกลับมายังหน้าโฮมเพจได้เสมอ

เว็บบอร์ด – เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บบอร์ดรวม

เสียงธรรม – เชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บบอร์ดเสียงธรรม

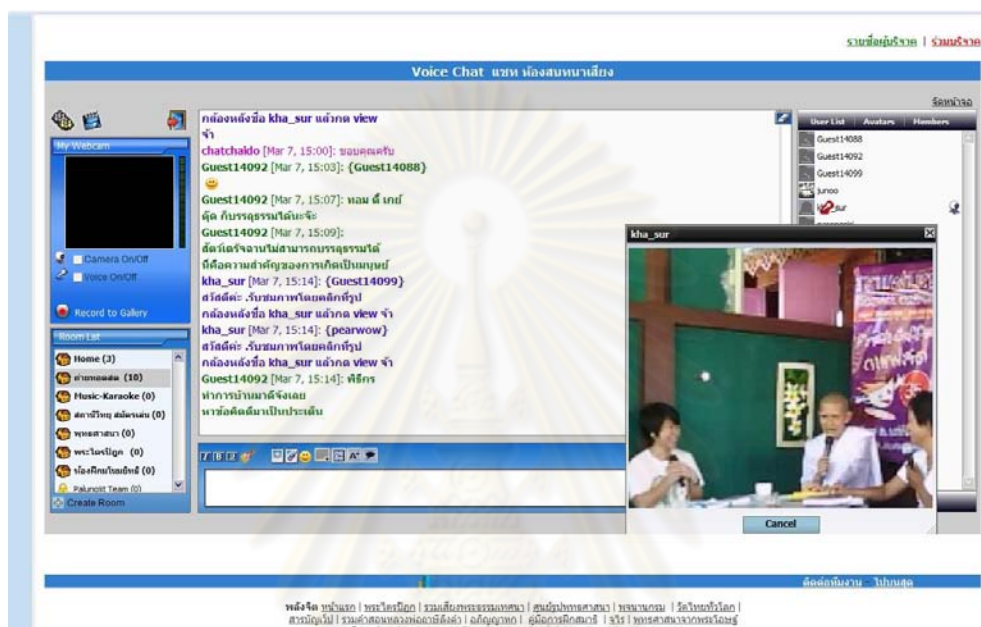
วิดีโอ – เชื่อมโยงไปยังหน้าที่รวบรวมคลิปวิดีโอต่างๆ

บล็อก – เชื่อมโยงไปยังหน้าที่ให้บริการพื้นที่เพื่อเขียนบล็อก

พจนานุกรม – เชื่อมโยงไปยังหน้ารวมพจนานุกรมต่างๆ เช่น พจนานุกรมภาษาและพจนานุกรมพุทธศาสตร์

แกลลอรี่ – เชื่อมโยงไปยังหน้าที่รวบรวมภาพต่างๆ โดยแบ่งเป็นห้องย่อย

สนทนาเสียง – เชื่อมโยงไปยังห้องสนทนาเสียง (Voice Chat)



ภาพที่ 4 ห้องสนทนาเสียง ที่เปิดวิดีโอเทคนา



ภาพที่ 5 แถบเลื่อนอัตโนมัติและแถบเมนู

รูปแบบการแบ่งหมวดหมู่ในหน้าเว็บไซต์

เนื่องจากในเว็บไซต์พลังจิตมีเนื้อหาหลากหลายและมีผู้เข้าชมจำนวนมาก อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการตั้งกระทู้ ซึ่งทำให้จำนวนกระทู้ตั้งใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะไม่มีการปิดกั้นการตั้งกระทู้ ครอบคลุมที่กระทู้ที่นั้นอยู่ในกฎ กติกาของเว็บไซต์ ดังนั้นการจัดหมวดหมู่ในหน้าเว็บไซต์ตามหัวข้อต่างๆในเว็บบอร์ดให้เห็นในหน้าแรกจึงมีความสำคัญ เมื่อคลิกเข้าไปจะเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บบอร์ดย่อยนั้นๆ เช่น ข่าวพุทธศาสนา, พุทธศาสนา, พุทธศาสนา-สำหรับผู้เริ่มต้น, พุทธภูมิ, พระไตรปิฎก, วิทยาศาสตร์ทางจิต-เรื่องลึกลับ, อภิญญา-สมาธิ (ฝึกสมาธิ), พระเครื่อง-วัตถุมงคล, กฎแห่งกรรม, เรื่องผี-ผี, และดวงงานนายฝัน



ภาพส่วนที่ ๔ และ ๕ ใน เว็บไซต์พลังจิต



ภาพที่ 6 การแบ่งหมวดหมู่ในเว็บไซต์พลังจิต

ภาพที่ 7 แผนผังเว็บไซต์พลังจิต



เว็บไซต์ธรรมจักร www.dhammajak.net

ความเป็นมา

เว็บไซต์ธรรมจักรได้รับความนิยมเป็นอันดับ 2 ในการจัดอันดับเว็บไซต์ในหมวดย่อย ศิลปะ-วัฒนธรรม: ศาสนา จากเว็บไซต์ truehits.net ตั้งแต่ปี 2552 ถึงเดือนสิงหาคม 2553

เว็บไซต์ธรรมจักรก่อตั้งขึ้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2546 เพื่อเผยแพร่ธรรมะโดยเริ่มจากเป็นเว็บไซต์เล็กๆที่ฝากข้อมูลกับโฮสติ้งที่ให้บริการฟรี ต่อมาเมื่อเว็บไซต์มีผู้เข้าชมมากขึ้น จึงเริ่มต้นการจดทะเบียนโดเมนและเช่าโฮสติ้งเพื่อให้เก็บข้อมูลได้มากขึ้น เป็นเว็บไซต์ธรรมะที่รวมธรรมะจากพระอาจารย์หลายท่าน ภาพการ์ตูนและนิทานธรรมะ แนวทางการปฏิบัติสมาธิจากพระอาจารย์ และข้อมูลน่ารู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ได้แก่ วันสำคัญทางศาสนา ประวัติสมเด็จพระสังฆราช วัดและศาสนาสถาน ศาสนพิธี บทสวดมนต์ต่างๆ ฯลฯ อีกทั้งยังมีเว็บบอร์ดให้สมาชิกสนทนาเรื่องที่สนใจเกี่ยวกับธรรมะและศาสนาได้²

วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมคุณธรรม และจริยธรรมในสังคม

โครงสร้างหน้าเว็บไซต์ธรรมจักร

เว็บไซต์ธรรมจักร แบ่งออกเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ เมนูหลัก สารบัญ และเมนูลัด

- **เมนูหลัก** มีหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้
 - **หนังสือธรรมะ** รวมหนังสือธรรมะ โดยแบ่งตามรายชื่อผู้ประพันธ์ทั้งพระภิกษุและฆราวาส ได้แก่ หลวงปู่ดูลย์, สมเด็จพระพุทธปาโมกข์ (โต) , หลวงพ่อปราโมทย์, พระอาจารย์อำนาจ, สุชีพ ปุญญานุภาพ , ดร.สนอง วรอุไร ,สุทัสสา อ่อนค้อม ฯลฯ เมื่อคลิกเข้าไปตามรายชื่อผู้ประพันธ์ จะมีรายการหนังสือ หรือบทความของผู้ประพันธ์นั้นๆ ให้เลือกอ่าน โดยมีรูปแบบเนื้อหาหลากหลายทั้งรูปแบบบทความในหน้าเว็บ ลิงค์ไปสู่กระทู้ในเว็บบอร์ดธรรมจักรเพื่ออ่านบทความรูปแบบเว็บบอร์ด หรืออาจนำไปสู่เว็บไซต์ของผู้ประพันธ์คนนั้นๆ เช่น ดังตฤณ และหลวงพ่อปราโมทย์
 - **ดาวโหลดหนังสือ e-book** รวบรวมหนังสือออนไลน์ (e-book) ให้ดาวโหลด โดยแบ่งหมวดหมู่ตามลักษณะไฟล์ในรูปแบบ zip หรือ pdf แล้วจึงแบ่งตามรายชื่อผู้ประพันธ์ นอกจากนี้ในส่วนนี้ยังมีบริการ"ค้นหาเอกสาร" เพื่อความสะดวก

² กระทู้ ครบรอบปีที่ 6 เว็บไซต์ธรรมจักร 1 สิงหาคม 2552 [ออนไลน์] , 11 ตุลาคม 2553. แหล่งที่มา

<http://www.dhammajak.net/forums/viewtopic.php?f=62&t=24546>

- **กล่องบทความ** รวบรวมบทความธรรมะต่างๆ โดยจัดเป็นหมวดหมู่ที่เชื่อมโยงทั้งภายในเว็บไซต์และเว็บไซต์ภายนอก ดังต่อไปนี้
 - บทความธรรมะ และ บทความทั่วไป มีหัวข้อย่อยๆ ให้เลือกอ่าน นำเสนอในรูปแบบบทความที่ฝังในหน้าเว็บ
 - พระไตรปิฎก มีพระไตรปิฎกหลายฉบับให้เลือกอ่านและดาวน์โหลด เช่น พระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาฯ ฉบับประชาชน และอื่นๆ ซึ่งเป็นลิงก์เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ได้แก่ www.84000.org, www.mcu.ac.th/mcutraj, www.dhammathai.org
 - สมาริ มีหัวข้อย่อยต่างๆ ให้เลือกอ่านและยังเชื่อมโยงกับหัวข้อ “สมาริ” นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บไซต์
 - นิทานเซน เล่าโดยท่านพุทธทาส มีหัวข้อย่อยเป็นชื่อนิทานเรื่องต่างๆ ให้เลือกอ่านและยังเชื่อมโยงกับหัวข้อ “นิทานเซน” นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บไซต์
 - ต้นไม้ในพระพุทธศาสนา มีหัวข้อย่อยเป็นชื่อต้นไม้ต่างๆ ให้เลือกอ่านและยังเชื่อมโยงกับหัวข้อ “ต้นไม้ในพระพุทธศาสนา” ในเมนูสาระน่ารู้ นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บไซต์
- **บทสวดมนต์** รวบรวมบทสวดมนต์ต่างๆ พระคาถาต่างๆ เช่น คาถาชินบัญชร คาถาพาหุง บทสวดมนต์พิธีต่างๆ และคำอาราธนาต่างๆ นำเสนอในรูปแบบบทความบนหน้าเว็บไซต์
- **ห้องสวดมนต์ออนไลน์** เป็นหน้าเว็บที่มีรูปพระพุทธรูปและจุดเทียน มีเพลงบูชาพระรัตนตรัยเปิดตามที่ระบุในหน้าเว็บจะมีบทสวดมนต์จนถึงบทกรวดน้ำ แสดงโดยอัตโนมัติ แต่จากการศึกษาพบเพียงเพลงบูชาพระรัตนตรัยเพลงเดียว



ภาพที่ 8 ห้องสวดมนต์ในเว็บไซต์ธรรมจักร

- **ภาพการ์ตูนธรรมะ** มีหัวข้อเป็นการ์ตูนภาพนิ่งและการ์ตูนแบบแอนิเมชัน เช่น “ภาพลงโทษในนรก” , “ภาพพระมาลัย ท่องนรก สวรรค์” “ภาพการ์ตูนกฎแห่งกรรม” “การ์ตูนฮารมมะ พระพยอม” “VDO ภาพพุทธประวัติ” ฯลฯ
- **นิทานธรรมะ** เมื่อคลิกจะเชื่อมโยงไปยังเว็บบอร์ดหัวข้อ นิทาน-การ์ตูน นำเสนอในรูปแบบการบทความในเว็บบอร์ด
- **นิทานเซน** มีหัวข้อย่อยเรื่องนิทานให้เลือกอ่าน นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บบอร์ด
- **กฎแห่งกรรม** นำเสนอหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องกฎแห่งกรรม 11 หัวข้อ โดยแต่ละหัวข้อนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกันไป ทั้งในรูปแบบหน้าเว็บ วิดีโอ และลิงค์ไปสู่เว็บบอร์ด ห้องกฎแห่งกรรม
- **บทกวีธรรม** เมื่อคลิกจะลิงค์ไปยังเว็บบอร์ด ห้องกวีธรรม แต่ในช่วงเวลาที่ศึกษา เว็บบอร์ดกวีธรรมปิดปรับปรุง จึงไม่สามารถศึกษาได้
- **สมาธิ** นำเสนอบทความที่เกี่ยวกับการทำสมาธิโดยพระอาจารย์ต่างๆ นำเสนอในรูปแบบบทความในหน้าเว็บ
- **การบวช** นำเสนอหัวข้อย่อยเกี่ยวกับการบวช นำเสนอในรูปแบบบทความในหน้าเว็บไซต์
- **การรักษาศีล** นำเสนอรูปแบบบทความในหน้าเว็บไซต์ ตามหัวข้อดังต่อไปนี้ “ศีล 5”, “ศีล 8”, “ศีล 10”, “ศีล 227” และ”การรักษาศีล”
- **ความรัก-ความผูกพัน** เป็นบทความเกี่ยวกับความรัก ความผูกพัน นำเสนอในรูปแบบบทความในหน้าเว็บไซต์
- **เว็บสหธรรมมิก** เป็นหน้ารวมเว็บไซต์ธรรมะ พระพุทธศาสนาเว็บไซต์อื่นๆ
- **สาระน่ารู้** มีหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้
 - **พระไตรปิฎก** รวบรวมลิงค์พระไตรปิฎกฉบับต่างๆ เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น
 - **วันสำคัญทางศาสนา** แสดงเนื้อหาวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาต่างๆ แบ่งหัวข้อย่อย 2 หัวข้อได้แก่ วันวิสาขบูชา และ วันสำคัญอื่นๆ นำเสนอรูปแบบบทความในหน้าเว็บไซต์
 - **สมเด็จพระสังฆราชไทย** แสดงพระประวัติของสมเด็จพระสังฆราชองค์ต่างๆ นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บบอร์ด
 - **ประวัติครูบาอาจารย์** แสดงหัวข้อย่อยๆ ได้แก่ วัดประจำรัชกาล ประวัติสมเด็จพระสังฆราช ประวัติอุบาสก-อุบาสิกา นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บบอร์ด และหัวข้อย่อย การใช้ชีวิตของพระป่า นำเสนอในรูปแบบบทความที่ฝังในเว็บไซต์
 - **ต้นไม้ในพุทธประวัติ** แสดงหัวข้อย่อยตามชื่อชนิดต้นไม้ นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บบอร์ด
 - **แนะนำสถานที่ปฏิบัติธรรม** เมื่อคลิกจะนำไปยังหน้าเว็บบอร์ดห้องสถานที่ปฏิบัติธรรม นำเสนอในรูปแบบบทความในหน้าเว็บบอร์ด

- **วัดและศาสนสถาน** เมื่อคลิกจะนำไปยังหน้าเว็บบอร์ดห้องวัดและศาสนสถาน นำเสนอในรูปแบบบทความในหน้าเว็บบอร์ด
- **วัดประจำรัชกาลที่ 1-9** นำเสนอข้อมูลวัดประจำรัชกาล นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบบทความในหน้าเว็บบอร์ด
- **ศาสนพิธี (ชาวพุทธควรรู้)** แสดงหัวข้อย่อยต่างๆ เช่น การทำบุญวันเกิด พิธีทำบุญเลี้ยงพระ ฯลฯ เรียบเรียงหัวข้อต่างๆเมื่อคลิกเนื้อหาจะนำเสนอในรูปแบบบทความในหน้าเว็บบอร์ด
- **พุทธศาสนสุภาษิต** เมื่อคลิกจะนำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บบอร์ด
 - **เมนูลัด** มีแถบย่อยดังต่อไปนี้
- **หน้าหลัก** เมื่อคลิกจะนำกลับมายังหน้าโฮมเพจของเว็บ
- **เว็บบอร์ด** เมื่อคลิกจะนำไปสู่หน้าเว็บบอร์ดรวม มีห้องย่อยภายในเว็บบอร์ดตามประเภทเนื้อหา ได้แก่
 - **กระทู้ล่าสุด**
 - **กลุ่มกิจกรรม** มีห้องย่อย ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์, ภาพหายาก-ภาพกิจกรรม, ธรรมทาน และ วิชิบอร์ด-แจ้งปัญหา
 - **กลุ่มสนทนา** มีห้องย่อย ได้แก่ สนทนาธรรมทั่วไป, แนะนำตัว, กฎแห่งกรรม, สมาธิ-สติ, อภิธรรม, การสวดมนต์ คาถาและฟังธรรม, การรักษาศีล-การบวช, ความรัก-ผูกพัน-พลัดพราก
 - **กลุ่มสาระธรรม** มีห้องย่อย ได้แก่ หนังสือธรรมะ, คลิปวีดีโอ, บทความธรรมะ, นิทานการ์ตูน, กวีธรรม, นานาสาระ, ต้นไม้ในพุทธประวัติ,
- **ห้องสนทนา** เป็นบริการห้องแชท มีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ที่สนใจคำสอนทางพระพุทธศาสนาได้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มี 3 ห้อง ได้แก่ ลาน1 ลาน2 ลาน3(ดับจิต)



ภาพที่ 10 ห้องสนทนา (Chatrooms) ในเว็บไซต์ ธรรมจักร: หน้า Login

หน้าหลัก เว็บบอร์ด ห้องสนทนา ธรรมเว็บ รูปภาพ แผ่นผังเว็บ ติดต่อ

สิ่งทั้งปวงมิเสื่อมและสิ้นไปเป็นอชรมก เพื่อทั้งหลายจะอยู่ด้วยความไม่ประมาทเถิด

วันที่ 31 ธันวาคม 2552 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้พระราชทานพระราชดำรัสสอนพระปี่ในใหม่ พ.ศ.2553 แก่ปวงชนชาวไทย ดังนี้

ประชาชนชาวไทยทั้งหลาย

วันนี้ ชื่นวาระจะขึ้นปีใหม่ ข้าพเจ้าขอส่งความปรารถนาดีมาอวยพรแก่ท่านทุกคน ทั้งขอขอบใจท่านเป็นอย่างมาก ที่วัดก ห่วงใย แก่การเจ็บป่วยของข้าพเจ้า และแสดงออกโดยประการต่างๆ จากใจจริง ที่จะให้ข้าพเจ้าหายเจ็บป่วยและมีมีความสุขสวัสดิ์

ความสุขสวัสดิ์นี้ เป็นสิ่งที่ทั้งปรารถนาอย่างยิ่งของคนเรา แต่จะสำเร็จผลเป็นจริงได้ มากน้อยเพียงใด ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถและสติปัญญา และการประพฤติปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ในปีใหม่นี้จึงขอให้ชาวไทยทุกคนได้ตั้งใจตั้งใจให้เที่ยงตรง แน่วแน่ ที่จะประพฤติตัว ปฏิบัติงานให้เต็มกำลังความสามารถ โดยมีสติรู้ตัว และมีบุญญารู้อิด ก่ากับอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ จะคิดจะทำสิ่งใดต้องคิดหน้าคิดหลังให้ดี ให้อรอบคอบ ทำให้ดีให้ถูกต้อง ข้อสำคัญจะต้องระลึกงูโดยตระหนักว่า ประโยชน์ส่วนรวมนั้นเป็นประโยชน์ที่แต่ละคนทั้งยึดถือ เป็นเป้าหมายหลักในการ ประพฤติตัวและปฏิบัติงาน เพราะเป็นประโยชน์ที่ยั่งยืนแท้จริง ซึ่งทุกคนมีส่วนได้รับทั่วถึงกัน ความสุขความสวัสดิ์จึงได้เกิดขึ้นทั้งแก่บุคคล ทั้งแก่ชาติบ้านเมืองไทย ดังที่ทุกคนทุกฝ่ายตั้งใจปรารถนา

ขออำนาจแห่งคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวไทยเคารพ บูชา จงอภิบาลรักษาท่านทุกคนไปปราศจากทุกข์ ปราศจากโรคภัย ให้ความสุขกาย สุขใจ และความสำเร็จสมประสงค์ตลอดศตวรรษนี้ โดยทั่วกัน

คลิกที่นี่ เพื่อฟังพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ

หน้าหลัก
หนังสือธรรมะ
ดาวน์โหลดหนังสือ e-book
กล่อมบหความ
บทสวดมนต์
ห้องสวดมนต์ ออนไลน์
ฟังเสียงสวดมนต์
ฟังเสียงธรรม
ภาพการ์ตูนธรรมะ
นิทานธรรมะ
นิทานเซน

๕๐๗สนทนา
Dhamma Chat

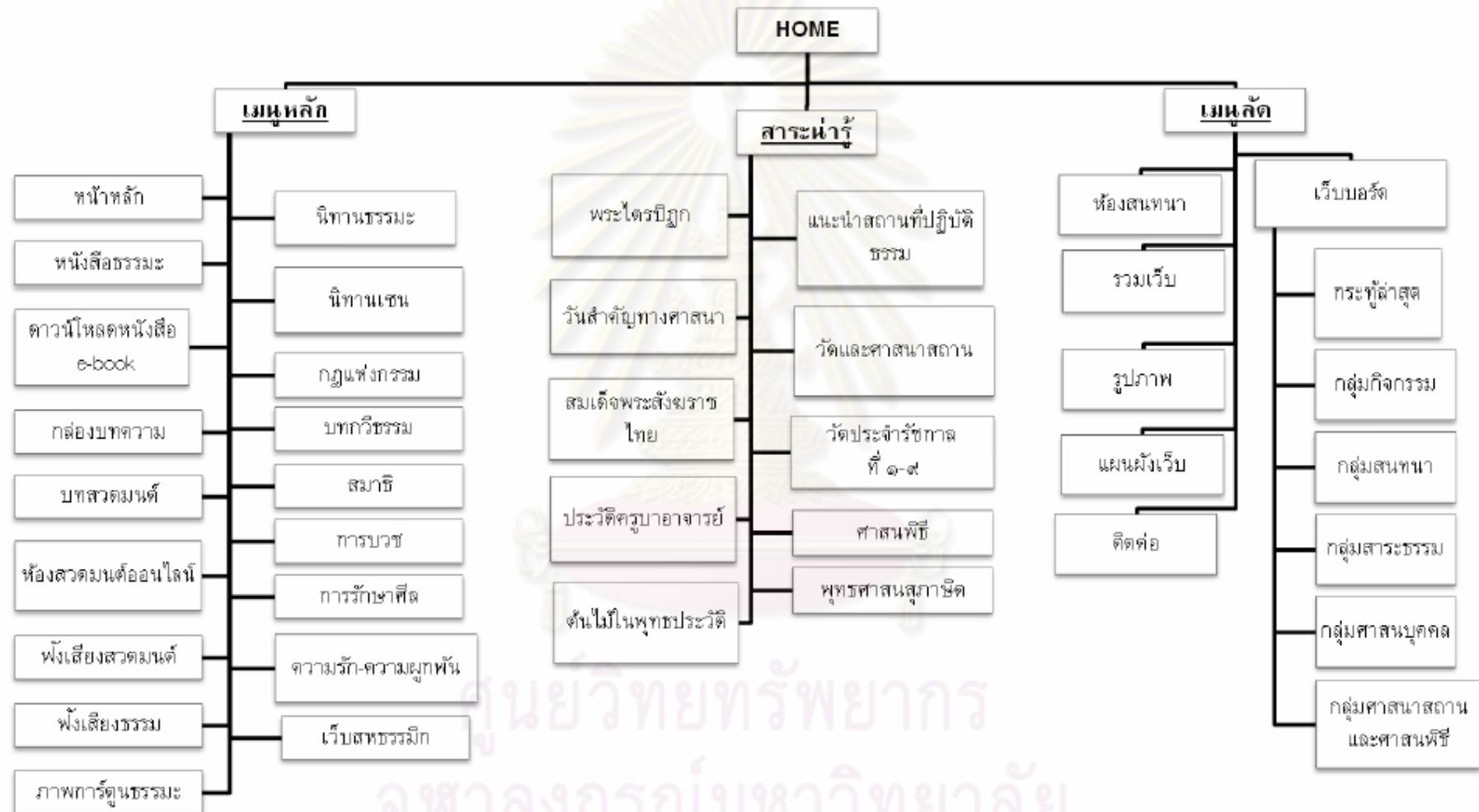
ทศพิศราชธรรม
พระราชดำรัส
เศรษฐกิจพอเพียง
เพลงทองแห่งแผ่นดิน

สาเหตุที่ทำให้คุณ
เครียดมาก?
● การเมือง
● เศรษฐกิจ
● เรื่องงาน
● เพื่อนร่วมงาน

ภาพที่ 12 หน้าแรกเว็บไซต์ธรรมจักร และบทความที่เกี่ยวข้องกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 13 แผนผังเว็บไซต์ธรรมจักร



เว็บไซต์ดีเอ็มซี www.dmc.tv

ความเป็นมา

เว็บไซต์ดีเอ็มซี (www.dmc.tv) มีที่มาจากช่องโทรทัศน์ DMC (Dhamma Media Channel) ซึ่งเป็นสื่อของวัดพระธรรมกาย เป็นช่องรายการธรรมะ ออกอากาศผ่านดาวเทียมตลอด 24 ชั่วโมง นำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย ได้ทั้งสาระและบันเทิง เข้าใจง่าย มีทั้งรายการวาไรตี้ ทอล์คโชว์ เทศนาธรรม และสารคดี ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบุญกุศล ทำรายการเพลงมิวสิกวิดีโอ รวมทั้งรายการสำหรับเด็ก ผู้สนใจสามารถรับชมช่อง DMC ได้จากจานดาวเทียม หรือที่เรียกในเว็บไซต์ว่า จานดาวธรรม ความโดดเด่นอยู่ที่รายการอนุบาลฝันในฝัน ดำเนินรายการสอนโดยพระราชภาวนาวิสุทธิ (พระธัมมชโย) เป็นรายการให้ความรู้เรื่องความเป็นจริงของชีวิตผ่านการศึกษาเรื่องกฎแห่งกรรม ดำเนินรายการเล่าเรื่องแบบพ่อสอนลูก แรกเริ่มเป็นการฟังเทศน์ที่วัดพระธรรมกาย ต่อมาฟังทางโทรศัพท์ พัฒนามาเป็นการฟังทางอินเทอร์เน็ต และสุดท้ายพัฒนาเป็นสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม (จานดาวธรรม) จนมาถึงปัจจุบัน*

เว็บไซต์ดีเอ็มซี (www.dmc.tv) เป็นสื่อเว็บไซต์ที่สืบเนื่องจากจากช่อง DMC เว็บไซต์นี้รวบรวมรายการต่างๆที่ออกอากาศในช่อง DMC³ นำรายการต่างๆ ธรรมะคำสอนต่างๆ เพลงธรรมะ ความคืบหน้าโครงการต่างๆ มาแยกเป็นหมวดหมู่ มีรายการย้อนหลังให้ดูออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และแบบคลิปลิงก์ให้ดาวน์โหลด อีกทั้งหน้าเว็บไซต์ยังเป็นช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆของวัด เช่น โครงการบวชพระหนึ่งแสนรูปทั่วประเทศ โครงการบวชอุบาสิกาแก้วหน่ออ่อน โครงการกฐินอาคาร 100 ปี เป็นต้น

เว็บไซต์มีผู้ดูแล คือ พระมหาทศพร ซึ่งทำหน้าที่เป็นเว็บมาสเตอร์ เว็บไซต์ดีเอ็มซีนี้เป็นส่วนหนึ่งของสื่อธรรมะวัดพระธรรมกาย ซึ่งตั้งอยู่ ณ คลองหลวง ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง ปทุมธานี เจ้าอาวาสคือ พระราชภาวนาวิสุทธิ (พระธัมมชโย) รองเจ้าอาวาสคือ พระภาวนาวิริยคุณ (พระทัตตชีโว)

วัตถุประสงค์

จากการสอบถามพระมหาทศพร ผู้ดูแลเว็บไซต์ดีเอ็มซี กล่าวว่าวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี คือ เพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้ธรรมะอย่างเข้าใจ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต⁴

³ สัมภาษณ์, พระมหาทศพร, 21 กันยายน 2553

⁴ แนะนำตัวช่อง DMC , [ออนไลน์] 20 สิงหาคม 2553 แหล่งที่มา <http://www.dmc.tv/pages/about/page02.html>

*เรียบเรียงจากสเปคในรายการอนุบาลฝันในฝัน ออกอากาศวันที่ 21 สิงหาคม 2553

ความเป็นมาของวัดพระธรรมกาย

แรกเริ่มมาจากความตั้งใจที่จะเผยแผ่พระวิชาธรรมกายของ แม่ชีจันท์ หรือคุณยายอาจารย์ มหารัตนอุบาสิกาจันท์ ขนนกยูง ผู้ก่อตั้งวัดธรรมกาย ซึ่งได้ศึกษาวิชาธรรมกายมาจากหลวงปู่สด จันทสโรหรือหลวงปู่วัดปากน้ำ (อดีตเจ้าอาวาสวัดปากน้ำ) และมีลูกศิษย์คือ พระราชภาวนา วิสุทธิ์ (พระธัมมชโย) และพระภาวนาวิริยคุณ (พระทัตตชีโว) เริ่มแรกเป็นการเปิดสถานที่ส่วนตัว ให้เพื่อให้คนที่สนใจเข้ามาฝึกนั่งสมาธิ (บ้านธรรมประสิทธิ์) ต่อมามีคนมาฝึกนั่งสมาธิจำนวนมาก ขึ้นจึงสร้าง “ศูนย์พุทธจักรปฏิบัติธรรม” และพัฒนาเป็น “วัดพระธรรมกาย” จนถึงปัจจุบัน

โครงสร้างเว็บไซต์ดีเอ็มซี

เว็บไซต์ดีเอ็มซี (www.dmc.tv) ประกอบด้วยเมนูหลัก แบ่งออก 7 แถบ ได้แก่ HOME, LIVE ดูทีวีออนไลน์, VIDEO, ธรรมะ DHAMMA, MEDITATION, สมาธิ, WEBBOARD และ ABOUT DMC

- **HOME** คลิกเพื่อกลับมาหน้าโฮมเพจของเว็บไซต์
- **LIVE สด** คลิกเพื่อเข้าสู่หน้ารายการถ่ายทอดสดจากสถานีดาวเทียม ช่องDMC
- **VIDEO** เพื่อเข้าสู่หน้ารวบรวมวิดีโอซึ่งได้แบ่งออกเป็นหมวดหมู่ ดังนี้
 - ก. **DMC: วิดีโอธรรมะ DHAMMA VIDEO** ส่วนแนะนำคลิปวิดีโอธรรมะ
 - พระพุทธรักษา ฟังเพลงธรรมะ และคลิปวิดีโอฝึกการทำสมาธิ
 - ข. **สมาธิและธรรมะ** คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการทำสมาธิและรายการธรรมะต่างๆ แบ่งหัวข้อย่อยออกเป็นรายการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้
 1. *ทบทวนฝันในฝัน* คลิปรายการอนุบาลฝันในฝันย้อนหลังเรียงตามวัน
 2. *วิธีฝึกสมาธิเบื้องต้น* คลิปรายการบรรยายวิธีฝึกสมาธิเบื้องต้น
 3. *โครงการอบรมพระ 1 แสนรูป* คลิปบันทึกการสอนและการเทศนาธรรม ในโครงการอบรมพระ 1 แสนรูป
 4. *ธรรมะเพื่อประชาชน* คลิปการบรรยายธรรมเทศนาหัวข้อต่างๆ ประกอบภาพการ์ตูนโดยพระราชภาวนาวิสุทธิ์
 5. *ธรรมะศึกษา* คลิปรายการนำเสนอวิชาธรรมะเพื่อนำไปสอบนักธรรม บรรยายโดยพระสงฆ์
 6. *คำวัด* คลิปรายการนำเสนอความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับ พระพุทธรักษาและคำที่ใช้ในพิธีกรรมต่างๆ
 7. *Pearl of Inner Wisdom* คลิปรายการนำเสนอโอวาทธรรมโดยพระราช ภาวนาวิสุทธิ์ประกอบภาพนิ่ง
 8. *梦中梦 (Chinese School)* คลิปโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันพากย์เสียง ภาษาจีน

9. *Meditation for beginners* คลิปวิธีฝึกสมาธิเบื้องต้นรายการภาษาอังกฤษ
10. *Gleaming with Buddhism* คลิปรายการภาษาอังกฤษซับไตเติ้ลภาษาไทย
11. *เดินไปสู่ความสุข* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอชีวิตที่เปลี่ยนไปของอุบาสกอุบาสิกาของวัดพระธรรมกาย
12. *สุดยอดภาษากัมมहाเปรียญ* คลิปรายการโทรทัศน์เพื่อศึกษาภาษาบาลี
13. *มงคลชีวิต* คลิปรายการโทรทัศน์ธรรมเทศนาหัวข้อมงคลชีวิต 38 ประการ
14. *ไปวัดไปวา* คลิปรายการโทรทัศน์ที่พาเที่ยวชมวัดต่างๆ
15. *หลวงพ่อดอปปัญหา* คลิปรายการโทรทัศน์เทศนาธรรมะโดยตั้งคำถามให้พระราชภาวนาวิริยคุณตอบคำถามและอธิบายในทางธรรม
16. *หลวงพ่อดอปปัญหา (English Subtitle)*
17. *แผ่เมตตาประจำวัน* คลิปรายการโทรทัศน์บันทึกช่วงทำสมาธิในรายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา
18. *เรื่องเล่า เข้าถึงธรรม* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเรื่องเล่าจากการนั่งสมาธิและเข้าถึงธรรมของแต่ละบุคคลต่างๆ ตัดตอนมาจากช่วงหนึ่งของรายการอนุบาลฝันในฝัน
19. *พระธรรมะเทศนา* คลิปรายการโทรทัศน์การบรรยายธรรมะในหัวข้อต่างๆโดยพระราชภาวนาวิริยคุณ
20. *เส้นทางบุญ* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอกิจกรรมต่างๆของวัดพระธรรมกายจากทั่วโลก
21. *ใจใสใจสบาย* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาหลากหลาย
22. *เวทีธรรม* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอโอวาทจากพระสงฆ์ในโอกาสต่างๆ
23. *ทบทวนอนุบาลฝันในฝันภาษาอินโดนีเซีย* คลิปรายการโทรทัศน์อนุบาลฝันในฝันวิทยา พากย์เสียงภาษาอินโดนีเซีย
24. *โอวาทพระราชภาวนาวิสุทธิ* คลิปรายการโทรทัศน์สั้นๆนำเสนอโอวาทในหัวข้อธรรมต่างๆ
25. *รังสรรค์ศรัทธา* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอประวัติและการในทำงานของพระมหาเทพมูณีและแม่ชีจันทร์ ผู้ก่อตั้งวัดพระธรรมกาย
26. *ส่องธรรมะล้ำภษิต* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอและขยายความสุภษิตด้วยธรรมะ

27. ความฝันของพระเจ้าปเสนทิโกศล คลิปรายการโทรทัศน์ช่วงหนึ่งจากรายการอนุบาลฝันในฝัน เทศนาธรรมโดยพระราชภาวนาวิสุทธิประกอบภาพ

ค. กฎแห่งกรรม แบ่งหัวข้อย่อยออกเป็นรายการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. กรณีศึกษา กฎแห่งกรรม (Case Study) คลิปรายการโทรทัศน์ช่วงหนึ่งในรายการอนุบาลฝันในฝัน เป็นการบรรยายธรรมประกอบภาพ
2. สู้ต่อไป คลิปรายการโทรทัศน์ที่สัมภาษณ์อุบาสิกอุบาสิกาเกี่ยวกับชีวิตที่ดีขึ้นหลังจากเข้าวัดพระธรรมกายและปฏิบัติธรรมกับวัด
3. ชีวิตในสังสารวัฏ คลิปรายการโทรทัศน์สัมภาษณ์เจ้าของจดหมายที่เคยอ่านออกอากาศในรายการอนุบาลฝันในฝัน
4. Case Study (English Subtitle) คลิปรายการโทรทัศน์ช่วงหนึ่งในรายการอนุบาลฝันในฝัน เป็นการบรรยายธรรมประกอบภาพ ซับไตเติ้ลเป็นภาษาอังกฤษ
5. ย้อนอดีตฝันในฝัน (Chinese Subtitle) คลิปรายการโทรทัศน์ช่วงหนึ่งในรายการอนุบาลฝันในฝัน เป็นการบรรยายธรรมประกอบภาพ ซับไตเติ้ลเป็นภาษาจีน
6. กว่าที่จะถึงวันนี้ คลิปรายการโทรทัศน์ที่รวบรวมประวัติความเป็นมาพัฒนาการในการสร้างวัดพระธรรมกายและกิจกรรมต่างๆของวัด

ง. ข่าว

1. DMC News คลิปรายการข่าวเกี่ยวกับการทำบุญของวัดพระธรรมกาย
2. New News คลิปรายการข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆของวัดพระธรรมกาย
3. ศูนย์ข่าวต่างประเทศ คลิปรายการข่าวเกี่ยวกับการเปิดศูนย์ปฏิบัติธรรมของวัดพระธรรมกายในต่างประเทศ
4. DMC News Sunday คลิปรายการข่าวประจำวันอาทิตย์นำเสนอกิจกรรมต่างๆของวัด
5. ที่นี้ภูธร คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนออุบาสิกอุบาสิกาที่อยู่ต่างจังหวัดและสถานปฏิบัติธรรมที่อยู่ต่างจังหวัด
6. DNN คลิปรายการโทรทัศน์ Dhamma News Network นำเสนอกิจกรรมของวัดพระธรรมกายในศูนย์ปฏิบัติในต่างประเทศ และนำเสนอในภาษาของประเทศนั้นๆ ซับไตเติ้ลภาษาไทย
7. English New News คลิปรายการข่าว New News บรรยายเสียงภาษาอังกฤษ

8. *新新闻 (New News)* ไม่สามารถเปิดไฟล์ได้ ณ วันที่ทำการศึกษา
 9. *English DNN* รายการโทรทัศน์ Dhamma News Network ในภาษาอังกฤษ ซับไตเติ้ลภาษาไทย
 10. *法身新闻网 (DNN)*
 11. *รอบรู้ทันข่าว* ไม่มีVideoในหมวดนี้ ณ วันที่ทำการศึกษา
 12. *ข่าว 072* ไม่มีVideoในหมวดนี้ ณ วันที่ทำการศึกษา
 13. *เจาะประเด็น* ไม่มีVideoในหมวดนี้ ณ วันที่ทำการศึกษา
- จ. **เยาวชน** รายการธรรมะสำหรับเยาวชน นำเสนอหัวข้อธรรมะง่ายๆ เช่น มงคลชีวิต การทำงาน อบายมุข 6 ศีล 5
1. *ชาดก 500 ชาติ* นำเสนอนิทานชาดกตอนต่างๆในรูปแบบภาพการ์ตูนพร้อมเสียงบรรยาย
 2. *V-Star ละครพื้นฟูศีลธรรมโลก* คลิปละครโทรทัศน์สร้างจากเรื่องจริงเพื่อเป็นตัวอย่างการทำความดี มีละครหลายเรื่อง
 3. *พลังมด* คลิปรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนำเสนอเนื้อหาสาระหลากหลาย
 4. *การ์ตูนบุญโต* คลิปรายการการ์ตูนชุดแอนิเมชันแฝงเนื้อหาธรรมะ
 5. *ปฏิบัติบัติการกุ๊กกิ๊ก* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาทั่วไปแฝงธรรมะ
 6. *Super Kids* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาทั่วไปแฝงธรรมะ
 7. *V-Star News* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอภาพกิจกรรม V-Star
 8. *IBS Time* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอภาพกิจกรรมและโครงการต่างๆของวัด
 9. *คุณครูไอโกะ* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาสาระธรรมต่างๆโดยมีพิธีกรเป็นเด็ก
 10. *ซูเปอร์เนเจอร์* คลิปรายการโทรทัศน์ตอบปัญหาธรรมะกับสามเณร
 11. *ทำดีหนูก็ทำได้* คลิปรายการโทรทัศน์พาไปเยี่ยมโรงเรียนต่างๆทำกิจกรรมธรรมะต่างๆ
 12. *เก่งและดี* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาธรรมะในรูปแบบการ์ตูนแอนิเมชันและการแข่งขันเยาวชนตอบปัญหาธรรมะ
 13. *แต่มีสิริรุ่ง* คลิปรายการโทรทัศน์ส่งเสริมศีลธรรม ธรรมะและการทำสมาธิให้กับเด็กผ่านละครสั้นและเพลงธรรมะ
 14. *คุณครูบอส* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอหลักธรรมหัวข้อต่างๆ ดำเนินรายการโดยเด็ก
 15. *คุณครูก้อง* ยังไม่มีคลิปวิดีโอในหมวดนี้ ณ วันที่ทำการศึกษา

16. อาจารย์สหัสชัย ไร่ คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอหลักธรรมในหัวข้อ การให้ทาน ดำเนินรายการโดยเด็ก
17. จดหมายถึงตะวัน คลิปรายการโทรทัศน์อ่านจดหมายจากเด็ก ๆ ถึงพระราชภาวนาวิสุทธิ เล่าเรื่องการทำบุญด้วยปัจจัยกับวัดพระธรรมกายและวัดอื่นๆ
18. อาจารย์เพิ่มพูน คลิปรายการโทรทัศน์อธิบายธรรมะหัวข้อ อบายมุข6
19. Yuwa Planet คลิปรายการโทรทัศน์กิจกรรมการทำบุญต่างๆของเยาวชน

ฉ. วาไรตี้

1. สก๊อปอัพเดท คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอกิจกรรมโครงการต่างๆของวัด เช่น การเดินธุดงค์ การพัฒนาวัดร้างโดยคณะสงฆ์ การบวช ฯลฯ
2. ทันโลกทันธรรม คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอธรรมะและสาระอื่นๆ
3. ผู้ออกแบบชีวิต คลิปรายการโทรทัศน์สัมภาษณ์ผู้ที่เลื่อมใสวัดพระธรรมกายเกี่ยวกับชีวิตที่เปลี่ยนไปเมื่อได้ปฏิบัติธรรม
4. ข้อคิด รอบตัว คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอข้อคิดและอธิบายธรรมโดยพระมหาดร.สมชาย ฐานวุฑฺโฒ
5. Smile World คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอวิถีชีวิตชาวพุทธในต่างประเทศและกิจกรรมของวัดพระธรรมกายในต่างประเทศ
6. DMC Variety คลิปรายการโทรทัศน์ภาพกิจกรรมต่างๆของวัดพระธรรมกายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
7. D-Star คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอชีวิตของผู้ที่เลื่อมใสวัดพระธรรมกายหลังจากปฏิบัติธรรม
8. เคลียร์คัตชุดเงิน season 2 คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอรายการกิจกรรมและโครงการต่างๆของวัดพระธรรมกาย
9. กระจกหกด้าน นำเสนอรายการกระจกหกด้านที่ฉายทางโทรทัศน์
10. คู่กันถูกคอ คลิปรายการโทรทัศน์สัมภาษณ์ผู้ที่เป็นลูกศิษย์วัดพระธรรมกายในบรรยากาศเป็นกันเอง
11. สื่อประกอบการสอนศีลธรรม คลิปรายการสั้นๆประกอบคำบรรยายแผ่ธรรมะ
12. นานาเทศนา คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอหลักธรรมต่างๆและโครงการของวัดพระธรรมกาย
13. DMC Music คลิปรายการเพลงธรรมะ
14. สุขกายสบายใจ คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

15. *Relax & Alert* คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอภาพโครงการและกิจกรรมต่างๆของวัดพระธรรมกาย
 16. *ธรรมะวาที* คลิปรายการโทรทัศน์ นำเสนอเนื้อหาสาระความหมายจากคำในพระพุทธานุศาสน์
- ข. **กิจกรรม** คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอภาพกิจกรรมโครงการและการเทศนาธรรมในโครงการต่างๆของวัด แบ่งหัวข้อย่อยตามโครงการ ดังต่อไปนี้
1. *NONA* เทเหล้าฯ
 2. *22 UNITY*
 3. อุบาสิกาแก้วหน่ออ่อน
 4. ร้อยดวงใจให้แผ่นดิน
 5. *Super Monk*
- ช. **บุญพิธี** คลิปรายการโทรทัศน์นำเสนอภาพกิจกรรมและโครงการต่างๆของวัด
1. ทบทวนบุญ
 2. บุญพิเศษ
 3. บูชาพระมหาธรรมกายเจดีย์
 4. มหาธรรมกายเจดีย์
 5. *Ceremony review*
- ฅ. **งานบุญวันอาทิตย์** คลิปรายการโทรทัศน์บรรยายภาคกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย แบ่งตามลักษณะกิจกรรม ได้ดังต่อไปนี้
1. ปฏิบัติธรรมภาคเช้า
 2. ปฏิบัติธรรมภาคบ่าย
 3. โอวาทครูไม่ใหญ่
 4. พระธรรมเทศนาวันอาทิตย์
 5. พิธีถวายภัตตาหารเป็นสังฆทาน
 6. พิธีสวดพระพุทธรูป
 7. พิธีจุดเทียนไฟนริรันดรอันนัตชัย
 8. พิธีมอบของที่ระลึก
- ญ. **Music VDO** เพลงธรรมะ รวบรวมคลิปวิดีโอเพลง เสียงสวดมนต์ รายการโทรทัศน์ รวมไปถึงเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมะต่างๆ ได้แก่ รายการดังต่อไปนี้
1. *Music VDO* เพลงธรรมะ
 2. *DMC Guide*
 3. บทสวดมนต์
 4. สปอต *DMC*
 5. *DMC TIME*

6. DOU for you
7. แผ่นดินไทยแผ่นดินธรรม
8. World-PEC II
9. Module คุณทำได้
10. ตั้งตัว World-PEC

ฎ. เรื่องสั้น คลิปรายการภาพการ์ตูน/แอนิเมชันประกอบเสียงบรรยายโดยพระราชภาวนาวิสุทธิ โดยแบ่งเป็นหัวข้อย่อยๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. มโหสถบัณฑิต
2. นรก
3. พญานาค
4. พระเวสสันดร
5. พุทธประวัติ
6. ฎริทัตนาคราช
7. สวรรค์
8. เปอต
9. ยักษ์
10. วิฐรบบัณฑิต
11. พระมหาชนก
12. มหาพรหมนารทะ
13. พระเตมีย์
14. จันท์กุมาร
15. อนาถบิณฑิกเศรษฐี
16. โปริสาท
17. PhraVessandara Jatak
18. พระเจ้าเนมิราช
19. 威善达王的故事(PhraVessandara)
20. พระเจ้าจักรพรรดิ
21. วจิกรรมต่อพระ
22. มหาอุบาสิกาวีสาขา
23. อานิสงส์กฐินทาน
24. วันวิสาขบูชา
25. อานิสงส์การสร้างพระปิตเจตีย์
26. มหาทุคตะ
27. โชติกเศรษฐี

28. ภาพวิปัสสนากรรมฐาน
29. ราชสีห์
30. วิชากรรมจากการล้อเลียนพระ
31. วันมาฆบูชา
32. เมณฑกกรรมฐาน
33. ขนุนกรรมฐาน
34. จิตตคฤหบดี
35. พระธิดาสุมนา
36. โสณะโกปุริส
37. นายติณบาล
38. วันอาสาฬหบูชา

ฎ. **มหาปุชฌิยาจารย์** นำเสนอคลิปรายการโทรทัศน์โดยมีเนื้อหาหลักธรรมคำสอน และเนื้อหาอื่นๆของผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการก่อตั้งวัดพระธรรมกาย

1. พระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) หลวงปู่วัดปากน้ำ
2. คำสอนคุณยายอาจารย์
3. คุณยายอาจารย์มหารัตนอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง
4. ดวงตะวันแห่งสันติภาพ

ฉ. **Meditation** นำเสนอคลิปรายการแนะนำการนั่งสมาธิเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน

1. *Meditation for Peace*
2. *Meditation Testimonials*
3. *修行经验分享(Chinese Meditation)*

ค. **Law of Karma** นำเสนอคลิปส่วนหนึ่งของรายการอนุบาลฝันในฝันวิทยาช่วงกรณีศึกษา Case Study เป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน

1. *Inner Dream School Review*
2. *English Case Study*
3. *个案研究 (Chinese Case study)*
4. ทบทวนฝันในฝันภาษาจีนแต่จีว

- **ธรรมะ DHAMMA** เพื่อเข้าสู่หน้ารวมคำสอนในรูปแบบบทความพร้อมภาพกราฟฟิกประกอบและคลิปวิดีโอ โดยแบ่งตามหมวดหมู่และหมวดย่อย ดังต่อไปนี้

1. ธรรม กฏแห่งกรรม ข่าว ละคร หนังสือธรรมะ ทำบุญ กุศล บารมี

1.1 **ธรรมะมาแรง** นำเสนอเนื้อหารายการที่กำลังนำเสนอในรายการอนุบาลฝันในฝันในรูปแบบบทความในหน้าเว็บไซต์ภาพประกอบและมีคลิปวิดีโอในรายการ

1.2 **ธรรมะมาใหม่** นำเสนอและประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นในรูปแบบของบทความในหน้าเว็บไซต์

นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อคลิกเข้ามาในหน้า **ธรรมะมาใหม่** จะพบแถบหัวข้อย่อยด้านบนเพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ในส่วนนี้เชื่อมโยงไปยังหัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หัวข้อดูข่าวเดี๋ยวนี้ หัวข้อข่าวประชาสัมพันธ์งานบุญ หัวข้อข่าวปกิณณกะธรรมะ www.dmc.tv และหัวข้อข่าวธรรมะรอบโลก

2. หนังสือธรรมะ ที่มีคำตอบ หลวงพ่อตอบปัญหา ธรรมะเพื่อประชาชน อยู่ในบุญ

2.1 **ที่มีคำตอบ** หยิบยกเรื่องราวช่วงหนึ่งจากรายการอนุบาลฝันในฝันวิทยามาแนะนำเสนอ

2.2 **ธรรมะเพื่อประชาชน** นำเสนอเรื่อง “ชัยชนะของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า” ณ วันที่ศึกษา

2.3 **หลวงพ่อดบปัญหา** เรียงเรียงเนื้อหาจากรายการหลวงพ่อดบปัญหา

2.4 **อยู่ในบุญ** วารสารออนไลน์ของวัดพระธรรมกายและบทความอื่นๆ

นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อคลิกไปยังหน้า ที่มีคำตอบ จะพบแถบหัวข้อย่อยด้านบนเพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ในส่วนนี้เชื่อมโยงไปยังหัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของบทความในหน้าเว็บพร้อมภาพประกอบ โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังนี้ **คนไม่ชอบวัด, นี้แหละครอบครัว, บุญ อยู่เบื้องหลังความสุขและความสำเร็จ, องค์ความรู้การทำบุญ, ความทุกข์ของนักบุญ, ความเชื่อกับความใช่, ชีวิตพรหมจรรย์, อานิสงส์แห่งบุญ, เรื่องผีๆ, เรื่องเร้นลับ, อย่างนี้จะบาปไหม, อาชีพ, และ โทษของสุรา**

3. ข่าวดี ข่าวด่วน ข่าวรอบโลก ประชาสัมพันธ์ นำเสนอในรูปแบบของบทความในหน้าเว็บพร้อมภาพประกอบ บ้างก็มีวิดีโอประกอบ

3.1 **ข่าวประชาสัมพันธ์**

3.2 **ข่าว บุญฝากประกาศ**

3.3 **DMC NEWS ข่าว**

3.4 **ข่าวรอบโลก DNN NEWS**

3.5 **กิจกรรม DMC**

4. **Top of Week** ทันโลกทันธรรม ข้อคิด แนะนำเรื่องเด่น นำเสนอในรูปแบบของบทความในหน้าเว็บพร้อมภาพประกอบ บ้างก็มีวิดีโอประกอบ
 - 4.1 เรื่องเด่นทันเหตุการณ์
 - 4.2 Review รายการ DMC
5. **ชาดก ทศชาติ พุทธประวัติ สมာธิ ธรรมะ** นำเสนอในรูปแบบของบทความในหน้าเว็บพร้อมภาพประกอบ บ้างก็มีวิดีโอประกอบ
 - 5.1 สมาธิ
 - 5.2 ผลการปฏิบัติธรรมนานาชาติ
 - 5.3 ทศชาติชาดก
 - 5.4 พุทธประวัติและวันสำคัญ
 - 5.5 บทสวดมนต์
 - 5.6 ศัพท์ธรรมะ ภาษาอังกฤษ
6. **ปรโลกนิวส์ Case Study กฎแห่งกรรม** นำเสนอเนื้อหาส่วนหนึ่งรายการอนุบาลฝันในฝัน ในรูปแบบของบทความในหน้าเว็บพร้อมภาพประกอบและคลิปวิดีโอ
 - 6.1 ปรโลกนิวส์
 - 6.2 กฎแห่งกรรม
 - **MEDITATION** เพื่อนำเข้าสู่บทความภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการทำสมาธิ
 - **สมาธิ** เพื่อเข้าสู่หน้าที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการนั่งสมาธิตามคำสอนของวิชาธรรมกาย มีกิจกรรมให้สมาชิกรับบันทึกการปฏิบัติธรรมออนไลน์และแสดงผลดังกล่าวในหน้าเว็บอีกด้วย โดยแบ่งเป็นหัวข้อย่อย
 - *ถามตอบปัญหาการปฏิบัติธรรม* เป็นแหล่งรวมคำถามและคำอธิบายเกี่ยวกับการนั่งสมาธิตามแนวทางของวิชาธรรมกาย
 - *Meditation Webboard* เชื่อมโยงไปยังเว็บบอร์ดสมาธิในเว็บบอร์ดเก่า
 - *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาธิ*
 - *ความรู้เกี่ยวกับสมาธิ* เชื่อมโยงไปยังเว็บบอร์ด
 - *ผลการปฏิบัติธรรมล่าสุด* เป็นส่วนที่สมาชิกรับเข้ามาเขียนบันทึกผลการปฏิบัติธรรมออนไลน์ได้
 - *เวลาปฏิบัติธรรมสูงสุด* บันทึกเวลาปฏิบัติธรรมของสมาชิกรับได้ทำการบันทึกในเว็บไซต์
 - **WEBBOARD** เพื่อเข้าสู่หน้าเว็บบอร์ด ซึ่งได้แบ่งเป็นห้องต่างๆตามหัวข้อดังต่อไปนี้
 - เรื่องทั่วไป รอบรั้ววัด Cafe Talk
 - ธรรมะและพระพุทธศาสนาทั่วไป Dhamma and Buddhist Principle

- เรื่องราวและกำลังใจในการสร้างบารมี Testimonials of Good Deeds
- เรื่องกฎแห่งกรรม Law of Karma
- การนั่งสมาธิ Meditation Technique and Testimonials
- วิทยาการศาสตร์เชิงพุทธศาสตร์วิทยา Buddhist Science
- เล่าเรื่องด้วยภาพ Pic Post Gallery
- ธรรมะศึกษา Dhamma Study
- พูดคุยกับผู้ผลิตรายการDMC และทีมงาน www.dmc.tv / Contact us

- **ABOUT DMC** เพื่อเข้าสู่หน้าแนะนำช่อง DMC ความเป็นมา วัตถุประสงค์ของ สถานีโทรทัศน์และเว็บไซต์ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภพภูมิ ฯลฯ และข้อมูลเกี่ยวกับงาน ดาเวียม DMC

ลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์ดีเอ็มซี

เว็บไซต์ดีเอ็มซี มีรูปแบบการนำเสนอส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของคลิปวีดีโอรายการโทรทัศน์ ซึ่งนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ภาพเป็นพื้นฐาน (Visual-based) เนื่องจาก วัดพระธรรมกายที่เป็นผู้ผลิต เว็บไซต์ดีเอ็มซีมีช่องสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเป็นของตัวเอง เว็บไซต์ดีเอ็มซีจึงรับข้อมูลทั้งหมดมาจากช่องDMC และนำมาเสนอในรูปแบบคลิปรายการวีดีโอต่างๆในเว็บไซต์โดยทั้งที่เป็น บันทึกภาพกิจกรรมและโครงการต่างๆของวัด รายการโทรทัศน์ รายการบันทึกกรรมเทศนา ประจำวัน และรายการปฏิบัติธรรมวันอาทิตย์

รายการเด่นของช่องสถานีและเว็บไซต์ดีเอ็มซี : รายการอนุบาลฝันในฝัน

สถานีโทรทัศน์และเว็บไซต์ดีเอ็มซีมีรายการหลักและโดดเด่น คือ รายการอนุบาลฝันในฝัน วิชา เป็นรายการบันทึกการบรรยายธรรมเทศนาประจำวันและดำเนินรายการโดยพระราชภาวนาวิสุทธิ เนื้อหารายการเป็นการบรรยายธรรมสลบกับการประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวโครงการต่างๆของวัดพระธรรมกายและสลบกับการฟังเพลงเพื่อผ่อนคลาย เนื้อหาธรรมะที่นำมาบรรยายส่วนใหญ่เป็นการอ่านจดหมายบันทึกการปฏิบัติธรรมตามแนวทางของวัดพระธรรมกายและเป็น การตอบจดหมายจากผู้ที่เขียนมาถามถึงปัญหาชีวิตต่างๆ เมื่อเริ่มตอบปัญหาจะขึ้นต้นด้วย ประโยค “หลับตา ฝันเป็นตุเป็นตะ ตื่นขึ้นมา หาว 1 ที และนำมาเล่าเป็นนิยายปรัมปรา”เสมอ การตอบปัญหาส่วนใหญ่เป็นการอธิบายเหตุและผลของชีวิตโดยใช้หลักกฎแห่งกรรมที่สัมพันธ์กับเรื่อง ภพภูมิและการเวียนว่ายตายเกิด บ้างก็เล่าถึงชีวิตหลังความตายของแต่ละบุคคลว่าได้ไปที่ไหน ซึ่งแต่ละที่ก็ขึ้นอยู่กับผลกรรมดีและผลกรรมชั่วของแต่ละคน ซึ่งมีจุดประสงค์ให้เห็นถึงผลของการ ทำกรรมดีและกรรมชั่ว

รายการอนุบาลฝันในฝันวิชาเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เห็นได้จากเป็น รายการที่ออกอากาศในช่วงที่มีคนชมมากที่สุดของวัน (Prime time) คือ ช่วงเวลา 19.00 น. ถึง 22.00 น. และยังเป็นรายการแกนหลักของสถานีและเว็บไซต์ เห็นได้จากเนื้อหาในรายการอนุบาล ฝันในฝันถูกตัดแบ่งและจัดทำเป็นรายการย่อยๆอีกหลายรายการที่นำเสนอในช่องโทรทัศน์ ได้แก่

รายการสู่ต่อไป รายการชีวิตในสังสารวัฏ ตลอดจนการแบ่งเนื้อหาตามหัวข้อต่างๆเพื่อนำมาลงในเว็บไซต์ดีเอ็มซี เช่น หัวข้อปรโลกนิส หัวข้อแม่เมตตาประจำวัน หัวข้อสมาธิ หัวข้อกรณีศึกษา Case Study การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ในเว็บไซต์ดีเอ็มซีในรูปแบบคลิปวิดีโอ

อย่างไรก็ดียังมีบางส่วนในเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาด้วยการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) เช่น รายการCase Study ในรูปแบบบทความ ซึ่งเป็นการถอดความจากการเทศนาบรรยายธรรมจากรายการอนุบาลในในฝัน มีภาพประกอบและบางบทความมีคลิปวิดีโอเรื่องนั้นๆ ในตอนท้าย อีกส่วนหนึ่งที่น่าสนใจเนื้อหาโดยการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน คือ เว็บไซต์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้สมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ตั้งกระทู้พูดคุยหรือซักถามเรื่องที่สงสัยได้โดยอิสระภายใต้กฎกติกาของเว็บไซต์ รวมไปถึงหัวข้อการปฏิบัติสมาธิ

รูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นของเว็บไซต์ดีเอ็มซี

“แถบเลื่อนอัตโนมัติ”

เป็นส่วนแรกๆที่เห็นเมื่อเปิดเว็บไซต์ รูปแบบการนำเสนอแบบนี้พบในเว็บไซต์พลังจิตเช่นกัน โดยส่วนนี้นำเสนอเนื้อหาใหม่และล่าสุดจากรายการอนุบาลฝันในฝันหรือแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์โครงการของวัดในช่วงเวลาหนึ่งๆ การนำเสนอเป็นภาพและคำบรรยายใต้ภาพเป็นชื่อโครงการหรือชื่อตอนรายการที่นำเสนอ เมื่อคลิกเข้าไปจะเชื่อมโยงไปยังบทความในหน้าเว็บไซต์ พร้อมภาพประกอบและคลิปวิดีโอรายการช่วงนั้นๆ

“แถบดูทีวีออนไลน์” (Live TV Streaming)

ผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์สามารถดูโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมออนไลน์ทางเว็บไซต์ได้โดยสะดวก โดยเว็บไซต์ดีเอ็มซีได้จัดทำกรถ่ายทอดสดทางเว็บไซต์ให้รับชมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพด้วยการแบ่ง Server เป็น Thailand Streaming Server และ USA Streaming Server และสามารถเลือกความเร็ว (Broadcasting speed) ได้เพื่อให้การรับชมรายการถ่ายทอดสดมีประสิทธิภาพที่สุดทั่วโลก อีกทั้งยังมีการเพิ่มเสียงบรรยายรายการสดเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีนอีกให้ได้เลือกเพิ่มเติมอีกด้วย (Audio Language Thai/English) รวมถึงยังมีตารางรายการโทรทัศน์ในหน้าเว็บและอัปเดตตามเวลาจริงอีกด้วย

“วิทยุออนไลน์” (Live Online Radio)

เว็บไซต์ดีเอ็มซีมีบริการวิทยุธรรมะ โดยเป็นการถ่ายทอดเสียงทางเว็บไซต์ดีเอ็มซีตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเลือก Server Thai/USA ได้ และถ่ายทอดเสียงทางคลื่นวิทยุต่างๆตามเวลาและพื้นที่ โดยสามารถรับฟังวิทยุธรรมะทางวิทยุได้ทางคลื่น AM เวลา 20.00-24.00 น. และทางคลื่น FM ได้หลายช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับแต่ละพื้นที่ โดยการถ่ายทอดเสียงทางวิทยุจะเป็นการถ่ายทอดเสียงจากสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม DMC โดยผู้ที่สนใจจะพบบริการวิทยุออนไลน์ในหน้า “Live ดูทีวีออนไลน์” (ตารางการออกอากาศ ดูในภาคผนวก ค)

“บันทึกผลปฏิบัติธรรมออนไลน์”

เว็บไซต์ดีเอ็มซีให้บริการบันทึกการปฏิบัติธรรมนั่งสมาธิและเก็บเป็นสถิติของตนเองในหน้าเว็บไซต์ รวมถึงการเก็บสถิติการนั่งสมาธิของสมาชิกรายละเป็น ผู้นั่งสมาธิสะสม 20 อันดับแรกในรอบ 30 วันและผู้นั่งสมาธิสะสม 10 อันดับแรกตลอดกาล ตลอดจนมีพื้นที่ให้แบ่งปันประสบการณ์การนั่งสมาธิให้แก่ผู้อื่นได้

รูปแบบการนำเสนอที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่เข้ามาใช้เว็บไซต์

“การจัดหมวดหมู่”

เนื่องจากเว็บไซต์ดีเอ็มซีมีเนื้อหาหลากหลาย ดังนั้นจึงมีการจัดหมวดหมู่ในแถบเลือกอัตโนมัติและหน้าเว็บไซต์ตามรายการเด่นในช่วงเวลานั้นๆ เช่น “ช่วงเด่นฝันในฝัน”, “ความฝัน 16 ประการของพระเจ้าปเสนทิโกศล” และจัดตามเนื้อหาโครงการของวัดสลักกับเนื้อหาการปฏิบัติธรรม เช่น โครงการ “ชุดธรรมชัย” “ละครพื้นฟูศีลธรรมโลก” “ข่าวประชาสัมพันธ์” และ “Meditation for Peace” ฯลฯ

“ระบบฐานข้อมูล (Database)”

เว็บไซต์ดีเอ็มซียังมีระบบฐานข้อมูลให้ค้นหาคลิปวิดีโอที่สนใจได้โดยสะดวก โดยการคลิกเลือกจากหัวข้อ โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ต่างๆ ผู้ใช้สามารถคลิกเลือกหรือพิมพ์ชื่อหัวข้อที่สนใจได้จากกรอบด้านขวามือ หรือกรอกข้อมูลที่ต้องการและกด “ค้นหา”

The screenshot shows the DMC website interface. At the top, there is a search bar and navigation links for Home, Live ดูทีวออนไลน์, Video วิดีโอ, ธรรมะ Dhamma, Meditation, สาร, Webboard, and About DMC. The main content area features two video thumbnails. The left thumbnail is titled "อันตรกัป" (Antrakap) and shows a person in a red and yellow robe. The right thumbnail is titled "ความฝัน 16 ประการของพระเจ้าปเสนทิโกศล" (16 Dreams of King Pasenadi) and shows a woman in a blue and gold sari. Below the thumbnails are navigation buttons for "Previous", "1", "2", "3", "4", and "Next". On the right side, there is a sidebar with a search bar, a "LIVE ถ่ายทอดสด" (Live Broadcast) button, a "รายการย้อนหลัง" (Previous Programs) button, and a "ค้นหา Video" (Search Video) button.

ภาพที่ 14 หน้าแรกเว็บไซต์ดีเอ็มซีและแถบเลือกอัตโนมัติและแถบค้นหาข้อมูล

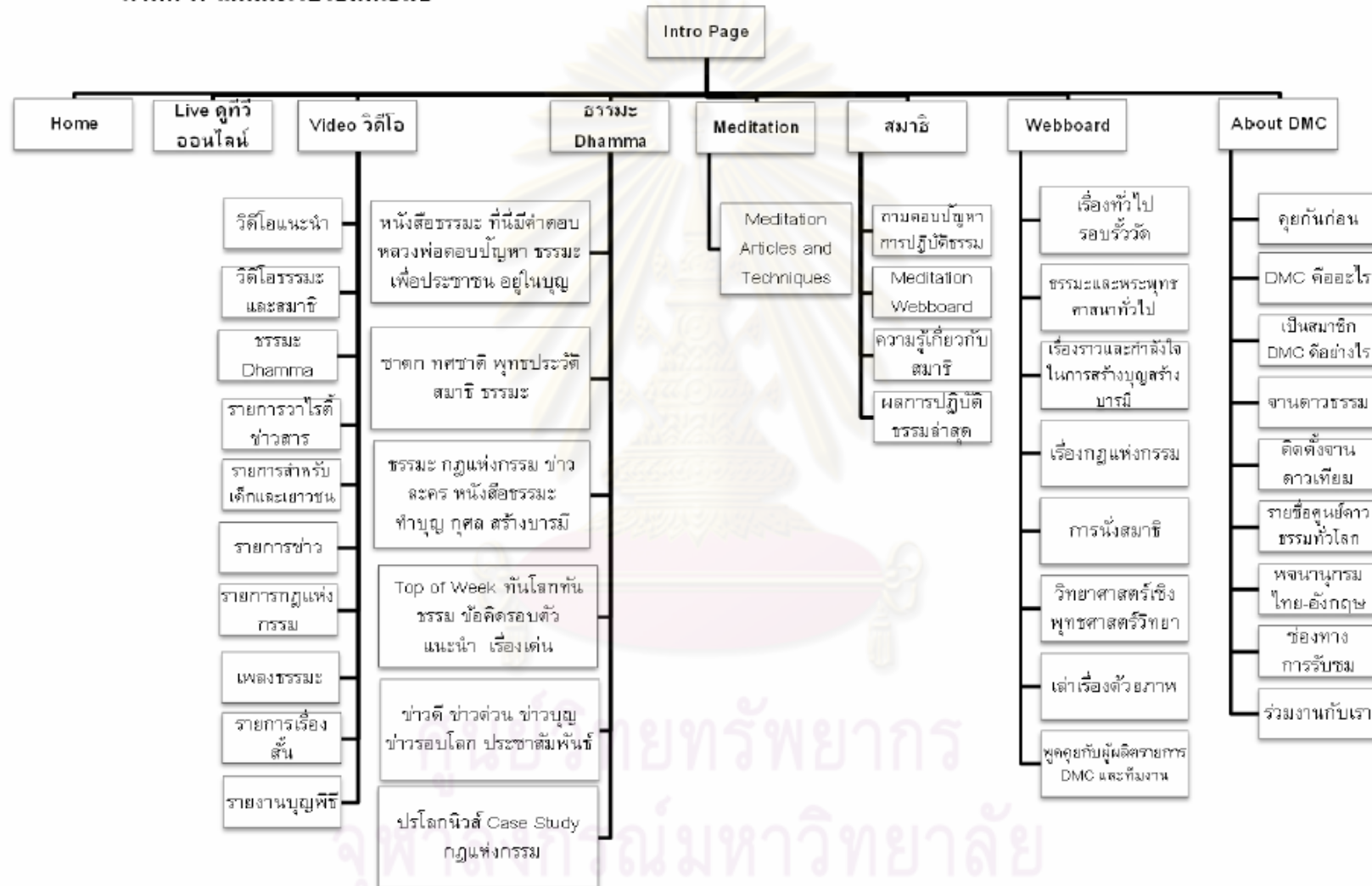


ภาพที่ 15 หน้าเว็บไซต์หน้าบันทึกการปฏิบัติธรรม



ภาพที่ 16 วิทยุออนไลน์ เปิดทางหน้าเว็บไซต์

ภาพที่ 17 แผนผังเว็บไซต์ดีเอ็มซี



เว็บไซต์ฟังธรรม www.fungdham.com

ความเป็นมา

เว็บไซต์ฟังธรรม เป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมอันดับ 3 จากการจัดอันดับในเว็บไซต์ truehits.net เป็นเว็บไซต์ที่เน้นสื่อธรรมะประเภทเสียงอ่านและไฟล์สำหรับอ่านทั้งในรูปแบบของ WORD และ PDF ที่สามารถดาวน์โหลดเพื่อฟังและอ่านออนไลน์ได้ เพื่อให้ทุกคนเข้าถึงธรรมได้ง่าย ไม่เสียค่าใช้จ่าย และยังช่วยเผยแผ่ธรรมะที่เป็นสัมมาทิฐิและถูกต้องตามพระไตรปิฎก

วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

คณะผู้จัดทำเว็บไซต์เพื่อบุคคล 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักภavana และ 2) กลุ่มชาวพุทธทั่วไป เป้าหมายสำหรับนักภavana คือ พยายามเน้นธรรมะที่นำไปใช้เพื่อการดับทุกข์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การฝึกสติและธรรมะจากพระอรหันต์เจ้า” ทั้งหลายเพื่อให้ภavana ทุกท่านมีเส้นทางธรรมที่ชัดเจน และมีครูอาจารย์ไว้เสริมกำลังใจยามท้อแท้ เป้าหมายสำหรับชาวพุทธทั่วไป คือเพื่อรวบรวมสื่อธรรมะบันเทิงที่ง่ายต่อการศึกษา เช่น นิยาย, การ์ตูน, คลิปวิดีโอ ฯลฯ เพื่อเสริมสร้างศรัทธาแก่ชาวพุทธทั่วไป เป็นอีกมุมที่ช่วยให้พระศาสนามีความเข้มแข็งขึ้น แม้สักน้อยนิด และเป้าหมายสุดท้ายคือ เพื่อทะนุบำรุงพระพุทธศาสนา เพราะเป็นการจัดทำเพื่อธรรมทาน ไม่ได้กระทำเพื่อการพาณิชย์ หรือชื่อเสียง⁵

โครงสร้างหน้าเว็บไซต์ฟังธรรม

โครงสร้างเว็บไซต์ฟังธรรม (www.fungdham.com) ประกอบด้วยเมนูหลักที่แถบซ้ายมือ แบ่งเป็น 2 หมวดหมู่ ได้แก่ สารบัญหลัก และสารบัญย่อย

- **สารบัญหลัก** มีหัวข้อย่อย ได้แก่

- หน้าแรก เชื่อมโยงมายังโฮมเพจของเว็บไซต์
- **เสียงธรรม (จากครูบาอาจารย์)** แบ่งหมวดหมู่ตามชื่อพระอาจารย์ เมื่อคลิกเลือกเข้าไป จะพบหัวข้อย่อยภายในอีก เช่น ประวัติ คำสอนต่างๆ เสียงเทศนา ฯลฯ ในรูปแบบของบทความ หนังสือธรรมะ ไฟล์เสียง หรือคลิปวิดีโอ ที่ผู้ใช้เว็บสามารถเลือกฟังหรือดาวน์โหลดและไฟล์เสียงได้
- **หนังสือธรรมะ+ เสียงอ่าน** แบ่งเป็นหมวดต่างๆ ได้แก่ หนังสือหมวดหลัก, หนังสือที่น่าสนใจอื่น ๆ และรายการหนังสือที่เพิ่มล่าสุด

⁵ เกี่ยวกับผู้จัดทำ, [ออนไลน์] 8 มิถุนายน 2553, แหล่งที่มา <http://www.fungdham.com/aboutus.html>.

- หนังสือหมวดหลัก แบ่งออกเป็นหมวดต่างๆตามชื่อผู้แต่งและหัวข้อธรรมะ ได้แก่ หมวดพระสังฆราช,หมวดกฎแห่งกรรม, หมวดสุตัสสา อ่อนค้อม, หมวดอ.วศิน อินทสระ , หมวดป.อ.ปยุตโต, หมวดพระอาจารย์เปลี่ยน, และ หมวดดั่งตฤณ
 - หนังสือที่น่าสนใจอื่นๆ จะรวบรวมหนังสือธรรมะและเสียงอ่านธรรมะไว้อย่างหลากหลาย โดยแจ้งเป็นชื่อหนังสือและมีรูปหน้าปกให้เห็นชัดเจน เช่น พระไตรปิฎก, รวมไฟล์หลวงปู่มั่น, ธรรมนิทานมหานิบาตชาดก เรื่อง ทศชาติ, ปฏิปทาพระอริยสงฆ์ธรรมฐานสายหลวงปู่มั่น, เสียงอ่านหนังสือ "พระเวสสันดร มหาบุรุษแห่งหิมพานต์ " ฯลฯ ซึ่งแต่ละเล่ม จะเป็นไฟล์เอกสาร สำหรับดาวน์โหลดในรูปแบบ WORD และ/หรือ PDF บางเล่มมีไฟล์เสียงอ่านด้วย
 - หมวดหนังสือมาใหม่ รวบรวมหนังสือธรรมะและเสียงอ่านธรรมะที่อัปเดตล่าสุด
- **คลิปวีดีโอ** เป็นส่วนที่มีคลิปวีดีโอให้ดูดาวน์โหลดได้ตามประเภท ดังต่อไปนี้ การ์ตูน , MV+โฆษณา, รายการโทรทัศน์, เกม+Flash และ สารคดี+ คลิปทั่วไป มีทั้งที่แบบให้ดูออนไลน์และสำหรับดาวน์โหลด
- การ์ตูน มีคลิปต่าง ได้แก่ การ์ตูนพระพุทธเจ้า, การ์ตูนทศชาติชาดก, การ์ตูนพระมหาชนก, นิทานเรื่องไม่แน่, นิทานโคมไฟซ์น้อยใจ และ วิดีทัศน์พระพุทธประวัติ
 - MV + โฆษณา ส่วนใหญ่เป็นคลิปเพลงเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้แก่ MV พ่อแห่งแผ่นดิน , MV ขวานไทยใจหนึ่งเดียว, เพลงพ่อคือจักรวาลที่เราอาศัยอยู่, MV รักพ่อ (บทเพลงเฉลิมพระเกียรติ), MV เบิร์ด ชงไชย รูปที่มีทุกบ้าน, MV รวมสี่ภาค, MC ก้านกล้วย พลังในใจ, MV ก้านกล้วย, MV ไม่อยากมีแฟนแบบนี้ "พันธ์", MV ต้นไม้ของพ่อ, MV ของขวัญจากกอนดิน, MV รักแม่ทุกวัน, โฆษณา marry me, โฆษณาเล็ก เหล้า เลิกจน, และ MV ต้นไม้ (บทเพลงเฉลิมพระเกียรติ)
 - รายการโทรทัศน์ รวมคลิปรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ได้แก่ รวมคลิปรายการ "กรรมลิขิต", VCD อัปเดตประวัติหลวงปู่สิม พุทธาจาโรและคลิปเทศน์ออกรายการโทรทัศน์, คลิปรายการเจาะใจ ตอน สมการแห่งความสุข, รายการแฟนพันธ์แท้ ตอนพุทธประวัติ, คลิปวีดีโอ สัมภาษณ์หลวงพ่ोजริญ, คลิปภาพยนตร์เรื่อง "ด้วยเกล้า", ตายแล้วฟื้น เรื่อง ตนเจียดนรก, รายการจุดเปลี่ยน ตอนหลวงพ่อบัญญา, รายการคนค้นคน อ.กำพล, วิดีทัศน์พระพุทธประวัติ, เรื่องของอ้อม รายการคนค้นคน, VCD รายการ

แผ่นดินธรรม, ขวัญ-เพชรสองพี่น้องชาลัสซีเมีย และสารคดีตามรอยพระพุทธรเจ้า

- **เกม + Flash** รวมลิงค์เกมและนิทานที่แฝงคติสอนใจและคุณธรรมต่างๆ สำหรับเด็ก ได้แก่ เกมคุณธรรม, เกมเทวดาน้อย, เกมเมาแล้วขับ, เกมซูปเปอร์ดี ประหยัดพลังงานทั่วโลก, เกมซูปเปอร์ดี รวยน้ำใจ, เกมจินตน้ำสงกรานต์, นิทานคอมพิวเตอร์น้อยใจ, นิทานเรื่องไม่แน่, ความดีชนะทุกสิ่ง, และ เด็กดีต้องทำการบ้าน
- **สารคดี+คลิปทั่วไป** รวบรวมคลิปสารคดีที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนาและการเทศนาต่างๆ เช่น สารคดีเทอดพระเกียรติในหลวง, คลิปพระอาจารย์อำนาจ โอภาส, VCD ชุด “จะทำมัยเล่า ถ้าทำจริง ก็ได้จริง” , VCD “ชีวประวัติ หลวงปู่เหรียญ วรลาโภ, VCD ชั้น 5: โดยสามเณรหันทยาภิ (รุ่งเดือน), สมาธิช่วยการเรียนการสอนได้อย่างไร, มหัจฉรย์ลมหายใจ, ความเป็นมาของพระไตรปิฎก ฯลฯ
- **นิยาย** รวบรวมนิยายแฝงธรรมะหลายเล่มในรูปแบบไฟล์เอกสารสำหรับอ่านและไฟล์เสียงอ่านสำหรับฟังออนไลน์หรือดาวน์โหลด หนังสือในหัวข้อนี้ ได้แก่ สัตว์โลกย่อมเป็นไปตามกรรม, มักกะลีผล, กรรมพยากรณ์ ตอนชนะกรรมและตอนเลือกเกิดใหม่, ทางนฤพาน, นารีผล, นิยายรัก “ลีลาวดี”, ธรรมนิทานมหานิบาดชาดก เรื่อง ทศชาติ, กฎแห่งกรรม : เรื่องจริงตั้งนิยาย, ไฟไหม้ ร้อนเท่าไฟนรก, นางแก้วคู่บารมี , กามนิต วาสิวุฑู, นักโทษประหาร, วิมุตติรัตนมาลี, ท่องนรกกับพระมาลัย, ความรัก ความร้าย, สาหะดังตฤณฉบับความรักหลากหลาย, พระนางปฐมาจาราภิกษุณี, มลिनทปัญหา, และธรรมนิยายประกอบเสียงดนตรี
- **บทความธรรมะ** เป็นบทความสำหรับอ่านและดาวน์โหลด แบ่งหมวดหมู่ตามรายชื่อพระอาจารย์ ในหมวดรายชื่อพระอาจารย์ ยังแบ่งเนื้อหาที่น่าสนใจตามรูปแบบและประเภทของสื่อ เช่น เสียงธรรม, ประวัติ, รูปภาพ, หนังสือ-บทความ และ เว็บไซต์
- **คาถา-บทสวดมนต์** รวมบทสวดมนต์ที่สำคัญ เช่น บทนมัสการพระพุทธรเจ้า, พระพุทธรเจ้า, บทพระพุทธรุณ, คำอาราธนา, คำถวายผ้ากฐิน, คำภาวนาเวลาเผาศพ ฯลฯ
- **เสียงสวดมนต์** รวมเสียงสวดมนต์และคาถาต่างๆ โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ เสียงสวดมนต์(แปล)สวนโมกขพลาราม, มนต์พิธี และAudio CD ชุด โฆษณงค์ โดยสามารถฟังออนไลน์หรือดาวน์โหลดได้
- **กฎแห่งกรรม** รวมไฟล์หนังสือกฎแห่งกรรมธรรมปฏิบัติ เล่ม 1-21 ของหลวงพ่อจรัญ ฐิตธัมโม สามารถอ่านออนไลน์และดาวน์โหลดได้ นอกจากนี้ยังมีลิงค์

เชื่อมโยงไปยังไฟล์ธรรมะต่างๆของหลวงพ่ोजรัญ, การสวดมนต์แบบหลวงพ่ोजรัญ และนิยายอิงชีวประวัติหลวงพ่ोजรัญ

- **สถานที่ปฏิบัติธรรม** แนะนำสถานที่ปฏิบัติกรรมฐาน 40 ที่ยอดนิยมและรายชื่อสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัด
- **แหล่งแจกหนังสือธรรมะ** รวมลิ้งค์จากเว็บไซต์และเว็บบอร์ดต่างๆที่แจกซีดีธรรมะ
- **รวมแหล่งทำบุญ-มูลนิธิ** รวมลิ้งค์จากเว็บไซต์และเว็บบอร์ดต่างๆที่เป็นสถานที่และแหล่งทำบุญ
- **รวมเว็บธรรมะดี ๆ** รวมลิ้งค์จากเว็บไซต์ธรรมะและเว็บบอร์ดธรรมะ
 - **สารบัญย่อ** มีหัวข้อย่อ ได้แก่
 - **โหลดเพลง** เป็นแหล่งรวมเพลงธรรมะต่างๆ และแบ่งตามหมวดต่างๆ เช่น เพลงบรรเลง และเพลงธรรมะ ที่ผู้ใช้สามารถฟังออนไลน์หรือดาวน์โหลดได้ นอกจากนี้ยังทำลิ้งค์เชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นของเว็บไซต์ คือ **เสียงอ่านนิทาน, นิยาย, คลิปวีดีโอ+MV และฝึกสติ**
 - **วิทยุ-คลื่นธรรมะ** รวมลิ้งค์เว็บไซต์ของวัดที่มีการถ่ายทอดเสียงวิทยุทางหน้าเว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์ www.watkoh.com ของวัดเกาะวาลุการาม จ.ลำปาง และเว็บไซต์ www.luangta.com เว็บไซต์ของหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน
 - **ประวัติพระพุทธเจ้า** รวบรวมสื่อธรรมะที่เกี่ยวกับพระพุทธเจ้า พุทธประวัติ พุทธศาสนสุภาษิต นิทานชาดกต่างๆ พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์ ฯลฯ ในรูปแบบวีดีโอออนไลน์ และไฟล์เอกสารสำหรับอ่านและดาวน์โหลด
 - **พระไตรปิฎก** มีลิ้งค์ให้ดาวน์โหลดพระไตรปิฎกทั้ง 2 ฉบับ ได้แก่ ฉบับมหาภูมิบาลวิทยาลัย และฉบับธรรมทาน และยังสามารถหาหมวดอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับพระไตรปิฎกได้แก่ **ความรู้เรื่องพระไตรปิฎก, ค้นหาพระไตรปิฎกฉบับออนไลน์, ค้นหาพระสูตร-ตันตปิฎกออนไลน์และค้นหาพระไตรปิฎกออนไลน์ทั้ง 45 เล่มและอรรถกถา**
 - **พุทธสุภาษิต** รวบรวมพุทธสุภาษิตให้อ่านและดาวน์โหลดและนำเสนอพุทธศาสนสุภาษิตต่างๆในหน้าเว็บไซต์
 - **วันสำคัญ** รวบรวมวันสำคัญในพระพุทธศาสนา บอกความสำคัญของวันต่างๆ
 - **คำคม (มงคล 38 ประการ)** รวบรวมเสียงธรรมมงคลชีวิตให้อ่านในหน้าเว็บไซต์สำหรับฟังออนไลน์เท่านั้น
 - **นิทานพื้นบ้าน** รวบรวมนิทานบันเทิงธรรมสำหรับฟังออนไลน์และดาวน์โหลด 77 เรื่อง อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปยังหัวข้ออื่นๆ ได้แก่ **นิทานอีสป นิยาย คลิปวีดีโอ และ ฝึก**

สติ (ณ วันที่ทำการศึกษา ไม่สามารถศึกษาหัวข้อฝึกสติได้เนื่องจากเว็บไซต์ไม่แสดงผล)

- **นิทานอีสป** รวมนิทานอีสป 85 เรื่อง สำหรับอ่านออนไลน์ และยังได้เชื่อมโยงไปยังหัวข้ออื่นๆ ได้แก่ **นิยาย คลิปวิดีโอ และ ฝึกสติ** (ณ วันที่ทำการศึกษา ไม่สามารถศึกษาหัวข้อฝึกสติได้เนื่องจากเว็บไซต์ไม่แสดงผล)
- **สมุดเยี่ยม** พื้นที่ให้ผู้เข้าชมเว็บแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ได้
- **แบนเนอร์** เว็บลิงค์แบนเนอร์มายังเว็บฟังธรรม
- **เกี่ยวกับผู้จัดทำ** แสดงวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์และมีช่องทางให้ติดต่อกับเว็บมาสเตอร์ได้

ลักษณะเฉพาะของเว็บไซต์ฟังธรรม

รูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นของเว็บไซต์ฟังธรรม

เว็บไซต์ฟังธรรมใช้พื้นที่หน้าเว็บไซต์ในการนำเสนอไฟล์เสียงธรรมะ คลิปวิดีโอธรรมะ และหนังสือธรรมะตามหัวข้อต่างๆ และแนะนำเนื้อหาบางส่วนในหน้าแรก เว็บไซต์ฟังธรรมแบ่งหัวข้อการนำเสนอในหน้าเว็บได้ดังนี้ ชาวประชาสัมพันธ์/สื่อธรรมะมาใหม่, แนะนำโดยเว็บมาสเตอร์, ธรรมะบันเทิง ซึ่งในกลุ่มนี้ยังแบ่งย่อยออกเป็น นิยายและคลิปวิดีโอ, นิทาน, เพลงธรรมะ, การ์ตูนธรรมะ, เสียงธรรมะแก้ปัญหา, หนังสือธรรมะและ บทความธรรมะ

รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้เว็บไซต์

เว็บไซต์รวบรวมเนื้อหาธรรมะไว้เป็นหมวดหมู่ตามรายชื่อพระอาจารย์ และเมื่อคลิกเลือกพระอาจารย์จะพบสื่อทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับพระอาจารย์ท่านนั้นๆ ทั้งบทความสำหรับอ่านออนไลน์/ดาวน์โหลด, ไฟล์เสียง ไฟล์วิดีโอ ทำให้ค้นหาเนื้อหาที่ต้องการได้สะดวกและได้เห็นข้อมูลที่มีในเว็บไซต์ได้อย่างครบถ้วน

ฟังธรรม.COM สมบัติคุณได้เคยฟังธรรม ละฝึกสติ

สารบัญหลัก

- หน้าแรก
- เสียงธรรม (จากครูบาอาจารย์)
- หนังสือธรรมะ + เลือกอ่าน
- คลิปวิดีโอ
- นิยาย
- บทความธรรมะ
- คำถาม - บทสวดมนต์
- เสียงสวดมนต์
- กฎแห่งกรรม
- สถานที่ปฏิบัติธรรม
- แหล่งแจกหนังสือธรรมะ
- รวมแหล่งทำบุญ - มูลนิธิ
- รวมเว็บไซต์อื่น ๆ

สารบัญรอง

- โทลด์เพลง
- วิเทศน์ธรรมะ
- ประวัติพระบาทเจ้า
- พระไตรปิฎก
- พุทธศาสนิก
- วันสำคัญ
- คำสอน (มงคล 38 ประการ)

ยินดีต้อนรับสู่เว็บไซต์ ฟังธรรม.com
ศูนย์รวมไฟล์ download เพื่อการเผยแพร่ธรรมะ เราได้รวบรวมสื่อธรรมะดี ๆ ที่เป็นสิริมงคลไว้ทุกท่านได้ download กันตามอัธยาศัย เช่น คลิปเสียงธรรมจากพระอธิมาจารย์, เสียงอ่านหนังสือ, นิยาย, การฝึกสติ, เรื่องเล่ากฎแห่งกรรม, คลิปวิดีโอ, การ์ตูน, music video, เกม-Flashน่ารัก โทลด์เพลง ฯลฯ

บริการพิเศษ หากท่านอยู่ต่างประเทศ หรือบางช่วงปัญหาในการโหลด เราบริการ server ต่างประเทศรองรับการใช้งาน กรุณาใช้บริการที่เว็บ "Fungdham.net" แทนได้ครับ

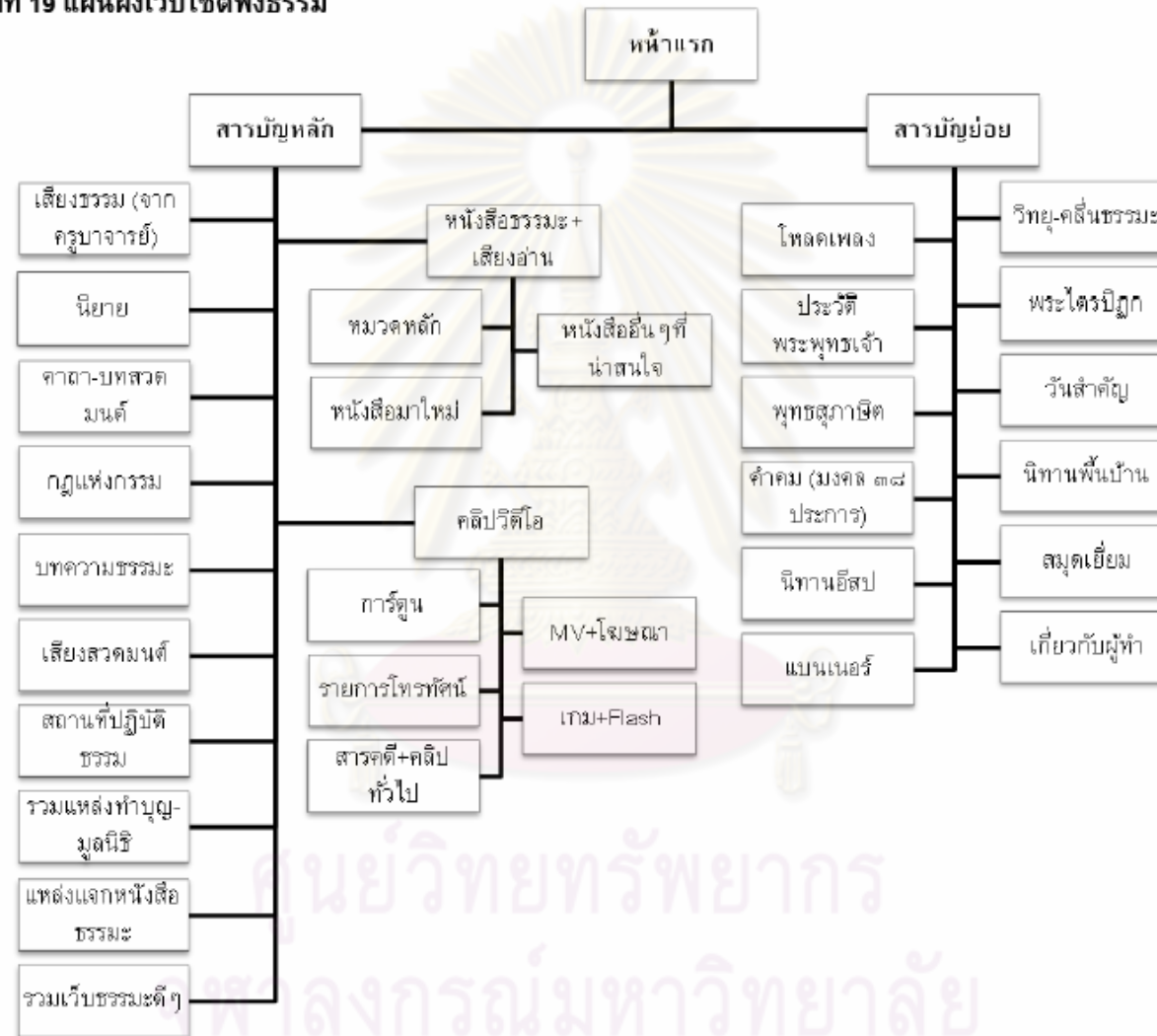
ข่าวประชาสัมพันธ์ / สื่อธรรมะมาใหม่

- ข้อเสนอแนะที่ควรรับทราบในเว็บไซต์ฟังธรรม.com
- รายการ update ใหม่ทั้งหมดและรายการย้อนหลัง ดูที่นี่ (18/09/09) ไฟล์ CD ดนตรีแบบธรรม zip ทั้งแผ่น พระอาจารย์ไพฑูริย์ฉาย วัฒนาคำน้อย จำนวน 12 แผ่น
- (26/02/52) ขออภัยเจ้าของลิขสิทธิ์ "ตามรอยพระบาทศาสดา" ได้ดำเนินการแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ขอความกรุณาทุกท่านตรวจสอบ "ลิขสิทธิ์" ก่อนทำการส่งสื่อธรรมะเผยแพร่
- (26/02/52) องค์การรับสื่อธรรมะมีตราอย่างไม่มีกำหนด เพื่อป้องกันปัญหาลิขสิทธิ์ หากพบเห็นไฟล์ที่มีอยู่ซ้ำๆ กรุณาแจ้งผ่านทางผู้ดูแลเว็บ
- (02/02/52) MP3 หลวงปู่เหรียญ (ชุดใหญ่ 39 แผ่น) เก็บ CD แผ่นที่ 36-39 พร้อมไฟล์รวม zip ขนาดต้นฉบับสำหรับแจก
- (02/02/52) คลิปวิดีโอ เรื่อง "ความละเอียดจากเจริญสติ ในชีวิตประจำวัน" โดย หลวงพ่อปราโมทย์ ปาโมชฺญ์
- (02/02/52) MP3 พระอาจารย์สมชาติ สมโพธิ์ CD ที่ระลึกงานเปิดตัวสังคายนา ปี 2551 (02/02/52) MP3 พระอาจารย์สมชาติ สมโพธิ์ CD งานที่

ภาพที่ 18

หน้าเว็บไซต์ฟังธรรม

ภาพที่ 19 แผนผังเว็บไซต์ผังธรรม



ส่วนที่ 2 รูปแบบของเนื้อหาที่ปรากฏในเว็บไซต์ธรรมะ

ในส่วนที่ 2 จะนำเสนอผลการศึกษารูปแบบสื่อและการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา แบ่งออกเป็น 3 ข้อย่อย ได้แก่ 2.1) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแบบมัลติมีเดีย 2.2) รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแบบประเภทรายการ และ 2.3) รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์

2.1 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแบบมัลติมีเดีย (Multimedia Format)

เว็บไซต์พลังจิต www.palungjit.com

เว็บไซต์พลังจิต (www.palungjit.com) เป็นเว็บไซต์ธรรมะที่มีเนื้อหาหลากหลาย ทั้งที่เป็นเนื้อหาธรรมะและเนื้อหาข่าวสารทั่วไป จากการศึกษาเว็บไซต์พลังจิต สามารถแบ่งรูปแบบการนำเสนอได้ตามทักษะการรับชม แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. Text-based format content

การนำเสนอด้วยรูปแบบการใช้ตัวหนังสือเป็นหลัก เป็นรูปแบบการสื่อสารหลักของเว็บไซต์พลังจิต การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบบทความที่ตั้งในกระดานเว็บบอร์ด (Webboard) โดยหัวข้อต่างๆสามารถสลับสับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ปัจจุบันและปรับเปลี่ยนตามหัวข้อที่น่าสนใจได้โดยผู้ดูแลเว็บ (เว็บมาสเตอร์/ผู้ดูแลบอร์ด) บทความส่วนใหญ่ถูกสร้างขึ้นในรูปแบบการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดที่อาจจะมีภาพประกอบเนื้อหากระทู้เล็กน้อย ดังนั้นผู้เข้ามาอ่านกระทู้สามารถเพิ่มเติมความคิดเห็นหรือตอบกระทู้ได้

เนื้อหาอีกส่วนหนึ่งที่คงอยู่ในหน้าเว็บไซต์เสมอ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือทำให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน เนื้อหาดังกล่าวถูกนำเสนอในรูปแบบของบทความออนไลน์ที่ฝังอยู่ในหน้าเว็บไซต์ ได้แก่ หลักสูตรอภิธานหก คู่มือการฝึกพระกรรมฐาน พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์ และ จูไรท่องเที่ยวดวงดาว

2. Audio-based format content

การนำเสนอด้วยรูปแบบการใช้เสียงหรือการฟังเป็นหลัก พบในเว็บไซต์พลังจิตในส่วนของ “ห้องเสียงธรรม” ซึ่งเป็นการตั้งกระทู้เพื่ออัปโหลดไฟล์ไว้สำหรับดาวน์โหลด และการให้บริการวิทยุพลังจิตที่จะเล่นอัตโนมัติ (auto-play) เมื่อเปิดหน้าเว็บบอร์ดรวมและหน้าเว็บบอร์ดเสียงธรรม

3. Visual-based format content

การนำเสนอด้วยรูปแบบวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว ส่วนใหญ่เป็นการบันทึกการเทศนาจากพระอาจารย์รูปต่างๆ และบันทึกการบรรยาย โดยการนำเสนอในรูปแบบนี้พบในหัวข้อ “คลิปวิดีโอ”

ตารางที่ 1 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมชาติแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์พลังจิต

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐาน ในการสื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพ เคลื่อนไหว
หมวดพระพุทธศาสนา						
พระไตรปิฎก (beta)	✓					
เสียงธรรม		✓	✓	✓		✓
พจนานุกรมไทย-อังกฤษ / พุทธศาสน์	✓					
ตลาดพระ	✓					
คลิปวีดีโอ						✓
วัดไทยทั่วโลก	✓					
หลวงพ่อกษัตริย์สิงดำ	✓					
หลักสูตรอภิญญาหก	✓					
คู่มือการฝึกพระกรรมฐาน	✓					
พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์	✓					
จุไรทองเที่ยวดวงดาว	✓					
หมวดทั่วไป และชุมชนพลังจิต						
เว็บบอร์ด	✓				✓	
แชทเสียง (Voice Chat)	✓	✓	✓	✓		✓
วิทยุพลังจิต		✓		✓		

จากตารางสรุปรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พลังจิต พบว่าการนำเสนอในรูปแบบการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) และภาพประกอบมีมากที่สุด รองลงมาคือการใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based) และสุดท้ายคือ การนำเสนอเนื้อหาแบบใช้ภาพเป็นพื้นฐาน (Visual-based)

- การนำเสนอในรูปแบบการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) และภาพประกอบ ได้แก่ หัวข้อพระไตรปิฎก หัวข้อพจนานุกรมไทย-อังกฤษ หัวข้อตลาดพระ หัวข้อวัดไทยทั่วโลก หัวข้อหลวงพ่อบุญรอด หัวข้อหลักสูตรปริญญาโท หัวข้อคู่มือการฝึกพระกรรมฐาน หัวข้อพุทธศาสนาจากพระโอษฐ์ หัวข้อจุไรทองเที่ยวดวงดาว เว็บไซต์บอร์ดและห้องแชทเสียง
- การนำเสนอเนื้อหาแบบใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based) โดยแบ่งเป็น เสียงสวดมนต์/เสียงเทศนา เพลง และ เสียงอ่านหนังสือ ทั้ง 3 รูปแบบพบในหัวข้อเสียงธรรม หัวข้อแชทเสียง ส่วนหัวข้อวิทยุพลังจิตพบการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบเสียงสวดมนต์และเสียงอ่านหนังสือ
- การนำเสนอเนื้อหาแบบใช้ภาพเป็นพื้นฐาน (Visual-based) พบในหัวข้อต่างๆ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ หัวข้อแชทเสียง และหัวข้อเสียงธรรมในห้องย่อยพุทธประวัติ

เว็บไซต์ธรรมจักร www.dhammadjak.net

เว็บไซต์ธรรมจักร เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป หลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา และรวบรวมหนังสือธรรมะสำหรับอ่านออนไลน์ แบ่งตามรายชื่อพระอาจารย์หลายท่าน จากการศึกษาเว็บไซต์ธรรมจักร สามารถแบ่งรูปแบบการนำเสนอได้ตามทักษะการรับชมแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. Text-based format content

การนำเสนอด้วยรูปแบบการใช้ตัวหนังสือเป็นหลัก เป็นการสื่อสารส่วนใหญ่ในเว็บไซต์ธรรมจักรในรูปแบบบทความในหน้าเว็บไซต์และรูปแบบบทความในเว็บไซต์ โดยเว็บมาสเตอร์ได้กำหนดบทความที่จะนำเสนอในหน้าโฮมเพจเอาไว้แล้ว อีกทั้งเนื้อหาบางส่วนที่นำเสนอในรูปแบบบทความในเว็บไซต์ได้ถูกเชื่อมโยงเป็นเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ เช่น หนังสือธรรมะ(บางส่วน) ต้นไม้ในพุทธประวัติ กฎแห่งกรรม กวีธรรม สมเด็จพระสังฆราชไทย ฯลฯ นอกจากนี้เว็บไซต์ธรรมจักรยังให้บริการการแชทรวม ในหัวข้อห้องสนทนา

2. Audio-based format content

การนำเสนอด้วยรูปแบบการใช้เสียงหรือการฟังเป็นหลัก พบใน 3 ส่วนของเมนูในเว็บไซต์ธรรมจักร ได้แก่ ห้องสวดมนต์ออนไลน์, ฟังเสียงสวดมนต์ และ ฟังเสียงธรรม แต่ละหัวข้อมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน โดยห้องสวดมนต์ออนไลน์มีความเป็นสื่อผสม (Multimedia) กล่าวคือ มีภาพพระพุทธรูป ภาพแอนิเมชันที่จำลองภาพเปลวเทียนจริง และเสียงเพลงสวดมนต์ เป็นการจำลองห้องพระมาไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้เข้ามาใช้บริการสามารถสวดมนต์ตามได้ ต่อมาหัวข้อฟังเสียงสวดมนต์และหัวข้อฟังเสียงธรรม มีรูปแบบการนำเสนอเหมือนกัน คือ มีรายการเสียงให้เลือก สามารถฟังออนไลน์ได้หรือดาวน์โหลดไว้ฟังภายหลังได้

3. Visual-based format content

การนำเสนอด้วยรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหววิดีโอ ในเว็บไซต์ธรรมจักรพบว่า มีการนำเสนอในรูปแบบนี้ 2 หัวข้อ คือ หัวข้อกฎแห่งกรรม และ หัวข้อภาพการ์ตูนธรรมะ โดยใน หัวข้อกฎแห่งกรรมพบว่ามีนำเสนอในรูปแบบภาพเคลื่อนไหววิดีโอ ในหัวข้อย่อย รายการกรรมลิขิต ทั้ง 3 ตอน ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงออกไปยังเว็บไซต์ www.mthai.com ในหัวข้อภาพการ์ตูนธรรมะ มีหัวข้อย่อยต่างๆแบ่งตามประเภทเนื้อหา ได้แก่ ภาพนรก-สวรรค์ กฎแห่งกรรม พุทธประวัติ และคำสอนจากพระสงฆ์ ทั้งนี้สามารถแบ่งได้ตามรูปแบบการนำเสนอ ดังต่อไปนี้ การนำเสนอด้วยภาพนิ่ง/ภาพการ์ตูน ได้แก่หัวข้อย่อยดังต่อไปนี้ ภาพลงโทษในนรก, ภาพพระมาลัยท่องนรก สวรรค์, ภาพการ์ตูนกฎแห่งกรรม, การ์ตูนฮาธรรมะพระพยอม, หลวงพี่เอี้ยง วัดมะนาวหวาน และการ์ตูน ช่อง 3 รูปแบบการนำเสนอแบบภาพเคลื่อนไหววิดีโอ/แอนิเมชัน ได้แก่ หัวข้อย่อย ดูVCD ภาพพุทธประวัติ ดูVDOการ์ตูนพุทธประวัติ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงออกไปยังเว็บไซต์ www.mthai.com และหัวข้อย่อย การ์ตูนเซน ที่สามารถเปิดดูได้ในเว็บไซต์ธรรมจักร และเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น

ตารางที่ 2 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ธรรมจักร

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานใน การสื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว
เมนูหลัก						
หนังสือธรรมะ	✓					
ดาวน์โหลดหนังสือ e-book	✓					
กล่องบทความ						
บทความธรรมะ	✓					
บทความทั่วไป	✓					
บทสวดมนต์	✓					
ห้องสวดมนต์ออนไลน์		✓	✓		✓	

ตารางที่ 2 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ธรรมจักร (ต่อ)

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานใน การสื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว
ฟังเสียงสวดมนต์						
เสียงสวดมนต์		✓				
เสียงบรรยายธรรม		✓				
เพลงธรรมะ			✓			
ธรรมนิยาย				✓		
ฟังเสียงธรรม		✓				
ภาพการ์ตูนธรรมะ					✓	✓
นิทานธรรมะ	✓					
นิทานเซน	✓					
กฎแห่งกรรม	✓				✓	✓
บทกวีธรรม	✓					
สมาธิ	✓					
การบวช	✓					
การรักษาศีล	✓					
ความรัก-ความผูกพัน	✓					
สารน่ารู้						
พระไตรปิฎก	✓					
วันสำคัญทางศาสนา	✓					
สมเด็จพระสังฆราชไทย	✓				✓	
ประวัติครูบาอาจารย์	✓				✓	
ต้นไม้ในพระพุทธศาสนา	✓				✓	
แนะนำสถานที่ปฏิบัติธรรม	✓				✓	
วัดและศาสนสถาน	✓				✓	
วัดประจำรัชกาลที่ 1-9	✓				✓	
ศาสนพิธี(ชาวพุทธควรรู้)	✓					
พุทธศาสนสุภาษิต	✓					

ตารางที่ 2 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ธรรมจักร (ต่อ)

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานใน การสื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว
<u>เมนู</u>						
เว็บบอร์ด	✓					
กลุ่มกิจกรรม						
ข่าวประชาสัมพันธ์	✓					
ภาพหายาก-ภาพกิจกรรม	✓				✓	
ธรรมทาน	✓					
กลุ่มสนทนา						
สนทนาธรรมทั่วไป	✓					
กฎแห่งกรรม	✓					
สมาธิ-สติ	✓					
อภิธรรม	✓					
การสวดมนต์ คาถาและฟังธรรม	✓					
การรักษาศีล-การบวช	✓					
ความรัก-ผูกพัน-พลัดพราก	✓					
กลุ่มสาระธรรม						
คลิปวีดีโอ						✓
บทความธรรมะ	✓					
นิทานการ์ตูน	✓				✓	
กลุ่มศาสนบุคคล						
พระพุทธเจ้า	✓					
พระอสีติมหาสาวก	✓					
พระภิกษุณี อุบาสก อุบาสิกา	✓					
ในหลวงกับพระสุปฏิปันโน	✓					
กลุ่มศาสนสถานและ ศาสนพิธี	✓					
พิธีกรรมทางศาสนา	✓					
ห้องสนทนา	✓					

จากตารางสรุปรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ธรรมจักร พบว่าการนำเสนอในรูปแบบการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐานและภาพประกอบมากที่สุด (Text-based) รองลงมาเป็นการนำเสนอแบบใช้ภาพและภาพเคลื่อนไหววีดีโอเป็นพื้นฐาน (Visual based) และที่พบน้อยที่สุดคือการนำเสนอแบบใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based)

- การนำเสนอในรูปแบบใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) และภาพประกอบทั้งหมดเป็นหนังสือธรรมะ บทความต่างๆ รวมไปถึงการนำเสนอในเว็บไซต์ กล่าวโดยละเอียดเป็นหัวข้อต่างๆ ได้แก่ หัวข้อหนังสือธรรมะ, หัวข้อดาวน์โหลดหนังสือ e-book, หัวข้อกล่องบทความ, หัวข้อนิทานธรรมะ, หัวข้อนิทานเซน, หัวข้อกฎแห่งกรรม, หัวข้อบทกวีธรรม, หัวข้อสมาธิ, หัวข้อการบวช, หัวข้อการรักษาศีล, หัวข้อความรัก-ความผูกพัน, หัวข้อพระไตรปิฎก, หัวข้อวันสำคัญทางศาสนา, หัวข้อสมเด็จพระสังฆราชไทย, หัวข้อประวัติครูบาอาจารย์, หัวข้อแนะนำสถานที่ปฏิบัติธรรม, หัวข้อวัดและศาสนสถาน, หัวข้อวัดประจำรัชกาลที่ 1-9, หัวข้อศาสนพิธี(ชาวพุทธควรรู้), หัวข้อพุทธศาสนสุภาษิต, หัวข้อเว็บไซต์และห้องย่อยต่างๆ ยกเว้นห้องคลิปวีดีโอและห้องภาพหายาก-ภาพกิจกรรม

- การนำเสนอในรูปแบบใช้ภาพและภาพเคลื่อนไหวเป็นพื้นฐาน (Visual-based) โดยแบ่งเป็นภาพนิ่งประกอบบทความและภาพเคลื่อนไหวที่เป็นวีดีโอ กล่าวโดยละเอียดคือ

○ ภาพนิ่งประกอบบทความ ได้แก่ หัวข้อหนังสือธรรมะ, หัวข้อดาวน์โหลดหนังสือ e-book, หัวข้อกล่องบทความ, หัวข้อห้องสวดมนต์ออนไลน์, หัวข้อสมเด็จพระสังฆราชไทย, หัวข้อประวัติครูบาอาจารย์, หัวข้อแนะนำสถานที่ปฏิบัติธรรม, หัวข้อวัดและศาสนสถาน, หัวข้อวัดประจำรัชกาลที่ 1-9, และห้องย่อยต่างๆ ในเว็บไซต์ ได้แก่ ห้องภาพหายาก-ภาพกิจกรรม, ห้องบทความธรรมะ, ห้องนิทานการ์ตูน

○ ภาพนิ่งประกอบบทความและภาพเคลื่อนไหวที่เป็นวีดีโอ ได้แก่ หัวข้อภาพการ์ตูนธรรมะ, หัวข้อกฎแห่งกรรม,

○ ภาพเคลื่อนไหวที่เป็นวีดีโอ ได้แก่ หัวข้อเว็บไซต์ ห้องย่อยคลิปวีดีโอ

- การนำเสนอแบบใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based) ได้แก่ หัวข้อห้องสวดมนต์ออนไลน์, หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์และหัวข้อฟังเสียงธรรม โดยยังแบ่งออกเป็น เสียงเทศนา/เสียงสวดมนต์, เพลง และ เสียงอ่านหนังสือ กล่าวโดยละเอียด คือ

○ เสียงเทศนา/เสียงสวดมนต์ ได้แก่ หัวข้อห้องเสียงสวดมนต์ออนไลน์, หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ ห้องย่อยเสียงสวดมนต์และเสียงบรรยายธรรม และหัวข้อฟังเสียงธรรม

○ เพลง ได้แก่ หัวข้อห้องเสียงสวดมนต์ออนไลน์, หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ ห้องย่อยเพลงธรรมะ

○ เสียงอ่านหนังสือ ได้แก่ หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ ห้องย่อยธรรมนิยาย

เว็บไซต์ดีเอ็มซี www.dmc.tv

เว็บไซต์ดีเอ็มซี (www.dmc.tv) เป็นเว็บไซต์ของวัดพระธรรมกาย ซึ่งช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งของวัดนอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่อง DMC เว็บไซต์ดีเอ็มซีรับเนื้อหาทั้งหมดมาจากสถานีโทรทัศน์ DMC โดยเว็บไซต์ถูกใช้เป็นคลังเก็บข้อมูลรายการต่างๆที่ได้ออกอากาศไปแล้วและจัดเรียงตามประเภทรายการและประเภทเนื้อหา และเว็บไซต์ยังเป็นสถานีโทรทัศน์ออนไลน์ ผู้ชมสามารถรับชมสถานีโทรทัศน์ช่อง DMC ได้ผ่านเว็บไซต์ จากการศึกษาเว็บไซต์ดีเอ็มซี สามารถแบ่งรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาได้ตามทักษะการรับชม แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. Text-based format content

เว็บไซต์ดีเอ็มซีใช้การนำเสนอด้วยรูปแบบการใช้ตัวหนังสือในส่วนที่เป็นบทความในหน้าเว็บไซต์พร้อมทั้งมีคลิปวิดีโอประกอบเนื้อหาดังกล่าว บทความบางส่วนที่เป็นการเทศนาธรรมจากพระราชภาวนาวิสุทธิ์จะเป็นการถอดความเสียงเป็นบทความพร้อมคลิปวิดีโอรายการของช่วงนั้นๆ รวมไปถึงการนำเสนอเนื้อหาจากสมาชิกเว็บไซต์ในเว็บบอร์ด โดยการตั้งกระทู้และตอบกระทู้

2. Audio-based format content

เว็บไซต์ดีเอ็มซีใช้การนำเสนอด้วยรูปแบบการใช้เสียงหรือการฟังเป็นหลัก พบในหัวข้อเพลงธรรมะ อย่างไรก็ตามเพลงธรรมะนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอที่มีภาพการ์ตูนแอนิเมชันประกอบด้วย

3. Visual-based format content

เว็บไซต์ดีเอ็มซีใช้การนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหวเป็นหลัก เนื่องจากได้รับข้อมูลทั้งหมดมาจากสถานีโทรทัศน์จานดาวเทียมที่มีการผลิตเนื้อหาในรูปแบบวิดีโออยู่แล้ว ดังนั้นการแปลงไฟล์วิดีโอเพื่อนำมาลงในเว็บไซต์จึงเป็นวิธีที่ง่ายและทำได้สะดวกที่สุด รายการใดๆที่ได้ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ก็จะถูกนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ตามชื่อรายการหรือตามลักษณะเนื้อหา รายการที่นำเสนอเป็นทั้งการบันทึกการเทศนาประจำวันและรายการโทรทัศน์ต่างๆ คลิปวิดีโอต่างๆสามารถสืบค้นได้จากหัวข้อ "Video ธรรมะ" ในแถบเมนู และสืบค้นตามหัวข้อที่สนใจได้จากระบบสืบค้นฐานข้อมูลของเว็บไซต์

ตารางที่ 3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ดีเอ็มซี

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพ เคลื่อนไหว
<u>LIVE</u> คู่มือออนไลน์						✓
<u>VIDEO</u>						
ก. DMC: วิดีโอธรรมะ DHAMMA VIDEO						✓
ข. สมาธิและธรรมะ						
ทบทวนฝันในฝัน						✓
วิธีฝึกสมาธิเบื้องต้น						✓
โครงการอบรมพระ 1 แสนรูป						✓
ธรรมะเพื่อประชาชน						✓
ธรรมะศึกษา						✓
คำวัต						✓
Pearl of Inner Wisdom						✓
Meditation for beginners						✓
เดินไปสู่ความสุข						✓
สุดยอดภาษากับมหาเปรียญ						✓
มงคลชีวิต						✓
ไปวัดไปวา						✓
หลวงพ่อดาบญ์หา						✓
แม่เมตตาประจำวัน						✓
เรื่องเล่า เข้าถึงธรรม						✓
พระธรรมเทศนา						✓
เส้นทางบุญ						✓
ใจใสใจสบาย						✓
เวทีธรรม						✓
โอวาทพระราชภาวนาวิสุทธิ						✓
รังสรรค์ศรัทธา						✓
ส่องธรรมะล้ำภษิต						✓
ความฝันของพระเจ้าปเสนทิโกศล						✓

ตารางที่ 3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสาระแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์เอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพ เคลื่อนไหว
ค. กฎแห่งกรรม						
กรณีศึกษา กฎแห่งกรรม (Case Study)						✓
ผู้ต่อไป						✓
ชีวิตในสังสารวัฏ						✓
กว่าจะถึงวันนี้						✓
ง. ข้าว						
DMC News						✓
New News						✓
ศูนย์ข่าวต่างประเทศ						✓
DMC News Sunday						✓
ที่นี้ภูธร						✓
DNN						✓
จ.เยาวชน						
ขาดก 500 ขาดิ						✓
V-Star ละครพืนฟูศีลธรรมโลก						✓
การ์ตูนบุญโต						✓
ปฏิบัติบติการกุกักัก						✓
Super Kids						✓
V-Star News						✓
IBS Time						✓
คุณครูไอโกะ						✓
ซูเปอร์เนร						✓
ทำดีหนุทำได้						✓
เก่งและดี						✓
แต่มีสิริ้ง						✓

ตารางที่ 3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์เอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพ เคลื่อนไหว
คุณครูบอส						✓
อาจารย์สหัสชัย ไร่						✓
จดหมายถึงตะวัน						✓
อาจารย์เพิ่มพูน						✓
Yuwa Planet						✓
จ. วาไรตี้						✓
สกุ๊ปอัปเดต						✓
ทันโลกทันธรรม						✓
ผู้ออกแบบชีวิต						✓
ข้อคิด รอบตัว						✓
Smile World						✓
DMC Variety						✓
D-Star						✓
เคลียร์คัทซ์เจน season 2						✓
คุยกันถูกคอ						✓
นานาเทศนา						✓
DMC Music						✓
Relax & Alert						✓
ธรรมะวาที						✓
ช.กิจกรรม						✓
ช.บุญพิธี						✓
ณ.งานบุญวันอาทิตย์		✓				✓
ญ. Music VDO เพลงธรรมะ			✓			✓
ฎ.เรื่องสั้น						✓
ฎ.มหาปุชนีอาจารย์						✓
ฐ. Meditation						✓
ท. Law of Karma						✓

ตารางที่ 3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพ เคลื่อนไหว
ธรรมะ DHAMMA						
ธรรม กฏแห่งกรรม ข่าวดู ละคร หนังสือธรรมะ ทำบุญ กุศล บารมี	✓				✓	✓
หนังสือธรรมะ ที่มีคำตอบ หลวงพ่อ ตอบปัญหา ธรรมะเพื่อประชาชน อยู่ในบุญ	✓				✓	
ข่าวดี ข่าวด่วน ข่าวรอบโลก ประชาสัมพันธ์	✓				✓	✓
Top of Week ทันโลกทันธรรม ข้อคิด แนะนำเรื่องเด่น	✓				✓	✓
ชาดก ทศชาติ พุทธประวัติ สมานธิ ธรรมะ	✓				✓	✓
ปรโลกนิวส์ Case Study กฏแห่ง กรรม	✓				✓	✓
MEDITATION	✓					
สมาธิ	✓					
WEBBOARD	✓					
ABOUT DMC	✓					

จากตารางสรุปรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ดีเอ็มซี พบว่าการนำเสนอในรูปแบบการใช้ภาพเป็นพื้นฐาน (Visual-based) มีมากที่สุด รองลงมาเป็นการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบการใช้ตัวหนังสือเป็นพื้นฐาน (Text-based) และสุดท้ายที่พบน้อยที่สุดคือ การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบการใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based)

- การนำเสนอโดยใช้ภาพเป็นพื้นฐาน (Visual-based) โดยแบ่งเป็นภาพหนึ่งประกอบบทความและภาพเคลื่อนไหวที่เป็นวิดีโอ กล่าวโดยละเอียด คือ
 - ภาพหนึ่งประกอบบทความ ได้แก่ หัวข้อธรรมะ DHAMMA รวมถึงหัวข้อย่อยต่างๆ
 - ภาพเคลื่อนไหววิดีโอ ได้แก่ หัวข้อ Video วิดีโอ
- การนำเสนอโดยใช้ตัวหนังสือเป็นพื้นฐาน (Text-based) ได้แก่ หัวข้อธรรมะ DHAMMA, MEDITATION, สมาธิ, WEBBOARD และ ABOUT DMC
- การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบการใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based) โดยแบ่งเป็นเสียงสวดมนต์และเพลง กล่าวโดยละเอียด คือ
 - เสียงสวดมนต์ ได้แก่ หัวข้อ VIDEO เฉพาะหัวข้อย่อยงานบุญวันอาทิตย์
 - เพลง ได้แก่ ได้แก่ หัวข้อ VIDEO เฉพาะหัวข้อย่อย Music VDO เพลงธรรมะ

เว็บไซต์ฟังธรรม www.fungdham.com

เว็บไซต์ฟังธรรม (www.fungdham.com) เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาธรรมะจากพระอาจารย์หลายคน กว่า 60 รูป ที่ในรูปแบบของไฟล์เอกสารสำหรับอ่าน ไฟล์เสียงและไฟล์วิดีโอ จากการศึกษาเว็บไซต์ฟังธรรม สามารถแบ่งรูปแบบการนำเสนอได้ตามทักษะการรับชมได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. Text-based format content

เว็บไซต์ฟังธรรมนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบการใช้ตัวหนังสือเป็นหลักมากที่สุด การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบหนังสือธรรมะสำหรับอ่านออนไลน์/ดาวน์โหลดและบทความธรรมะ โดยเนื้อหาทั้งหมดเป็นเนื้อหาที่เว็บมาสเตอร์จัดหามาเสนอในเว็บไซต์

2. Audio-based format content

เว็บไซต์ฟังธรรมนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบการใช้เสียงหรือการฟังเป็นหลักซึ่งเป็นไฟล์สำหรับฟังออนไลน์และดาวน์โหลด ส่วนมากเป็นไฟล์เสียงธรรมเทศนาจากพระอาจารย์และนิยายเสียงอ่าน เสียงเพลงและเสียงสวดมนต์

3. Visual-based format content

เว็บไซต์ฟังธรรมนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว ส่วนใหญ่เป็นภาพบันทึกการเทศนา, บันทึกการบรรยาย, ภาพยนตร์ชีวประวัติพระอาจารย์ต่างๆ การ์ตูนพุทธประวัติ ศิลปรายการกรรมลิขิต ฯลฯ

ตารางที่ 4 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแบบมัลติมีเดียในเว็บไซต์ฟังธรรม

หัวข้อ	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานใน การสื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียง อ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว
สารบัญหลัก						
เสียงธรรม (จากครูบาอาจารย์)		✓				
หนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน	✓			✓		
คลิปวิดีโอ						✓
การ์ตูน						✓
รายการโทรทัศน์						✓
เกม+Flash						✓
สารคดี+คลิปทั่วไป						✓
นิยาย	✓			✓		
บทความธรรมะ	✓					
คาถา-บทสวดมนต์	✓					
เสียงสวดมนต์		✓				
กฎแห่งกรรม	✓					
สถานที่ปฏิบัติธรรม	✓					
แหล่งแจกหนังสือธรรมะ	✓					
รวมแหล่งทำบุญ-มูลนิธิ	✓					
สารบัญย่อย						
โหลดเพลง			✓			
วิฑู-คลื่นธรรมะ		✓	✓	✓		
ประวัติพระพุทธเจ้า	✓				✓	✓
พระไตรปิฎก	✓					
พุทธสุภาษิต	✓					
วันสำคัญ	✓					
คำคม(มงคล 38 ประการ)						
นิทานพื้นบ้าน	✓	✓				
นิทานอีสป	✓					

จากตารางสรุปรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ฟังธรรม พบว่าการนำเสนอในรูปแบบการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) มีมากที่สุด รองลงมาเป็นการนำเสนอเนื้อหาแบบใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based) และสุดท้ายพบน้อยที่สุดคือ การนำเสนอเนื้อหาแบบใช้ภาพเป็นพื้นฐาน (Visual-based)

- การนำเสนอโดยใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐาน (Text-based) ได้แก่ หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน, หัวข้อนิยาย,บทความธรรมะ, หัวข้อคาถา-บทสวดมนต์, หัวข้อกฎแห่งกรรม, หัวข้อสถานที่ปฏิบัติธรรม, หัวข้อแหล่งแจกหนังสือธรรมะ, หัวข้อรวมแหล่งทำบุญ-มูลนิธิ, หัวข้อรวมเว็บธรรมะดีๆ, หัวข้อพระไตรปิฎก, หัวข้อพุทธสุภาสิต, หัวข้อวันสำคัญ, หัวข้อคำมงคล (มงคล 38 ประการ) และหัวข้อนิทานอีสป
- การนำเสนอโดยใช้เสียงเป็นพื้นฐาน (Audio-based) โดยแบ่งได้เป็นหัวข้อเสียงสวดมนต์/เสียงเทศนา, หัวข้อเพลง และ หัวข้อเสียงอ่านหนังสือ กล่าวโดยละเอียด คือ
 - เสียงสวดมนต์/เสียงเทศนา พบในหัวข้อเสียงธรรม(จากครูบาจารย์), หัวข้อเสียงสวดมนต์, หัวข้อวิทยุ-คลื่นธรรมะ และหัวข้อนิทานพื้นบ้าน
 - เพลง พบในหัวข้อ โหลดเพลงและวิทยุ-คลื่นธรรมะ
 - เสียงอ่านหนังสือ ได้แก่ หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน หัวข้อนิยาย และหัวข้อวิทยุ-คลื่นธรรมะ
- การนำเสนอโดยใช้ภาพเคลื่อนไหว โดยแบ่งได้เป็นภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว กล่าวโดยละเอียด คือ
 - ภาพนิ่ง พบในหัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า
 - ภาพเคลื่อนไหว ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอและหัวข้อย่อยทั้งหมดและหัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า

2.2 รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการ (Type)

เว็บไซต์พลังจิต (www.palungjit.com)

การนำเสนอรูปแบบรายการของเว็บไซต์พลังจิต พบว่ามีการนำเสนอ 5 รูปแบบได้แก่ รายการบทความ รายการเสียงธรรมะ รายการบันเทิงธรรมะ รายการสนทนาธรรมะ และรายการโทรทัศน์ธรรมะ กล่าวโดยละเอียด คือ

- รายการบทความ นำเสนอในรูปแบบ
 - บทความในหน้าเว็บ ได้แก่ หัวข้อพระไตรปิฎก หัวข้อพจนานุกรมไทย-อังกฤษ/พุทธศาสน์ หัวข้อวัดไทยทั่วโลก และหัวข้อหลวงพ่อกุณฺโถมิ่งดำ

- บทความในเว็บบอร์ด ได้แก่ หัวข้อตลาดพระ หัวข้อหลวงพ่อกษัตริย์ลึงดำ หลักสูตรอภิญาหก หัวข้อคู่มือการพระกรรมฐาน หัวข้อพุทธศาสนาจาก พระโอษฐ์ หัวข้อจุไรทองเที่ยวดวงดาวและเว็บบอร์ด (หัวข้อหลวงพ่อกษัตริย์ ลึงดำใช้การนำเสนอ 2 รูปแบบ)
- ข่าวสารธรรมะ ได้แก่ เว็บบอร์ด
- รายการเสียงธรรม นำเสนอในรูปแบบ
 - เสียงเทศนา ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรม หัวข้อหลวงพ่อกษัตริย์ลึงดำ หัวข้อแซท เสียง และหัวข้อวิทยุพลังจิต
 - เสียงสวดมนต์ ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรม
- รายการบันเทิงธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - เสียงอ่านนิยายธรรมะ ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรมและแซทเสียง
 - เพลงธรรมะ ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรม
- รายการสนทนาธรรมะ ได้แก่ เว็บบอร์ดและแซทเสียง การนำเสนอรูปแบบรายการ วิทยุธรรมะ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ
- รายการโทรทัศน์ธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - วิทยุธรรมะ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ และแซทเสียง

จากการศึกษาพบว่าในหัวข้อเดียวกันอาจมีรูปแบบการนำเสนอมากกว่า 1 รูปแบบ เช่น หัวข้อเสียงธรรมพบว่ามีรูปแบบการนำเสนอรายการ 2 รูปแบบ คือ รายการเสียงธรรมะและ รายการบันเทิงธรรมะ หัวข้อหลวงพ่อกษัตริย์ลึงดำพบว่ามีรูปแบบการนำเสนอรายการ 2 รูปแบบ คือ รายการบทความและรายการเสียงธรรม เว็บบอร์ดมีรูปแบบการนำเสนอรายการ 2 รูปแบบ คือ รายการบทความและรายการสนทนาธรรม และหัวข้อแซทเสียงมีรูปแบบการนำเสนอรายการ 4 รูปแบบ คือ รายการเสียงธรรมะ รายการบันเทิงธรรมะ รายการสนทนาธรรมะและรายการ โทรทัศน์ธรรมะ

รูปแบบรายการที่พบมากที่สุดคือ รายการบทความธรรมะ รองลงมาเป็นรายการเสียง ธรรมะ รองลงมาเป็นรายการบันเทิงธรรมะและรายการสนทนาธรรมะ และสุดท้ายรายการโทรทัศน์ ธรรมะ

เว็บไซต์ธรรมจักร www.dhammadjak.com

การนำเสนอรูปแบบรายการของเว็บไซต์ธรรมจักร พบว่ามีการนำเสนอ 5 รูปแบบ ได้แก่ รายการบทความ รายการเสียงธรรม รายการบันทึกธรรมะ รายการสนทนาธรรม และรายการโทรทัศน์ธรรมะ กล่าวโดยละเอียด คือ

- รายการบทความ นำเสนอในรูปแบบ
 - บทความในหน้าเว็บ ได้แก่ หัวข้อหนังสือธรรมะ, หัวข้อดาวน์โหลดหนังสือ e-book, หัวข้อกล่องบทความ หัวข้อย่อจบบทความธรรมะและบทความทั่วไป, หัวข้อบทสวดมนต์, หัวข้อกฎแห่งกรรม, หัวข้อสมาธิ, หัวข้อการบวช, หัวข้อรักษาศีล, หัวข้อความรัก-ความผูกพัน, หัวข้อพระไตรปิฎก, หัวข้อวันสำคัญทางศาสนา และหัวข้อศาสนพิธี
 - บทความในเว็บไซต์ ได้แก่ หัวข้อนิทานธรรมะ, หัวข้อนิทานเซ็น, หัวข้อกฎแห่งกรรม, หัวข้อบทกวีธรรม, หัวข้อสมเด็จพระสังฆราชไทย, หัวข้อประวัติครูบาอาจารย์, หัวข้อต้นไม้ในพระพุทธศาสนา, หัวข้อแนะนำสถานที่ปฏิบัติธรรม, หัวข้อวัดและศาสนสถาน, หัวข้อวัดประจำรัชกาลที่ 1-9, หัวข้อพุทธศาสนสุภาษิต, เว็บไซต์ และในห้องย่อยเว็บไซต์ ได้แก่ ห้องภาพหายาก-ภาพกิจกรรม, ห้องบทความธรรมะ, ห้องนิทานการ์ตูน, ห้องพระพุทธรูป, ห้องพระอติสัมหสาวก, ห้องพระภิกษุณี อุบาสก อุบาสิกาและห้องพิธีกรรมทางศาสนา
 - ข่าวสารธรรมะ ได้แก่ เว็บไซต์ห้องย่อย ข่าวประชาสัมพันธ์และห้องธรรมทาน
- รายการเสียงธรรม นำเสนอในรูปแบบ
 - เสียงเทศนา ได้แก่ หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ในห้องย่อยเสียงบรรยายธรรมและ หัวข้อฟังเสียงธรรม
 - เสียงสวดมนต์ ได้แก่ หัวข้อห้องสวดมนต์ออนไลน์และหัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ในห้องย่อยเสียงสวดมนต์
- รายการบันทึกธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - เสียงอ่านนิยายธรรมะ ได้แก่ หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ ห้องย่อยธรรมนิยาย
 - นิทานธรรมะ ได้แก่ หัวข้อนิทานธรรมะ
 - การ์ตูนธรรมะ ได้แก่ หัวข้อภาพการ์ตูนธรรมะ หัวข้อนิทานธรรมะและเว็บไซต์ ห้องย่อยนิทานการ์ตูน
 - เพลงธรรมะ ได้แก่ หัวข้อฟังเสียงสวดมนต์ หัวข้อย่อยเพลงธรรมะ

- รายการสนทนาธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - เว็บไซต์ โดยพบการสนทนาธรรมะในห้องย่อยกลุ่มสนทนา ซึ่งมีห้องย่อย คือ ห้องสนทนาธรรมะทั่วไป ห้องกฎแห่งกรรม, ห้องสมาธิ-สติ, ห้องอภิธรรม, ห้องการสวดมนต์ คาถาและฟังธรรม, ห้องการรักษาศีล-การบวชและห้องความรัก-ผูกพัน-พลัดพราก
 - ห้องแชท พบว่ามีห้องให้สนทนาออนไลน์ 3 ห้อง คือ ลาน 1,2, 3
- รายการโทรทัศน์ธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - วิดีโอธรรมะ ได้แก่ หัวข้อกฎแห่งกรรม และเว็บไซต์ห้องคลิปวิดีโอ
 - วิดีโอแอนิเมชั่น ได้แก่ หัวข้อภาพการ์ตูนธรรมะ และเว็บไซต์ห้องคลิปวิดีโอ

นอกจากนี้ยังพบว่าในหัวข้อเดียวอาจจะมีรูปแบบการนำเสนอมากกว่า 1 รูปแบบ เช่น หัวข้อนิทานธรรมะพบว่ามีรูปแบบการนำเสนอรายการ 2 รูปแบบคือ รายการบทความและรายการบันเทิงธรรมะ หัวข้อกฎแห่งกรรมมีการนำเสนอในรูปแบบรายการ 2 รูปแบบคือรายการบทความและรายการโทรทัศน์ธรรมะ เว็บไซต์มีการนำเสนอ 2 รูปแบบ คือ รายการบทความและรายการสนทนาธรรม และในห้องย่อยนิทานการ์ตูนในเว็บไซต์มีการนำเสนอ 2 รูปแบบ คือ รายการบทความและรายการบันเทิงธรรมะ

จากการศึกษาพบว่าการนำเสนอในรูปแบบรายการบทความมีมากที่สุด รองลงมาคือ รายการสนทนาธรรม อันดับที่ 3 คือ รายการบันเทิงธรรมะ และอันดับ 4 คือ รายการเสียงธรรมะ และรายการโทรทัศน์ธรรมะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ธรรมจักร (ต่อ)

หัวข้อ	รายการบทความ			รายการเสียงธรรมะ		รายการบันเทิงธรรมะ						รายการสนทนาธรรม		รายการโทรทัศน์ธรรมะ	
	บทความในหน้าเว็บ	บทความในเว็บบอร์ด	ข่าวสารธรรมะ	เสียงเทศนา	เสียงสวดมนต์	เสียงอ่านนิยายธรรมะ	นิทานธรรมะ	การ์ตูนธรรมะ	เกมธรรมะ	เพลงธรรมะ	ละครธรรมะ	เว็บบอร์ด	ห้องแชท	วิดีโอธรรมะ	วิดีโอแอนิเมชั่น
เว็บบอร์ด		✓										✓			
กลุ่มกิจกรรม															
ข่าวประชาสัมพันธ์			✓												
ภาพหายาก-ภาพกิจกรรม		✓													
ธรรมทาน			✓												
กลุ่มสนทนา															
สนทนาธรรมทั่วไป												✓			
กฎแห่งกรรม												✓			
สมาธิ-สติ												✓			
อภิธรรม												✓			
การสวดมนต์ คาถาและพิธีกรรม												✓			
การรักษาศีล-การบวช												✓			
ความรัก-ผูกพัน-พลัดพราก												✓			
กลุ่มสาระธรรม															
คลิปวีดีโอ														✓	✓
บทความธรรมะ		✓													
นิทานการ์ตูน		✓						✓							

ตารางที่ 6 รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ธรรมจักร (ต่อ)

หัวข้อ	รายการบทความ			รายการเสียงธรรมะ		รายการบันเทิงธรรมะ						รายการสนทนาธรรม		รายการโทรทัศน์ธรรมะ	
	บทความในหน้าเว็บ	บทความในเว็บบอร์ด	ข่าวสารธรรมะ	เสียงเทศนา	เสียงสวดมนต์	เสียงอ่านนิยายธรรมะ	นิทานธรรมะ	การ์ตูนธรรมะ	เกมธรรมะ	เพลงธรรมะ	ละครธรรมะ	เว็บบอร์ด	ห้องแชท	วิดีโอธรรมะ	วิดีโอแอนิเมชั่น
กลุ่มศาสนบุคคล															
พระพุทธเจ้า		✓													
พระอสีติมหาสาวก		✓													
พระภิกษุณี อุบาสก อุบาสิกา		✓													
ในหลวงกับพระสุปฏิปันโน		✓													
กลุ่มศาสนสถานและศาสนพิธี		✓													
พิธีกรรมทางศาสนา		✓													
ห้องสนทนา													✓		

เว็บไซต์ดีเอ็มซี www.dmc.tv

การนำเสนอรูปแบบรายการของเว็บไซต์ดีเอ็มซี พบว่ามีการนำเสนอ 4 รูปแบบ ได้แก่ รายการบทความ รายการบันเทิงธรรมะ รายการสนทนาธรรม และรายการโทรทัศน์ธรรมะ กล่าวโดยละเอียด คือ

- รายการบทความ นำเสนอในรูปแบบ
 - บทความในหน้าเว็บ ได้แก่ หัวข้อธรรมะDHAMMA, หัวข้อMEDITATION, หัวข้อสมาธิและหัวข้อ ABOUT DMC
 - บทความในเว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์
 - ข่าวสารธรรมะ ได้แก่ หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อยโครงการอบรมพระ 1 แสนรูป
- รายการบันเทิงธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - การ์ตูนธรรมะ ได้แก่ หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อยการ์ตูนบุญโต
 - เพลงธรรมะ ได้แก่ หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อยทบทวนฝันในฝัน หัวข้อย่อย DMC Music และ Music VDO เพลงธรรมะ
 - ละครธรรมะ ได้แก่ หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อย V-Star ละครพื้นฟูศีลธรรมโลก และหัวข้อย่อยแต่มีสิ่ง
- รายการสนทนาธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - เว็บไซต์ โดยพบการสนทนาธรรมะในห้องย่อยต่างๆได้แก่ ห้องเรื่องทั่วไป รอบรั้ววัด, ห้องธรรมะและพระพุทธศาสนาทั่วไป, ห้องเรื่องราวและกำลังใจในการสร้างบุญสร้างบารมี, ห้องกฎแห่งกรรม, ห้องการนั่งสมาธิ, ห้องวิทยาศาสตร์เชิงพุทธศาสตร์วิทยา, ห้องเล่าเรื่องด้วยภาพ, ห้องธรรมะศึกษา และห้องพูดคุยกับผู้ผลิตรายการDMC และทีมงาน
- รายการโทรทัศน์ธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - วิดีโอธรรมะ ได้แก่ หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อยDMC:วิดีโอธรรมะ, หัวข้อย่อยสมาธิและธรรมะ รายการทบทวนอนุบาลฝันในฝัน, รายการวิธีการฝึกสมาธิเบื้องต้น รายการโครงการอบรมพระ 1 แสนรูป, รายการ Pearl of Inner Wisdom, รายการMeditation for Beginners , รายการเดินไปสู่ความสุข, รายการมงคลชีวิต, รายการไปวัดไปวา, รายการแผ่เมตตาประจำวัน, รายการเรื่องเล่าเข้าถึงธรรม, รายการพระธรรมเทศนา, รายการเส้นทางบุญ, รายการใจใสใจสบาย, รายการเวทีธรรม, รายการโอวาทพระราชภาวนาวิสุทธิ, รายการความฝันของพระเจ้าปเสนทิโกศล, รายการกรณีศึกษา กฎแห่งกรรม, รายการนันทาทัศนะ, รายการเรื่องสั้น, รายการมหาปุชฌีนาจารย์, รายการ Meditation, รายการLaw of Karma ในหัวข้อ VIDEO หัวข้อย่อย เยาวชน ได้แก่ รายการธรรมะศึกษา รายการคำวัด รายการสุดยอดภาษากับมหา

- เปรียญ รายการหลวงพ่อดาบญ์หา รายการส่องธรรมล้ำภษิต รายการ
 รั้งสรรคร์ศรัทธา รายการสู้ต่อไป รายการชีวิตในสังสารวัฏ รายการกว่าจะถึง
 วันนี้, รายการข่าวต่างๆ, รายการสำหรับเด็กและเยาวชน ได้แก่ รายการ
 ปฏิบัติการกุกักกิก รายการSuper Kids รายการV-Star News, รายการ IBS,
 รายการคุณครูไอโกะ, รายการซุเปอร์เณร, รายการทำดีหนูทำได้,รายการ
 เก่งและดี, รายการคุณครูบอส, รายการอาจารย์สหัสชัย ไว, รายการจด
 หมายถึงตะวัน, รายการอาจารย์เพิ่มพูน รายการ Yuwa Planet, รายการ
 ต่างๆในหัวข้อย่อวาไรตี้, กิจกรรม,บุญพิธี,และงานบุญวันอาทิตย์และหัวข้อ
 ธรรมะDhamma หัวข้อย่อธรรม กฎแห่งกรรม ขาว ละคร หนังสือธรรมะ
 ทำบุญ กุศล บารมี, และหัวข้อย่อปรโลกนิวิส Case Study กฎแห่งกรรม
- วิดีโอแอนิเมชัน ได้แก่ หัวข้อDMC:วิดีโอธรรมะ, หัวข้อVIDEO รายการ
 ชาตค 500ชาติ, รายการการ์ตูนบุญโต, รายการเก่งและดี,และรายการเรื่องสั้น

อีกทั้งเว็บไซต์ดีเอ็มซีได้จัดทำรายการที่สำคัญ เช่น รายการอนุบาลฝันในฝัน และรายการ
 ที่เกี่ยวกับการทำสมาธิ ให้เป็นภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน ด้วย
 การทำซับไตเติ้ล และการพากย์เสียง รายการที่ทำเป็นภาษาอื่นนอกจากภาษาไทย ได้แก่
 Pearls of Inner Wisdom, Meditation for beginners, Inner Dream school, Case Study
 (Review) , English DNN ฯลฯ

นอกจากนี้ยังพบว่าในหัวข้อเดียวอาจจะมีรูปแบบการนำเสนอมากกว่า 1 รูปแบบ เช่น
 หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อรายการโครงการอบรมพระ 1 แสนรูป มี 2 รูปแบบคือรายการบทความ
 และรายการโทรทัศน์ธรรมะ, หัวข้อVIDEO หัวข้อย่อทบทวนฝันในฝัน มี 2 รูปแบบคือ รายการ
 บันทึกธรรมะในรูปแบบของเพลงธรรมะแทรกกับรายการโทรทัศน์ธรรมะ

จากการศึกษาพบว่าการนำเสนอในรูปแบบรายการสนทนาธรรมมีมากที่สุด รองลงมาคือ
 รายการโทรทัศน์ธรรมะ อันดับที่ 3 คือ รายการบทความ และอันดับ 4 คือ รายการบันทึกธรรมะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	รายการบทความ			รายการเสียง ธรรมะ		รายการบันเทิงธรรมะ						รายการ สหتناธรรม		รายการ โทรทัศน์ ธรรมะ	
	บทความ ในหน้า เว็บ	บทความ ในเว็บไซต์	ข่าวสาร ธรรมะ	เสียง เทศนา	เสียง สวด มนต์	เสียง อ่าน นิยาย ธรรมะ	นิทาน ธรรมะ	การ์ตูน ธรรมะ	เกม ธรรมะ	เพลง ธรรมะ	ละคร ธรรมะ	เว็บ บอร์ด	ห้อง แชท	วิดีโอ ธรรมะ	วิดีโอ แอน นิ เมชั่น
ปรโลกนิวส์ Case Study กฎแห่งกรรม	✓													✓	
<u>MEDITATION</u>	✓														
<u>สมาธิ</u>	✓														
<u>WEBBOARD</u>		✓										✓			
<u>ABOUT DMC</u>	✓														

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เว็บไซต์ฟังธรรม (www.fungdham.com)

การนำเสนอรูปแบบรายการของเว็บไซต์ฟังธรรม พบว่ามีการนำเสนอ 4 รูปแบบได้แก่ รายการบทความ, รายการเสียงธรรมะ, รายการบันทึกธรรมะ, และรายการโทรทัศน์ กล่าวโดยละเอียด คือ

- รายการบทความ นำเสนอในรูปแบบ
 - บทความในหน้าเว็บ ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรมะ (จากครูบาอาจารย์), หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน, หัวข้อนิยาย, หัวข้อบทความธรรมะ, หัวข้อคาถาบทสวดมนต์, หัวข้อกฎแห่งกรรม, หัวข้อสถานที่ปฏิบัติธรรม, หัวข้อแหล่งแจกหนังสือธรรมะ, หัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า, หัวข้อพระไตรปิฎก, หัวข้อพุทธสุภาษิต, หัวข้อวันสำคัญ, หัวข้อคำคม (มงคล 38 ประการ), และหัวข้อนิทานอีสป
- รายการเสียงธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - เสียงเทศนา ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรม(จากครูบาอาจารย์) และ หัวข้อคลื่นวิทยุธรรมะ
 - เสียงสวดมนต์ ได้แก่ หัวข้อเสียงสวดมนต์
- รายการบันทึกธรรมะ นำเสนอในรูปแบบ
 - เสียงอ่านหนังสือนิยายธรรมะ ได้แก่ หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน, หัวข้อนิยาย, หัวข้อคลื่นวิทยุ และหัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า
 - นิทานธรรมะ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ หัวข้อย่อย่อการ์ตูน และหัวข้อนิทานพื้นบ้าน
 - การ์ตูนธรรมะ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ หัวข้อย่อย่อการ์ตูน และหัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า
 - เกมธรรมะ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ หัวข้อย่อย่อ เกม+Flash
 - เพลงธรรมะ ได้แก่ หัวข้อโหลดเพลง
 - ละครธรรมะ ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ หัวข้อย่อย่อรายการโทรทัศน์ และสารคดี+คลิปทั่วไป
- รูปแบบรายการโทรทัศน์ นำเสนอในรูปแบบ
 - วิดีโอธรรมะ ได้แก่ หัวข้อเสียงธรรม(จากครูบาอาจารย์), หัวข้อคลิปวิดีโอ: หัวข้อย่อย่อรายการโทรทัศน์และสารคดีทั่วไป+คลิปทั่วไป และหัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า
 - วิดีโอแอนิเมชัน ได้แก่ หัวข้อคลิปวิดีโอ หัวข้อย่อย่อการ์ตูนและหัวข้อประวัติพระพุทธเจ้า

นอกจากนี้ยังพบว่าในหัวข้อเดียวอาจจะมีรูปแบบการนำเสนอมากกว่า 1 รูปแบบ เช่น หัวข้อเสียงธรรม(จากครูบาอาจารย์) มี 3 รูปแบบ คือ รายการบทความ รายการเสียงธรรมะ และ รายการโทรทัศน์, หัวข้อคลิปวิดีโอ มี 3 รูปแบบ คือ รายการบันเทิงธรรมะ รายการสนทนาธรรม และรายการโทรทัศน์ และหัวข้อพระพุทธเจ้า มี 2 รูปแบบ คือ รายการบันเทิงธรรมะและรายการโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่าการนำเสนอในรูปแบบรายการบทความมีมากที่สุด รองลงมาคือ รายการบันเทิงธรรมะ และอันดับ 3 คือ รายการเสียงธรรม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการของเว็บไซต์ผังธรรม (ต่อ)


หัวข้อ	รายการบทความ			รายการเสียงธรรมะ		รายการบันเทิงธรรมะ						รายการสนทนาธรรม		รายการโทรทัศน์ธรรมะ	
	บทความในหน้าเว็บ	บทความในเว็บบอร์ด	ข่าวสารธรรมะ	เสียงเทศนา	เสียงสวดมนต์	เสียงอ่านนิยายธรรมะ	นิทานธรรมะ	การ์ตูนธรรมะ	เกมธรรมะ	เพลงธรรมะ	ละครธรรมะ	เว็บบอร์ด	ห้องแชท	วิดีโอธรรมะ	วิดีโอแอนิเมชั่น
แหล่งแจกหนังสือธรรมะ	✓														
รวมแหล่งทำบุญ-มูลนิธิ	✓														
<u>สารบัญย่อ</u>															
โหลดเพลง										✓					
วิทยุ-คลื่นธรรมะ				✓		✓									
ประวัติพระพุทธเจ้า	✓					✓		✓						✓	✓
พระไตรปิฎก	✓														
พุทธสุภาษิต	✓														
วันสำคัญ	✓														
คำคม(มงคล 38 ประการ)	✓														
นิทานพื้นบ้าน							✓								
นิทานอีสป	✓														

2.3 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ (Interactivity)

เว็บไซต์พลังจิต www.palungjit.com

การนำเสนอของเว็บไซต์พลังจิต มีรูปแบบการสื่อสารส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : **Asynchronous One-to-Many Communication** โดยผู้รับสารแต่ละคนสามารถเข้าไปดูข้อมูลได้ทุกหัวข้อโดยไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนในระบบ การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ คือ รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน **Asynchronous Many-to-many Communication** ในการนำเสนอรูปแบบเว็บบอร์ด โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปดูข้อมูลได้ทุกหัวข้อ แต่ถ้าผู้รับสารต้องการตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้เพื่อทำการสื่อสารในเว็บบอร์ด ผู้รับสารจำเป็นต้องลงทะเบียนสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์เพื่อเข้าสู่ระบบ จึงจะเริ่มเป็นผู้ส่งสารในเว็บบอร์ดได้ ในขณะเดียวกัน การสื่อสารในเว็บบอร์ดยังมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : **Asynchronous One-to-One Communication** หรือ **Asynchronous One-to-Many Communication** ด้วยระบบการส่งข้อความส่วนตัว (Private message, PM) ที่ให้บริการเฉพาะผู้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกเว็บไซต์เท่านั้น ระบบการส่งข้อความส่วนตัวเป็นระบบเหมือนการส่งอีเมล ที่ผู้ส่งหนึ่งคนสามารถถึงข้อความถึงผู้รับสารอีกคนหนึ่งหรือหลายคนได้ โดยใช้ชื่อผู้รับสารแทนที่อยู่หรือที่อยู่อีเมล (e-mail address) นอกจากนี้เว็บไซต์พลังจิตยังมีการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : **Synchronous One-to-Many Communication** ในการบริการห้องแชท สนทนาเสียง (Voice Chat) ที่ผู้ใช้บริการเว็บไซต์สามารถเข้ามาพูดคุยกันได้ในห้องแชทรวมด้วยการพิมพ์โต้ตอบหรือการสนทนาโดยการเปิดกล้องเว็บแคมและใช้ไมโครโฟน ซึ่งผู้ส่งสารจะสื่อสารกับผู้รับสารหลายคนที่อยู่ในห้องแชทเดียวกัน และในห้องแชท สนทนาเสียงยังเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แบบพร้อมกัน : **Synchronous One-to-One Communication** ที่ผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้พร้อมกันแบบหนึ่งต่อหนึ่งในหน้าต่างสนทนาส่วนตัวกับบุคคลที่ต้องการได้

การปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ด

ในส่วนการปฏิสัมพันธ์ในหน้าเว็บไซต์พลังจิตในส่วนเว็บบอร์ด นอกจากจะเป็นการตั้ง/ตอบกระทู้/การส่งข้อความส่วนตัว (PM) ยังพบว่าการปฏิสัมพันธ์เชิงธรรมะอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การพิมพ์คำว่า “อนุโมทนา” หรือคำอื่น ๆ ที่มีความหมายไปในทางเดียวกัน เช่น “โมทนา” “สาธุอนุโมทามิ” “อนุโมทามิ” และยังสามารถแสดงการอนุโมทนาได้ด้วย “ปุ่มอนุโมทนา” () ที่อยู่ท้ายหัวข้อกระทู้และยังสามารถกดปุ่มอนุโมทนากับกระทู้ตอบกลับได้อีกด้วย ในตอนท้ายของแต่ละกระทู้ข้อความตอบกลับจะมีแถบแสดงว่ามีจำนวนครั้งที่กดปุ่ม

อนุโมทนาต่อกระทู้หนึ่งๆ และเมื่อกดเข้าไปจะพบรายชื่อผู้ที่กดป้อนุโมทนา ซึ่งการอนุโมทนา มีนัยยะทางพระพุทธศาสนาเรื่องการทำบุญตามแนวทางบุญกิริยา 10 กล่าวคือ การอนุโมทนาหมายถึงการยินดีต่อการกระทำนั้น/การกระทำของผู้อื่นด้วยความจริงใจ แม้ว่าจะเป็นการทำบุญของผู้อื่น ผู้อนุโมนาย่อมได้บารมีไปด้วย การอนุโมทนา ไม่จำเป็นต้องยกมือไหว้หรือออกเสียงกล่าวคำ “อนุโมทนา” อาจจะเป็นการยินดีด้วยใจก็ได้ นัยยะเรื่องบุญกับการอนุโมทนาพบว่ามีการอธิบายในกระทู้ “ปัตตานุโมนามัย... อนุโมนาทกับคนที่ทำบุญ เราก็ดำเนินบุญด้วย” นำมาจากการสนทนาธรรมกับพระราชพรหมยาน และถือกำหนดเป็นการอ้างอิงแนวทางการปฏิบัติในเว็บไซต์พลังจิต เห็นได้จากกระทู้นี้เป็นลึกลับที่จะพบทุกครั้งเมื่อกดดูรายชื่อผู้อนุโมนาในส่วนท้ายของแต่ละกระทู้/ความเห็น

จากการศึกษาพบว่าในกระทู้หนึ่งๆจะมีผู้เข้ามากล่าว “อนุโมทนา” เป็นจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบของการพิมพ์ในส่วนแสดงความเห็นปกติและการกดปุ่ม จากการสังเกตพบว่ามีบางกระทู้ที่สร้างขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูล เป็นเนื้อหาแบบที่ไม่ต้องการความเห็น และเป็นเนื้อหาที่ไม่ก่อให้เกิดการถกเถียงในหมู่ชาวพุทธ เช่น กระทู้ “กรรมที่ทำให้เกิดเป็นเกย์ตุ๊ดกระเทย และวิธีป้องกัน” เนื้อหาที่นำมาเสนอมักเป็นเนื้อหาที่อ้างอิงมาจากคำสอนและการเทศนาของพุทธบุคคล พระชาดก พระไตรปิฎก หนังสือที่เกี่ยวกับกฎแห่งกรรม หรือกระทู้รวบรวมมาจากเว็บไซต์อื่นๆ โดยธรรมชาติของกระทู้ประเภทนี้มักจะก่อให้เกิดข้อถกเถียงหรือข้อสงสัยในหมู่ชาวพุทธ ดังนั้นจึงไม่ค่อยพบมีการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างผู้ที่เข้ามาแสดงความเห็น พบแต่การแสดงอนุโมทนาเพียงอย่างเดียว

ดังเช่นในกระทู้ “วิธีแก้กรรมที่ทำให้พ่อแม่เสียใจน้ำตาาร่วง ของหลวงพ่อจรัญ จิตฺตมโ” โดย mr.tom_zaa จำนวนครั้งที่เปิดอ่าน 4,688 ครั้ง ที่เป็นกระทู้แนะนำวิธีแก้กรรมด้วยการขอขมาและขอโหสิกรรมต่อบุพการีกับสิ่งที่เคยทำล่วงเกินไว้ ด้วยการทำความเคารพต่อบุพการีด้วยการปรนนิบัติและล้างเท้าให้ท่านและเอาเท้าแตะศีรษะ เพื่อให้ชีวิตพบเจอแต่สิ่งที่ดี เนื่องจากเชื่อว่าการทำกรรมกับบุพการีจะทำให้ชีวิตไม่เจริญ เพราะบุพการีเป็นดังพระอรหันต์ของลูก โดยวิธีการแก้กรรมนี้มาจากพระอาจารย์ที่เป็นที่นับถือ คือ หลวงพ่อจรัญ จิตฺตมโ วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี มีผู้เข้ามาแสดงการอนุโมทนาและเห็นด้วยกับเนื้อหาที่นำเสนอและแสดงความเห็นที่สนับสนุนเนื้อหากระทู้ ดังนี้

ตัวอย่างการตอบกระทู้ด้วยการอนุโมทนา

“ขออนุโมทนาด้วยครับ แฮ่ ผมก็เถียงพ่อแม่ + ทะเลาะกับพ่อบ่อยมาก ๆ -- สักวันคงต้องใช้วิธีนี้แล้วละครับ เพราะ เดี่ยวนี้ทำอะไรก็ไม่ประสบความสำเร็จเลย-”*

(khuntun)

อีกกระทู้ตัวอย่างที่น่าเสนอเนื้อหาเรื่องกรรมและผลของกรรม ได้แก่ “*ผลกรรมผู้หญิงแต่งกายไม่สำรวมเข้าวัด*” โดย *Lukhgai* จำนวนครั้งที่เปิดอ่าน 5,286 ครั้ง เนื้อหามาจากบทความของดังตฤณ นำเสนอผลกรรมของผู้หญิงที่แต่งตัวไม่สำรวมเข้าวัด ผลอย่างแรกคือทำให้พระหวั่นไหวเพราะโดยธรรมชาติผู้หญิงเป็นเพศที่มีความยั่ววนเพศตรงข้าม แต่อย่างไรก็ตามระดับของผลกรรมที่จะได้รับขึ้นอยู่กับเจตนาเป็นสำคัญ ผลของการกระทำเช่นนี้ หากมีเจตนาในการยั่วยุเบบบาง อาจส่งผลให้เดือดร้อนใจเมื่อคบเพื่อนต่างเพศเพราะถูกจ้องจะเอาผลประโยชน์ทางเพศหรือในขั้นร้ายแรง คือได้รับผลกรรมเมื่อเกิดใหม่เป็น คนตัวเหม็น ไม่มีผู้ชายอยากเข้าใกล้ เป็นคนที่มีความต้องการทางเพศสูงและไม่มั่นใจในความดึงดูดทางเพศของตน ซึ่งผลกรรมที่นำมาเสนอนี้เป็นผลกรรมที่ไม่พึงปรารถนา

ผู้ตอบกระทู้ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับเนื้อหาในกระทู้ แสดงออกด้วยการพิมพ์ว่า “อนุโมทนา” และมีการกดปุ่มอนุโมทนาที่กระทู้ และแสดงความเห็นเพิ่มเติม

ตัวอย่างการตอบกระทู้ด้วยการแสดงการอนุโมทนา

“อนุโมทนา...สาธุครับ ขนาดผู้ชาย ตอนผมไปวัดพระแก้ว ใส่กางเกงยีนส์ขาด ซึ่งก็ไม่ขาดมาก ขาดตามแพ้นั้น ยังไม่ให้เข้าเลยครับ ต้องไปเปลี่ยนก่อน ก็ดีนะครับ ทำให้เรียบร้อย และเป็นการเคารพในสถานที่ดีครับ.”

(โดย su37berkut)

“อนุโมทนาครับ”

(โดย Pandhaka)

“ขออนุโมทนาด้วยนะคะ ให้ข้อคิดได้ดีเลยคะ สาธุ”

(โดย Faithfully)

ด้วยการแสดงการอนุโมทนาผ่านการพิมพ์และการกดปุ่มอนุโมนานี้เองทำให้เห็นว่าเทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมเรื่องความเชื่อทางพุทธศาสนาเรื่องการทำบุญให้ทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นตลอดจนทำให้บุคคลระลึกถึงการทำบุญตามแนวทางบุญกิริยาวัตถุ 10 อยู่เสมอ และเทคโนโลยีช่วยให้บุคคลรู้สึกว่าได้บุญโดยง่ายด้วยการมีจิตเป็นกุศลและกดปุ่ม ก็นับว่าเป็นบุญแล้ว

นอกจากการแสดงการอนุโมนาตามนัยยะทางพระพุทธศาสนาแล้ว การกดปุ่มอนุโมนายังมีความหมายอื่นในเว็บไซต์พลังจิต คือ *การแสดงความเป็นตัวตนในเว็บไซต์* ด้วยการสะสมคะแนนชื่อเสียง ซึ่งเป็นระบบที่เชื่อมโยงกับปุ่มอนุโมนา คล้ายการเล่นเกมส์สะสมคะแนน โดยกติกาในการสะสมคะแนนชื่อเสียง คือ ผู้ที่ตั้งกระทู้แล้วมีคนมากดปุ่มอนุโมนา ผู้ตั้งกระทู้จะได้คะแนนชื่อเสียง 2 คะแนน และผู้ตั้งกระทู้รู้ได้ว่าใครกดให้คะแนนบ้าง โดยรายชื่อผู้กดปุ่ม

อนุโมทนาจะแสดงผลอยู่ท้ายกระทู้หนึ่งๆ และจะแสดงผลคะแนนรวมชื่อเสียงใต้ชื่อของสมาชิก
เท่านั้นๆ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าสมาชิกท่านใดตั้งกระทู้มากและมีคนให้ความสนใจแสดงการ
อนุโมทนาด้วยมาก


ตารางที่ 9 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์พลังจิต

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
หมวดพระพุทธศาสนา						
พระไตรปิฎก (beta)				✓		
เสียงธรรม				✓		
พจนานุกรมไทย-อังกฤษ/ พุทธศาสน์				✓		
ตลาดพระ				✓		
คลิปวิดีโอ				✓		
วัดไทยทั่วโลก				✓		
หลวงพ่อกวนอิมดำ				✓		
หลักสูตรอภิญาหก				✓		
คู่มือการฝึกพระกรรมฐาน				✓		
พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์				✓		
จุไรทองเที่ยวดวงดาว				✓		
หมวดทั่วไปและ ชุมชนพลังจิต						
เว็บบอร์ด		✓				✓
แชทเสียง (Voice Chat)	✓		✓			
วิทยพลังจิต				✓		

เว็บไซต์ธรรมจักร (www.dhammajak.com)

การนำเสนอของเว็บไซต์ธรรมจักร มีรูปแบบการสื่อสารส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : **Asynchronous One-to-Many Communication** โดยผู้รับสารแต่ละคนสามารถเข้าไปดูข้อมูลได้ทุกหัวข้อโดยไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนในระบบ การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่พบ คือ รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน **Asynchronous Many-to-many Communication** ในการนำเสนอรูปแบบเว็บบอร์ด โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปดูข้อมูลได้ทุกหัวข้อ แต่ถ้าต้องการตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้เพื่อทำการสื่อสารในเว็บบอร์ด ผู้รับสารจำเป็นต้องลงทะเบียนสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์เพื่อเข้าสู่ระบบ จึงจะเริ่มเป็นผู้ส่งสารในเว็บบอร์ดได้ ในขณะเดียวกัน การสื่อสารในเว็บบอร์ดยังมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : **Asynchronous One-to-One Communication** หรือ **Asynchronous One-to-Many Communication** ด้วยระบบการส่งข้อความส่วนตัว (Private message, PM) ที่ให้บริการเฉพาะสมาชิกเว็บไซต์ ระบบการส่งข้อความส่วนตัวเป็นระบบเหมือนการส่งอีเมลที่ผู้ส่งสามารถส่งข้อความถึงผู้รับสารอีกคนหนึ่งหรือหลายคนได้ โดยใช้ชื่อผู้รับสาร (Account Name) แทนที่อยู่หรือที่อยู่อีเมล (E-mail address) นอกจากนี้เว็บไซต์ธรรมจักรยังมีบริการห้องสนทนาหรือห้องแชท(Chat rooms) ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าไปพูดคุยได้ในห้องแชทรวมด้วยการพิมพ์สนทนาโต้ตอบ เป็นรูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : **Synchronous One-to-Many Communication** ซึ่งผู้ส่งสารจะสื่อสารกับผู้รับสารหลายคนที่อยู่ในห้องแชทเดียวกัน แต่ห้องแชทของเว็บไซต์ธรรมจักรไม่มีรูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แบบพร้อมกัน : **Synchronous One-to-One Communication**

การปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ด

ในส่วนการปฏิสัมพันธ์ในหน้าเว็บไซต์ธรรมจักรในส่วนเว็บบอร์ด นอกจากจะเป็นการตั้ง/ตอบกระทู้/การส่งข้อความส่วนตัว (PM) ยังพบว่ามีปฏิสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง คือ การพิมพ์คำว่า “อนุโมทนา” หรือคำอื่นๆที่มีความหมายไปในทางเดียวกัน เช่น “โมทนา” “ สาธุอนุโมทามิ” “อนุโมทามิ” และยังสามารถแสดงการอนุโมทนาได้ด้วยปุ่ม “อนุโมทนา” ( อนุโมทนา) กับผู้ตั้งกระทู้ ผู้ที่เข้าเว็บบอร์ดสามารถมองเห็นว่ามีผู้มาอนุโมทนาบุญกับเจ้าของกระทู้กี่คนและใครบ้าง โดยปุ่มอนุโมนานี้จะขึ้นแสดงไว้ใต้ชื่อ-ข้อความ ของสมาชิกท่านอื่นๆ ข้อความ ยกเว้นชื่อ-ข้อความของตัวเอง กล่าวคือ ไม่สามารถทำการอนุโมทนาให้แก่ตนเองได้

จากการศึกษาพบว่าในกระทู้หนึ่ง ๆ จะมีผู้เข้ามากล่าว “อนุโมทนา” พอสมควร ทั้งในรูปแบบของการพิมพ์ในส่วนแสดงความคิดเห็นปกติและการกดปุ่ม จากการสังเกตพบว่ามีบางกระทู้ที่สร้างขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูล เป็นเนื้อหาแบบที่ไม่ต้องการความเห็น และเป็นเนื้อหาที่ไม่ก่อให้เกิดการถกเถียงในหมู่ชาวพุทธ เช่น กระทู้ “วู่วาม (หลวงปู่หล้า เขมปัตโต)” ที่กล่าวถึงความวู่วามที่เป็นโทษ

ตัวอย่างการแสดงความอนุโมทนา

🙏🙏🙏 ขออนุโมทนาอย่างยิ่งค่ะ 🙏🙏🙏

(โดย กุหลาบสีชา)

จะปรับปรุงตัวค่ะ สาธุ อนุโมทนาที่นำมาให้อ่านค่ะ

(โดย Hanako)

อนุโมทนา สาธุค่ะ 🙏

(โดยTaktay)

นอกจากการกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บไซต์ธรรมจักรจะแฝงนัยยะเชิงธรรมะแล้วยังแฝงนัยยะการแสดงตัวตนในเว็บไซต์อีกด้วย โดยเว็บบอร์ดธรรมจักรได้เก็บสถิติการอนุโมทนาและการได้รับการอนุโมทนาของสมาชิกแต่ละท่าน คล้ายการเล่นเกมส์สะสมคะแนน โดยแสดงผลไว้ที่รายละเอียดของสมาชิกคนนั้นๆ ตัวอย่างเช่น

“ให้การอนุโมทนา: 3 ครั้ง
ได้รับการอนุโมทนา: 1 ครั้ง”

ผู้ตั้งกระทู้สามารถรู้ว่าใครกดให้คะแนนบ้าง และจะแสดงผลคะแนนรวมชื่อเสียงใต้ชื่อของสมาชิกท่านนั้นๆ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าสมาชิกท่านใดตั้งกระทู้มากและมีคนให้ความสนใจแสดงการอนุโมทนาด้วยมาก

ตารางที่ 10 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ธรรมจักร

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
เมนูหลัก						
หนังสือธรรมะ				✓		
ดาวโหลดหนังสือ e-book				✓		
กล่องบทความ				✓		
บทความธรรมะ				✓		
บทความทั่วไป				✓		
บทสวดมนต์				✓		
ห้องสวดมนต์ออนไลน์				✓		
ฟังเสียงสวดมนต์				✓		
เสียงสวดมนต์				✓		
เสียงบรรยายธรรม				✓		
เพลงธรรมะ				✓		
ธรรมนิยาย				✓		
ฟังเสียงธรรม				✓		
ภาพการ์ตูนธรรมะ				✓		
นิทานธรรมะ				✓		
นิทานเซน				✓		
กฎแห่งกรรม				✓		
บทกวีธรรม				✓		
สมาธิ				✓		
การบวช				✓		
การรักษาศีล				✓		
ความรัก-ความผูกพัน				✓		
สาระน่ารู้						
พระไตรปิฎก				✓		
วันสำคัญทางศาสนา				✓		
สมเด็จพระสังฆราชไทย				✓		
ประวัติครูบาอาจารย์				✓		
ต้นไม้ในพระพุทธศาสนา				✓		

ตารางที่ 10 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ธรรมจักร (ต่อ)

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
แนะนำสถานที่ปฏิบัติธรรม				✓		
วัดและศาสนสถาน				✓		
วัดประจำรัชกาลที่ 1-9				✓		
ศาสนพิธี(ชาวพุทธควรรู้)				✓		
พุทธศาสนสุภาษิต				✓		
เมนูลัด						
เว็บบอร์ด		✓				✓
กลุ่มกิจกรรม						
ข่าวประชาสัมพันธ์				✓		
ภาพหายาก-ภาพกิจกรรม				✓		
ธรรมทาน				✓		
กลุ่มสนทนา						
สนทนาธรรมทั่วไป		✓		✓		✓
กฎแห่งกรรม		✓		✓		✓
สมาธิ-สติ		✓		✓		✓
อภิธรรม		✓		✓		✓
การสวดมนต์ คาถาและฟังธรรม		✓		✓		✓
การรักษาศีล-การบวช		✓		✓		✓
ความรัก-ผูกพัน-พลัดพราก		✓		✓		✓
กลุ่มสาระธรรม						
คลิปวีดีโอ				✓		
บทความธรรมะ				✓		
นิทานการ์ตูน				✓		
กลุ่มศาสนบุคคล						
พระพุทธเจ้า				✓		
พระอสีติมหาสาวก				✓		
พระภิกษุณี อุบาสก อุบาสิกา				✓		
ในหลวงกับพระสุปฏิปันโน				✓		
กลุ่มศาสนสถานและศาสนพิธี				✓		
พิธีกรรมทางศาสนา				✓		
ห้องสนทนา			✓			

เว็บไซต์ดีเอ็มซี www.dmc.tv

การนำเสนอของเว็บไซต์ดีเอ็มซี มีรูปแบบการสื่อสารส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : **Asynchronous One-to-Many Communication**


โดยผู้รับสารแต่ละคนสามารถเข้าไปดูข้อมูลได้ทุกหัวข้อโดยไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนในระบบ เช่น การเข้าไปดูคลิปวิดีโอต่างๆ อ่านบทความต่างๆที่มีในเว็บไซต์ และจากการศึกษายังพบว่าการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน:

Asynchronous One-to-Many Communication ผู้รับสารสามารถลงทะเบียนในระบบเพื่อเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ส่งสารได้ แต่ไม่สามารถโต้ตอบกับสมาชิกคนอื่นที่ลงทะเบียนในระบบได้ โดยพบในการให้บริการบันทึกการปฏิบัติธรรมออนไลน์

การสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในเว็บไซต์ดีเอ็มซี คือ รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน **Asynchronous Many-to-Many Communication** ในการนำเสนอรูปแบบเว็บบอร์ด โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปดูได้ทุกหัวข้อ แต่ถ้าผู้รับสารต้องการตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้เพื่อทำการสื่อสารในเว็บบอร์ด ผู้รับสารจำเป็นต้องลงทะเบียนสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์เพื่อเข้าสู่ระบบ จึงจะเริ่มเป็นผู้ส่งสารในเว็บบอร์ดได้ ในขณะที่เกี่ยวกับ การสื่อสารในเว็บบอร์ดยังมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน :

Asynchronous One-to-One Communication หรือ **Asynchronous One-to-Many Communication** ด้วยระบบการส่งข้อความส่วนตัว (Private message, PM) ที่ให้บริการเฉพาะสมาชิกเว็บไซต์ ระบบการส่งข้อความส่วนตัวเป็นระบบเหมือนการส่งอีเมลล์ที่ผู้ส่งหนึ่งคนสามารถส่งข้อความถึงผู้รับสารอีกคนหนึ่งหรือหลายคนได้ โดยใช้ชื่อผู้ส่งสาร(Account name) แทนที่อยู่หรือที่อยู่อีเมลล์ (Email address)

การปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ด

ในส่วนการปฏิสัมพันธ์ในหน้าเว็บไซต์ดีเอ็มซีในส่วนเว็บบอร์ด นอกจากจะเป็นการตั้ง/ตอบกระทู้/การส่งข้อความส่วนตัว (PM) ยังพบว่าการปฏิสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง คือ การกดปุ่มอนุโมทนาบุญ” () เมื่อกดแล้วจะเพิ่มพลังบุญให้กับผู้ที่ถูกให้การอนุโมทนาทันที ทั้งนี้เว็บบอร์ดดีเอ็มซีเพิ่งเปลี่ยนเป็นรูปแบบใหม่ โดยเว็บบอร์ดเดิมของดีเอ็มซีไม่มีปุ่มอนุโมทนา จึงมีผู้ที่ต้องการร่วมอนุโมทนาบุญ จึงพิมพ์คำว่า”อนุโมทนา”ในการตอบกระทู้ เมื่อเว็บบอร์ดใหม่มีปุ่มอนุโมทนาแล้ว ก็ไม่พบการพิมพ์ ”อนุโมทนา”ในการตอบกระทู้เว็บบอร์ดใหม่

การกดปุ่มอนุโมทนาบุญในเว็บไซต์ดีเอ็มซีได้เชื่อมโยงไปยังการแสดงตัวในโลกอินเทอร์เน็ตของสมาชิกเว็บบอร์ด เห็นได้จากการกดปุ่มอนุโมทนาบุญสัมพันธ์กับระบบพลังบุญของสมาชิกแต่ละคน เมื่อสมาชิกท่านใดได้รับการอนุโมทนาบุญ พลังบุญจะเพิ่มขึ้นทันที ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าสมาชิกท่านใดตั้งกระทู้มากและมีคนให้ความสนใจแสดงการอนุโมทนาด้วยมาก



ภาพที่ 20 แสดงพลังบุญหรือจำนวนครั้งการได้รับการอนุโมทนาในเว็บบอร์ด

ตารางที่ 11 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ดีเอ็มซี

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
<u>LIVE ดูทีวีออนไลน์</u>				✓		
<u>VIDEO</u>						
ก. DMC: วิดีโอธรรมะ DHAMMA VIDEO				✓		
ข. สมาธิและธรรมะ						
ทบทวนฝันในฝัน				✓		
วิธีฝึกสมาธิเบื้องต้น				✓		
โครงการอบรมพระ 1 แสนรูป				✓		
ธรรมะเพื่อประชาชน				✓		
ธรรมะศึกษา				✓		
คำวัด				✓		
Pearl of Inner Wisdom				✓		
Meditation for beginners				✓		
เดินไปสู่ความสุข				✓		
สุดยอดภาษากับมหาเปรียญ				✓		
มงคลชีวิต				✓		
ไปวัดไปวา				✓		
หลวงพ่อดอนปัญหา				✓		
แม่เมตตาประจำวัน				✓		
เรื่องเล่า เข้าถึงธรรม				✓		
พระธรรมเทศนา				✓		
เส้นทางบุญ				✓		
ใจใสใจสบาย				✓		

ตารางที่ 11 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์เอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
เวทีธรรม				✓		
โอวาทพระราชภาวนาวิสุทธิ				✓		
รังสรรค์ศรัทธา				✓		
ส่องธรรมะล้ำภษิต				✓		
ความฝันของพระเจ้าปเสนทิโกศล				✓		
ค. กฎแห่งกรรม						
กรณีศึกษา กฎแห่งกรรม (Case Study)				✓		
สู่ต่อไป				✓		
ชีวิตในสังสารวัฏ				✓		
กว่าจะถึงวันนี้				✓		
ง. ข่าว						
DMC News				✓		
New News				✓		
ศูนย์ข่าวต่างประเทศ				✓		
DMC News Sunday				✓		
ที่นี้ภูธร				✓		
DNN				✓		
จ.เยาวชน						
ขาดก 500 ขาดิ				✓		
V-Star ละครพินฟูศีลธรรมโลก				✓		
การ์ตูนบุญโต				✓		
ปฏิบัติบัตการกุกัก				✓		
Super Kids				✓		
V-Star News				✓		
IBS Time				✓		
คุณครูไอโกะ				✓		
ซูเปอร์เนอร์				✓		
ทำดีหนุทำได้				✓		
เก่งและดี				✓		
แต่มีสิริรุ่ง				✓		
คุณครูบอส				✓		

ตารางที่ 11 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
อาจารย์สหัสชัย ไข				✓		
จดหมายถึงตะวัน				✓		
อาจารย์เพิ่มพูน				✓		
Yuwa Planet				✓		
จ. วาไรตี้						
สกุ๊ปอัปเดต				✓		
ทันโลกทันธรรม				✓		
ผู้ออกแบบชีวิต				✓		
ข้อคิด รอบตัว				✓		
Smile World				✓		
DMC Variety				✓		
D-Star				✓		
เคลียร์คัตซ์เงิน season 2				✓		
คุยกันถูกคอ				✓		
นานาเทศนา				✓		
DMC Music				✓		
Relax & Alert				✓		
ธรรมะวาที				✓		
ช.กิจกรรม				✓		
ช.บุญพิธี				✓		
ณ.งานบุญวันอาทิตย์				✓		
ญ. Music VDO เพลงธรรมะ				✓		
ฎ. เรื่องสั้น				✓		
ฎ. มหาปุจฉนียาจารย์				✓		
ฐ. Meditation				✓		
ฑ. Law of Karma				✓		
ธรรมะ DHAMMA						
ธรรม กฎแห่งกรรม ข่าว ละคร หนังสือธรรมะ ทำบุญ กุศล บารมี				✓		
หนังสือธรรมะ ที่มีคำตอบ หลวง พ่อตอบปัญหา ธรรมะเพื่อ ประชาชน อยู่ในบุญ				✓		

ตารางที่ 11 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์เอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
ข่าวดี ข่าวด่วน ข่าวรอบโลก ประชาสัมพันธ์				✓		
Top of Week ทันโลกทันธรรม ข้อคิด แนะนำเรื่องเด่น				✓		
ชาดก ทศชาติ พุทธประวัติ สมาธิ ธรรมะ				✓		
ปรโลกนิวส์ Case Study กฎ แห่งกรรม				✓		
MEDITATION				✓		
สมาธิ				✓		
WEBBOARD		✓				✓
ABOUT DMC				✓		

เว็บไซต์ฟังธรรม (www.fungdham.com)

การนำเสนอของเว็บไซต์ฟังธรรมมีรูปแบบการสื่อสารเพียงรูปแบบเดียว คือ การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : **Asynchronous One-to-Many Communication** โดยผู้รับสารทุกคนสามารถเข้าไปดูและดาวน์โหลดเนื้อหาข้อมูลได้ทุกส่วนของเว็บไซต์โดยไม่ต้องทำการลงทะเบียน

ตารางที่ 12 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์ฟังธรรม

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
สารบัญหลัก						
เสียงธรรม (จากครูบาอาจารย์)				✓		
หนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน				✓		
คลิปวิดีโอ				✓		
การ์ตูน				✓		
รายการโทรทัศน์				✓		
เกม+Flash				✓		
สารคดี+คลิปทั่วไป				✓		
นิยาย				✓		

ตารางที่ 12 รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์พุทธธรรม (ต่อ)

หัวข้อ	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
บทความธรรมะ				✓		
คาถา-บทสวดมนต์				✓		
เสียงสวดมนต์				✓		
กฎแห่งกรรม				✓		
สถานที่ปฏิบัติธรรม				✓		
แหล่งแจกหนังสือธรรมะ				✓		
รวมแหล่งทำบุญ-มูลนิธิ				✓		
สารบัญย่อ						
โหลดเพลง				✓		
วิทยุ-คลื่นธรรมะ				✓		
ประวัติพระพุทธเจ้า				✓		
พระไตรปิฎก				✓		
พุทธสุภาสิต				✓		
วันสำคัญ				✓		
คำคม (มงคล 38 ประการ)				✓		
นิทานพื้นบ้าน				✓		
นิทานอีสป				✓		

ส่วนที่ 3 ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

เว็บไซต์พลังจิต www.palungjit.com

เว็บไซต์พลังจิตเป็นเว็บไซต์ที่มีข้อมูลธรรมะเป็นจำนวนมาก ทั้งในส่วนที่เว็บไซต์เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาเองและในส่วนที่เปิดโอกาสให้สมาชิกเว็บไซต์ตั้งกระทู้และนำเสนอเนื้อหาต่างๆได้ โดยอิสระภายใต้กฎ กติกาที่เว็บไซต์ตั้งไว้ เนื้อหาธรรมะที่น่าสนใจถูกแบ่งไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน ให้ค้นหาเรื่องที่สนใจได้ง่าย

ประเด็นเนื้อหาที่พบในเว็บไซต์พลังจิตแบ่งออกได้เป็นกลุ่มใหญ่ได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ เนื้อหาทั่วไป เนื้อหาข่าวสารวงการศาสนา เนื้อหาหลักธรรมคำสอน และเนื้อหาหลักปฏิบัติ จากการศึกษาเว็บไซต์พลังจิต พบว่าเนื้อหากลุ่มหลักธรรมคำสอนมีมากที่สุด รองลงมาเป็นเนื้อหากลุ่มหลักปฏิบัติ อันดับสามคือ เนื้อหากลุ่มเนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป และสุดท้ายคือ เนื้อหากลุ่มข่าวสารวงการธรรมะ กล่าวโดยละเอียด คือ

- เนื้อหากลุ่มหลักธรรม ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พระไตรปิฎก หลักธรรมทั่วไป กฎแห่งกรรม การทำบุญ นิพพาน
 - พบเนื้อหากลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ พระไตรปิฎก เสียงธรรม คลิปวีดีโอ หลวงพ่อฤาษีลิงดำ พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์ จุไรทองเที่ยวดวงดาว เว็บไซต์ แชนเสียง และวิทยุพลังจิต
- เนื้อหากลุ่มหลักปฏิบัติ ซึ่งมีเนื้อหาประเภท บทสวดมนต์และคาถา การรักษาศีล การทำสมาธิ และการทำกรรมฐาน
 - พบเนื้อหากลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ เสียงธรรม คลิปวีดีโอ หลวงพ่อฤาษีลิงดำ หลักสูตรอภิญญาหก คู่มือการฝึกพระกรรมฐาน จุไรทองเที่ยวดวงดาว เว็บไซต์ แชนเสียง และวิทยุพลังจิต
- เนื้อหากลุ่มเนื้อหาพระพุทธรักษาทั่วไป ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พุทธประวัติ วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม วันสำคัญทางศาสนา พุทธพจน์พุทธสุภาษิต คำศัพท์พุทธศาสนา ประวัติพระสงฆ์ และชื่อ-ขायวัดอุ้มงคล
 - พบเนื้อหาดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ เสียงธรรม พจนานุกรมไทย-อังกฤษ ตลาดพระ วัดไทยทั่วโลก หลวงพ่อฤาษีลิงดำ หลักสูตรอภิญญาหก พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์ และเว็บไซต์
- เนื้อหากลุ่มข่าวสารวงการธรรมะพบในหัวข้อต่างๆ ซึ่งมีเนื้อหาประเภท ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา ข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์และข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด
 - พบว่ามีคำแนะนำเสนอในหัวข้อเว็บไซต์

ตารางที่ 13 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พลังจิต (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน				หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด / สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวิทูมคฺคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การกัมมัญญ	นิพพาน	มกสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ
หลวงพ่อบุญรอด		✓									✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
หลักสูตรปริญญาโท															✓			✓
คู่มือการฝึกพระกรรมฐาน																		✓
พุทธศาสนาจากพระโอษฐ์				✓							✓	✓	✓	✓				
จุไรทองเที่ยวดวงดาว											✓	✓	✓	✓			✓	✓
หมวดทั่วไปและชุมชนพลังจิต																		
เว็บบอร์ด		✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
แชทเสียง (Voice Chat)										✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
วิทยุพลังจิต											✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓

เว็บไซต์ธรรมจักร www.dhammadownload.com

เว็บไซต์ธรรมจักรมีข้อมูลเนื้อหาด้านธรรมะเป็นจำนวนมาก ทั้งเนื้อหาด้านคำสอนทางพระพุทธศาสนา ศาสนพิธีและข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ความโดดเด่นของเว็บไซต์ธรรมจักรคือการนำเสนอบทความธรรมะที่เนื้อหาไม่ล้นเกินเกินไป เป็นบทความแปลธรรมะที่เป็นประโยชน์ที่สามารถประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันได้ อีกทั้งเว็บไซต์ธรรมจักรมีการให้บริการเว็บบอร์ดด้วย ดังนั้นสมาชิกเว็บไซต์จึงสามารถตั้งกระทู้เพื่อเพิ่มเนื้อหาต่างๆเข้าไปในเว็บไซต์ได้ เนื้อหาข้อมูลธรรมะต่างๆได้ถูกจัดเป็นหมวดหมู่ชัดเจนเพื่อให้ค้นหาได้ง่ายตามความสนใจ

ประเด็นเนื้อหาที่พบในเว็บไซต์ธรรมจักรมี 4 กลุ่ม ได้แก่ เนื้อหาทั่วไป ข่าวสารวงการศาสนา หลักธรรมคำสอน และหลักปฏิบัติ จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์ธรรมจักร นำเสนอเนื้อหา **กลุ่มหลักธรรมคำสอนมากที่สุด** รองลงมาเป็น **เนื้อหากลุ่มหลักปฏิบัติ** อันดับสามคือ **เนื้อหากลุ่มพระพุทธศาสนาทั่วไป** และสุดท้ายเป็น **เนื้อหาข่าวสารวงการธรรมะ** กล่าวโดยละเอียดคือ

- เนื้อหากลุ่มหลักธรรมคำสอน ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พระไตรปิฎก หลักธรรมทั่วไป กฎแห่งกรรม การทำบุญ นิพพาน
 - พบเนื้อหากลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อบทความธรรมะ หัวข้อบทความทั่วไป หัวข้อเสียงธรรม หัวข้อบทกวีธรรม เว็บบอร์ด รวมไปถึงการสนทนาในห้องแชท
- เนื้อหากลุ่มหลักปฏิบัติ ซึ่งมีเนื้อหาประเภท บทสวดมนต์และคาถา การรักษาศีล การทำสมาธิ และการทำกรรมฐาน
 - พบเนื้อหากลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อบทความธรรมะ หัวข้อหนังสือธรรมะ หัวข้อดาวนิโหลดหนังสือ e-book หัวข้อเสียงธรรม หัวข้อเสียงบรรยายธรรมะ และ เว็บบอร์ด
- เนื้อหากลุ่มพระพุทธศาสนาทั่วไป ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พุทธประวัติ วัด/สถานปฏิบัติธรรม วันสำคัญทางศาสนา พุทธพจน์ คำศัพท์พุทธศาสน์และประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง
 - พบเนื้อหากลุ่มดังกล่าว ในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อหนังสือธรรมะ หัวข้อบทความธรรมะ หัวข้อบทความทั่วไป หัวข้อเสียงบรรยายธรรม หัวข้อเสียงธรรม หัวข้อภาพการ์ตูนธรรมะ หัวข้อบทความต่างๆและเว็บบอร์ด
- เนื้อหากลุ่มข่าวสารวงการธรรมะ ซึ่งมีเนื้อหาประเภท ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา ข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์และข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด
 - พบเนื้อหาดังกล่าวในเว็บไซต์ ห้องย่อยข่าวประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 14 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ธรรมจักร(ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ข่าวยัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทธสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
พระภิกษุณี อุบาสก อุบาสิกา						✓													
ในหลวงกับพระสุปฏิปันโน						✓													
กลุ่มศาสนสถานและศาสนพิธี																			
พิธีกรรมทางศาสนา			✓																
ห้องสนทนา (Chatroom)										✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	

เว็บไซต์ดีเอ็มซี www.dmc.tv

เว็บไซต์ดีเอ็มซีมีเนื้อหาและข้อมูลธรรมะเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นช่องทางเสริมที่รับข้อมูลมาจากสถานีโทรทัศน์จานดาวเทียม DMC ที่ออกอากาศทุกวันและมีรายการสด คือ รายการอนุบาลฝันในฝันออกอากาศทุกวัน ดังนั้นเว็บไซต์ดีเอ็มซีได้จัดเนื้อหาธรรมะไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจนตามเนื้อหา ตามชื่อรายการและเรียงตามวันที่โดยเฉพาะรายการอนุบาลฝันในฝันย้อนหลังวันต่อวัน

ประเด็นเนื้อหาที่พบในเว็บไซต์ดีเอ็มซีแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ เนื้อหาทั่วไป ข่าวสารวงการศาสนา หลักธรรมคำสอน และ หลักปฏิบัติ จากการศึกษาเว็บไซต์ดีเอ็มซีพบว่า นำเสนอเนื้อหาในกลุ่มหลักธรรมคำสอนมีมากที่สุด รองลงมาเป็นเนื้อหาในกลุ่มหลักข่าวสารวงการศาสนาและกลุ่มหลักปฏิบัติ และอันดับสุดท้ายคือ เนื้อหาในกลุ่มเนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป กล่าวโดยละเอียด คือ

- เนื้อหาในกลุ่มหลักธรรมคำสอน ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พระไตรปิฎก หลักธรรมทั่วไป กฎแห่งกรรม การทำบุญ นิพพาน
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อLiveดูทีวีออนไลน์, หัวข้อVIDEO, หัวข้อธรรมะ DHAMMA VIDEO และรายการต่างๆในหัวข้อนี้ ได้แก่ สมมติและธรรมะ กฎแห่งกรรม เขวชน วาไรตี้, งานบุญวันอาทิตย์, Music VDO เพลงธรรมะ, เรื่องสั้น มหาปุชนียาจารย์, Meditation, Law of Karma หัวข้อธรรมะ DHAMMA หัวข้อ Webboard และหัวข้อ About DMC
- เนื้อหาในกลุ่มหลักข่าวสารวงการศาสนา ซึ่งมีเนื้อหาประเภท ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา ข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์และข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อข่าวกิจกรรมและภาพจากโครงการต่างๆของวัดพระธรรมกาย พบในรายการข่าว เช่น รายการ DMC News และพบภาพกิจกรรมข่าวกิจกรรมโครงการของวัดในรายการวาไรตี้และกิจกรรมต่างๆ เช่น รายการวาไรตี้สู้ต่อไป รายการชีวิตในสังฆสารวัฏ รายการกว่าจะถึงวันนี้ รายการ V-Star News รายการIBS Time รายการทำดีหนูทำได้ รวมไปถึงภาพกิจกรรมที่แทรกในรายการต่างๆ เช่น ในรายการทบทวนอนุบาลฝันในฝัน
- เนื้อหาในกลุ่มหลักปฏิบัติ ซึ่งมีเนื้อหาประเภท บทสวดมนต์และคาถา การรักษาศีล การทำสมาธิ และการทำกรรมฐาน
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อVIDEO รายการต่างๆในหัวข้อนี้ ได้แก่ ทบทวนฝันในฝัน, วิธีฝึกสมาธิเบื้องต้น, ธรรมะศึกษา, Pearl of Inner Wisdom, Meditation for beginners, แผ่เมตตาประจำวัน,

เรื่องเล่า ถึงกรรม, ซุปเปอร์เอน, แต้มสีรุ้ง หัวข้อย่อ งานบุญวันอาทิตย์,
หัวข้อย่อ Music VDO เพลง, หัวข้อย่อ มหาปูชนียาจารย์, หัวข้อย่อ
Meditation, หัวข้อย่อ Law of Karma, หัวข้อ กรรมะ Dhamma, หัวข้อ
Meditation, หัวข้อสมาธิ, และหัวข้อ Weboard



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน				หลักปฏิบัติ				
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทธวดและศาสดาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
มงคลชีวิต											✓								
ไปวัดไปวา		✓																	
หลวงพ่อดาบ์ปัญหา											✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
แม่เมตตาประจำวัน													✓		✓		✓		
เรื่องเล่า เข้าถึงธรรม											✓	✓	✓	✓			✓		
พระธรรมเทศนา											✓								
เส้นทางบุญ											✓		✓						
ใจใสใจสบาย											✓								
เวทิตธรรม											✓								
โอวาทพระราชภาวนาวิสุทธิ											✓								
วังสวรรค์รักษา						✓					✓								
ส่องธรรมะล้ำภามิต				✓							✓								
ความฝันของพระเจ้าปเสนทิโกศล											✓								
ค. กฎแห่งกรรม																			
กรณีศึกษา กฎแห่งกรรม (Case Study)											✓	✓	✓						

ตารางที่ 15 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ					
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์	ชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายา	วัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทธวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
ผู้ต่อไป											✓		✓	✓	✓						
ชีวิตในสังสารวัฏ											✓		✓	✓	✓						
กว่าจะถึงวันนี้											✓		✓	✓	✓						
ง. ข่าว																					
DMC News									✓	✓	✓										
New News									✓	✓	✓										
ศูนย์ข่าวต่างประเทศ									✓	✓	✓										
DMC News Sunday									✓	✓	✓										
ทันกูธร		✓									✓										
DNN									✓	✓											
จ.เยาวชน																					
ชาตค 500 ชาตค												✓	✓	✓	✓	✓					
V-Star ละครพื้นที่ศิลปกรรมโลก													✓		✓						
การ์ตูนบุญโต													✓		✓						
ปฏิบัติบัติการทุกก๊ก													✓		✓						
Super Kids													✓		✓						

ตารางที่ 15 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป						ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ				
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวัดกุ่มงคต	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทธสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
V-Star News									✓										
IBS Time									✓										
คุณครูไอโกะ											✓								
ซูเปอร์เนเร				✓						✓	✓				✓				
ทำดีหนูทำได้									✓				✓						
เก่งและดี											✓								
แต้มสิ่รุ่ง											✓	✓	✓		✓	✓	✓		
คุณครูบอส											✓								
อาจารย์สหัสชัย ไว											✓								
จดหมายถึงตะวัน													✓						
อาจารย์เพิ่มพูน											✓								
Yuwa Planet											✓								
จ. วาไรตี้																			
สกุ๊ปอัปเดต									✓										
ทันโลกทันธรรม											✓								
ผู้ออกแบบชีวิต									✓		✓	✓	✓						

ตารางที่ 15 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา				กิจกรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ขานามวัดถ้ำมุงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การกัมมัญญ	นิพพาน	มทสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน	
ข้อคิด รอบตัว											✓	✓	✓	✓						
Smile World									✓											
DMC Variety									✓											
D-Star									✓											
เคเลียร์คัตซ์เจน season 2									✓											
คุยกันอุกคอง									✓		✓		✓							
นานาเทศนา									✓		✓		✓							
DMC Music											✓									
Relax & Alert									✓											
ธรรมะวาที					✓															
ช.กิจกรรม									✓											
ช.บุญพิธี									✓											
ณ.งานบุญวันอาทิตย์									✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
ณ. Music VDO เพลงธรรมะ									✓		✓		✓		✓	✓	✓			
ฎ.เรื่องสั้น	✓		✓							✓	✓	✓	✓	✓						

ตารางที่ 15 ประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจในเว็บไซต์เอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	มทสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
ภ.มหาปุชฌีนาจารย์											✓		✓	✓	✓	✓	✓		
ฐ.Meditation									✓		✓				✓		✓		
ท.Law of Karma									✓		✓	✓	✓				✓		
ธรรมะ DHAMMA																			
ธรรม กฎแห่งกรรม ข่าว ละคร หนังสือธรรมะ ทำบุญ กุศล บารมี	✓										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
หนังสือธรรมะ ที่มีคำตอบ หลวงพ่อตอบปัญหา ธรรมะเพื่อประชาชน อยู่ในบุญ	✓										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
ข่าวดี ข่าวค่วน ข่าวรอบโลก ประชาสัมพันธ์									✓										
Top of Week ทันโลกทันธรรม ข้อคิด แนะนำเรื่องเด่น			✓															✓	
ชาดก ทศชาติ พุทธประวัติ สมานธิ ธรรมะ	✓		✓	✓					✓						✓	✓	✓		
ปรโลกนิวส์ Case Study กฎแห่งกรรม											✓	✓	✓	✓					

ตารางที่ 15 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ดีเอ็มซี (ต่อ)

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป						ข่าวสารวงการศาสนา				หลักธรรมคำสอน				หลักปฏิบัติ				
	พุทธประวัติ	วัด/สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ขานวัดกุ่มงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทธวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
<u>MEDITATION</u>																		✓	
<u>สมาธิ</u>																		✓	
<u>WEBBOARD</u>									✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓		
<u>ABOUT DMC</u>						✓					✓	✓							

เว็บไซต์พุทธธรรม www.fungdham.com

เว็บไซต์พุทธธรรมมีเนื้อหาธรรมะเป็นจำนวนมาก โดยแบ่งตามรายชื่อพระอาจารย์เป็นส่วนใหญ่ โดยมีทั้งเนื้อหาในรูปแบบของหนังสือออนไลน์และไฟล์เสียง และได้รวบรวมหนังสือธรรมะในรูปแบบเสียงอ่านไว้เป็นจำนวนมาก

ประเด็นเนื้อหาที่พบในเว็บไซต์พุทธธรรมแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ เนื้อหาทั่วไป ข่าวสารวงการศาสนา หลักธรรมคำสอน และ หลักปฏิบัติ จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์พุทธธรรมนำเสนอเนื้อหาในกลุ่มหลักธรรมคำสอนมากที่สุด รองลงมาเป็นเนื้อหาในกลุ่มหลักปฏิบัติ อันดับสามคือเนื้อหาในกลุ่มพระพุทธรักษาทั่วไป และสุดท้ายเป็นเนื้อหาในกลุ่มข่าวสารวงการศาสนา กล่าวโดยละเอียด คือ

- เนื้อหาในกลุ่มหลักธรรมคำสอน ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พระไตรปิฎก หลักธรรมทั่วไป กฎแห่งกรรม การทำบุญและนิพพาน
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อเสียงธรรม (จากครูบาจารย์), หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน, หัวข้อคลิปวิดีโอ, หัวข้อนิยาย, หัวข้อบทความธรรมะ, หัวข้อกฎแห่งกรรม, หัวข้อโหลดเพลง, หัวข้อวิทยุ-คลื่นธรรมะ, หัวข้อพระไตรปิฎก, หัวข้อคำคม (มงคล 38 ประการ), หัวข้อนิทานพื้นบ้านและหัวข้อนิทานอีสป
- เนื้อหาในกลุ่มหลักปฏิบัติ ซึ่งมีเนื้อหาประเภท บทสวดมนต์และคาถา การรักษาศีล การทำสมาธิและการทำกรรมฐาน
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อเสียงธรรม (จากครูบาอาจารย์), หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน, หัวข้อคลิปวิดีโอ, หัวข้อบทความธรรมะ, หัวข้อคาถา-บทสวดมนต์, หัวข้อเสียงสวดมนต์, หัวข้อโหลดเพลง และหัวข้อวิทยุ-คลื่นธรรมะ
- เนื้อหาในกลุ่มพระพุทธรักษาทั่วไป ซึ่งมีเนื้อหาประเภท พุทธประวัติ วัด/สถานปฏิบัติธรรม วันสำคัญทางศาสนา พุทธพจน์ คำศัพท์พุทธศาสน์และประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อดังต่อไปนี้ หัวข้อเสียงธรรม (จากครูบาจารย์), หัวข้อหนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน, หัวข้อสถานที่ปฏิบัติธรรม, หัวข้อรวมแหล่งทำบุญ-มูลนิธิ, หัวข้อประวัติพระพุทธรเจ้า, หัวข้อพุทธสุภาษิต และหัวข้อวันสำคัญ
- เนื้อหาในกลุ่มข่าวสารวงการศาสนา ซึ่งมีเนื้อหาประเภท ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา ข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์และข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด
 - พบเนื้อหาในกลุ่มดังกล่าวในหัวข้อเดียวคือ หัวข้อแหล่งแจกหนังสือธรรมะ

ตารางที่ 16 ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์ผังธรรม

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป						ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ				
	พุทธประวัติ	วัดสถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทธวดและศาสดาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
สารบัญหลัก																			
เสียงธรรม (จากครูบาอาจารย์)						✓				✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
หนังสือธรรมะ+เสียงอ่าน	✓									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
คลิปวิดีโอ																			
การ์ตูน											✓	✓	✓						
รายการโทรทัศน์										✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
เกม+Flash											✓								
สารคดี+คลิปทั่วไป										✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
นิยาย											✓	✓	✓	✓					
บทความธรรมะ										✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	
คาถา-บทสวดมนต์															✓				

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์

เว็บไซต์พลังจิต www.palungjit.com

จากรูปแบบพื้นฐานของเว็บไซต์พลังจิตที่มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ในรูปแบบของเว็บบอร์ด ดังนั้นผู้ที่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกเว็บไซต์มีโอกาสได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารหรือมีส่วนร่วมร่วมกับเว็บไซต์มากขึ้น โดยการตั้งกระทู้ได้อย่างอิสระภายใต้กฎกติกาของเว็บไซต์ นอกจากการเป็นผู้รับสารด้วยการอ่านแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นเว็บบอร์ดพลังจิตจึงเป็นพื้นที่ให้สมาชิกได้พูดคุยสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา รวมไปถึงการประกาศข่าวสาร งานบุญต่างๆในเว็บบอร์ดเพื่อสื่อสารกับคนจำนวนมาก ด้วยรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ส่งสารได้อย่างอิสระเช่นนี้ ผู้วิจัยพบว่าทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์ ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศโดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง และ การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศโดยการเชื่อมโยงเข้ากับ **Social Media** ที่กำลังเข้ามามีบทบาทในสังคมและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

1. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง

จากการศึกษาพบว่าการตั้งกระทู้แจ้งข่าวเกี่ยวกับงานบุญต่างๆ กระทู้เกี่ยวกับการระดมกำลังไปร่วมทำบุญยังสถานที่ต่างๆ และมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมนั้นจริง เช่น กระทู้ในห้องประชาสัมพันธ์ “ไถ่ชีวิตโค-กระบือ” โดย pinkpink ตั้งกระทู้เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2552 กระทู้นี้เชิญชวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ประเภทนี้พบว่า มีการแจ้งข่าวใหม่อย่างสม่ำเสมอ และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในโลกความจริง เช่น การโอนเงินสมทบทำบุญ

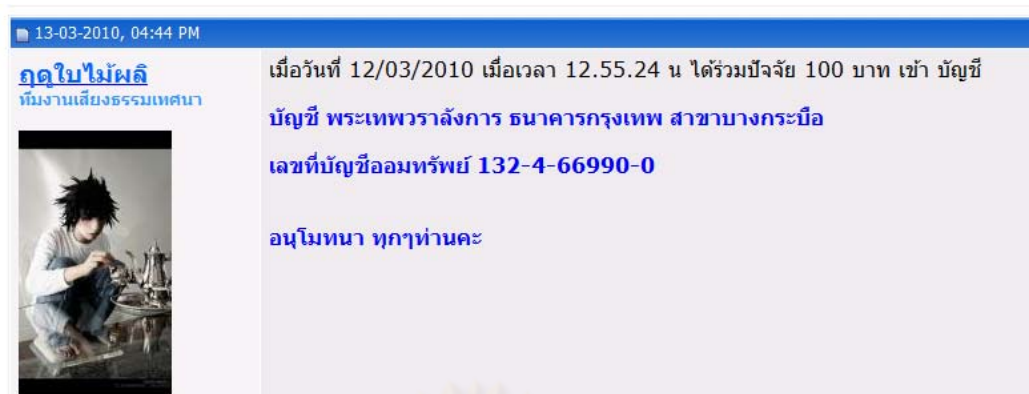
13-03-2010, 02:37 PM

pinkpink
สมาชิก

วันที่สมัคร: Dec 2009
ข้อความ: 524
Groans: 1
Groaned at 12 Times in 4 Posts
ได้ให้อนุโมทนา: 3,324
ได้รับอนุโมทนา 4,955 ครั้ง ใน 497 โฟส
พลังการโพสคะแนน: 313

รายงานความคืบหน้า การไถ่ชีวิต โค-กระบือ
เดือน มีนาคม 2553
ที่วัดพระศรีมหาธาตุ บางเขน
เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2553
ไถ่ชีวิตโค - กระบือ 25 ตัว
โดยส่งไปให้เกษตรกรที่จังหวัดขอนแก่น

สมาชิก 27 คน ได้กล่าว "อนุโมทนา" กับคุณ pinkpink ในข้อความที่เขียนด้านบน



ภาพที่ 21 การเข้าร่วมกิจกรรมที่แจ้งข่าวในเว็บบอร์ด

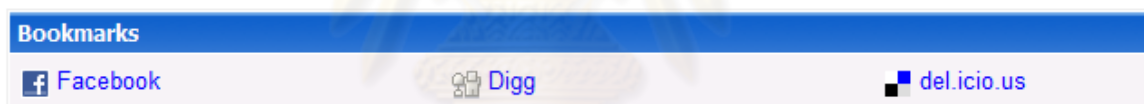
2. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน
จากการศึกษาเว็บไซต์พลังจิต ไม่พบว่ามี การเชื่อมโยงดังกล่าว
3. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงเข้ากับ **Social Media**
 - การเชื่อมโยงกับ Facebook

เชื่อมโยงกับชื่อบัญชี Facebook ของผู้ใช้เว็บไซต์

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์พลังจิตทำระบบให้เชื่อมโยงกับ Facebook ซึ่งเป็น Social Media ที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั่วโลก โดยผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลส่วนตัวจาก Facebook (เช่นรูป Profile picture) เข้ากับชื่อบัญชีที่สมัครไว้กับเว็บไซต์พลังจิตได้ และข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงใน Social Media ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงอัตโนมัติในชื่อบัญชีของเว็บไซต์พลังจิต อีกทั้งผู้ใช้เว็บไซต์ยังสามารถแบ่งปันบทความหรือกระทู้ที่น่าสนใจให้กับเพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายของตนเองใน Facebook ได้โดยง่ายด้วยการกดปุ่ม Bookmark ที่อยู่ท้ายสุดของกระทู้ เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้า Facebook ซึ่งทำได้สะดวก

The screenshot shows a web application interface. At the top right, there is a login section with a red border. It contains a 'User Name' input field, a 'Password' input field with masked characters, a 'จดจำ?' checkbox, and a 'เข้าระบบ' button. Below these is a 'Connect with Facebook' button. The main content area is titled 'ข้อความจากบอร์ด' and contains a message about login issues. Below the message is a login form with 'User Name:' and 'Password:' fields, a 'จดจำ?' checkbox, and buttons for 'เข้าระบบ', 'Reset Fields', and 'Connect with Facebook'. A red box highlights the 'Connect with Facebook' button in the login form.

ภาพที่ 22 เว็บไซต์พลังจิตที่สามารถเชื่อมโยงกับบัญชีของ
Social Media:Facebook



ภาพที่ 23 Bookmark ที่สามารถแบ่งปันลิงค์และเชื่อมโยงไปยัง
Social Media:Facebook

หน้า Facebook : Profile page ของเว็บไซต์พลังจิต

พบว่าบัญชีชื่อของเว็บไซต์พลังจิตใน Facebook ซึ่งนับได้ว่าเป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องราวของเว็บไซต์พลังจิตเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง รวมไปถึงคุณลักษณะพิเศษของ Facebook ที่สามารถแจ้งข่าวหรืออัปเดตข้อมูลได้ง่ายและสะดวกกว่าการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด เพราะการโพสต์ข้อความหรือลิงค์ใดๆจะอัปเดตไปยังหน้าเว็บไซต์ส่วนบุคคล (Wall) ของคนที่เชื่อมเครือข่ายกัน (Add Friend) โดยอัตโนมัติ ไม่จำเป็นต้องมาที่หน้าเว็บ อีกทั้ง Facebook ยังให้บริการโพสต์ภาพธรรมะต่างๆ การวางลิงค์ การส่งข่าวไปยังผู้อื่น การอัปโหลดวิดีโอ และการทำให้ผู้อื่นมีส่วนรวมโดยการติดชื่อที่ภาพ (Tagged photo) ส่วนใหญ่ Facebook ของเว็บไซต์พลังจิตนำเสนอ ลิงค์หรือบทความที่น่าสนใจจากเว็บไซต์ ปัจจุบันเครือข่าย Social Media ของเว็บไซต์พลังจิตมีผู้เข้าร่วมเครือข่ายทั้งสิ้น 167 คน (ณ เดือนมกราคม 2554)

facebook Search

เว็บพลังจิต Palungjit (Buddhism)

Wall Info Photos

Share: Post Photo Link Video

Filters

เว็บพลังจิต Palungjit

ประมวลภาพปริบวชเนกขัมมะ รุ่น ๓ วัดท่าขนุน โดย เว็บพลังจิต - PalungJit.com
board.palungjit.com
ประมวลภาพปริบวชเนกขัมมะ รุ่น ๓ วัดท่าขนุน โดย เว็บพลังจิต หลวงที่เล็ก

Wednesday at 9:19pm · Like · Comment · Share

4 people like this.

Write a comment...

เว็บพลังจิต Palungjit

<http://board.palungjit.com/f218/5-minute-introduction-to-buddhism-168448.html>
board.palungjit.com

Wednesday at 9:14pm · Like · Comment · Share

เว็บพลังจิต Palungjit

สุดยอด "พระผู้ทรงจำพระไตรปิฎก" ของโลก - PalungJit.com
board.palungjit.com
สุดยอด "พระผู้ทรงจำพระไตรปิฎก" ของโลก ชาวพุทธศาสนา

Wednesday at 9:13pm · Like · Comment · Share

Genggy Babo likes this.

Write a comment...

RECENT ACTIVITY

เว็บพลังจิต edited his About Me and Religious Views. · Like · Comment

Information

Religious Views:
Buddhism

Website:
<http://palungjit.com/>

Friends

99 friends See All

Krisana Arunthom Yuwanart Sinbowornsed 소시영정수진

Gently Real น้า กาน้ำชา Nitradee Cheevach aroenchai

สุพรรณภูมิ รักพลพลวง Pupe Chakrit Parhathai Sabangban

ภาพที่ 24 หน้าแรก Facebook: Profile Page ของเว็บไซต์พลังจิต

เว็บไซต์ธรรมจักร www.dhammajak.com

การนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ของเว็บไซต์ธรรมจักรแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนหลักๆคือ ส่วนที่เป็นบทความในหน้าเว็บไซต์ และบทความที่อยู่ในรูปแบบเว็บบอร์ดที่เปิดโอกาสให้สมาชิกของเว็บไซต์สามารถตั้งกระทู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆได้ รวมไปถึงการประกาศข่าวสาร งานบุญต่างๆในเว็บบอร์ดเพื่อสื่อสารกับคนจำนวนมาก และในเว็บบอร์ดยังมีการแบ่งห้องจัดหมวดหมู่ตามเนื้อหากระทู้ต่างๆ ด้วยรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ส่งสารได้อย่างอิสระนี้เอง ผู้วิจัยพบว่าทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารใน เว็บไซต์ธรรมจักร คือ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง

1. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์ธรรมจักรมีเว็บบอร์ดห้อง “ข่าวประชาสัมพันธ์” โดยเฉพาะ เพื่อประกาศข่าวงานบุญ โครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เช่น กระทำ “เชิญร่วมสร้างกุฏิ ธรรมฐาน-ชื่อแฝงโซล่าเซลล์วัดเขาน้อยสามัคคี” โดย tom5599 , กระทำ “ขอเชิญร่วมเป็นเจ้าของ สร้างพระปางลีลาตามกำลังศรัทธา ” โดย พระดร.นิตินัย อุดมกัน , กระทำ “ชื่อที่ดินตารางเมตรละ 50 บาท เพื่อทำถนนเข้าวัดและโรงเรียน” โดย ออมสิน จากการประกาศข่าวในเว็บบอร์ด นำไปสู่ กิจกรรมที่เชื่อมโยงและเกิดประโยชน์ในโลกความจริง

Re: ชื่อที่ดินตารางเมตรละ ๕๐ บาท เพื่อทำถนนเข้าวัดและโรงเรียน
 โดย ออมสิน เมื่อ 30 ธ.ค. 2010, 10:56

รายนามเจ้าภาพชื่อที่ดินเพื่อทำถนนเข้าวัดและโรงเรียน

๒๖๕. ๑๘/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๓๐๐ บาท
 ๒๖๕. ๑๙/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑,๖๐๐ บาท
 ๒๖๖. ๑๙/๑๑/๕๓ เบิกเงินเพื่อนำมาตั้งเป็นกองทุน ๘๔,๐๐๐ บาท
 ๒๖๗. ๒๒/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๘๐ บาท
 ๒๖๘. ๒๓/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๐ บาท
 ๒๖๙. ๒๔/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๕๐๐ บาท
 ๒๗๐. ๒๖/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๙๖๐ บาท
 ๒๗๑. ๒๘/๑๑/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๙๙ บาท
 ๒๗๒. ๐๑/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๐ บาท
 ๒๗๓. ๐๑/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๒๐๐ บาท
 ๒๗๔. ๐๑/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๔๐๐ บาท
 ๒๗๕. ๐๕/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๒,๐๐๐ บาท
 ๒๗๖. ๐๕/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๕๐ บาท
 ๒๗๗. ๐๕/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๐ บาท
 ๒๗๘. ๐๖/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๓๐๐ บาท
 ๒๗๙. ๑๑/๑๒/๕๓ คุณกรีน บุรีจิตตินันท์ ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๕๐๐ บาท
 ๒๘๐. ๑๓/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๒,๒๒๒ บาท
 ๒๘๑. ๑๓/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๔๐๐ บาท
 ๒๘๒. ๑๕/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๖๐๐ บาท
 ๒๘๓. ๑๗/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๐ บาท
 ๒๘๔. ๑๘/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๕.๕๕ บาท
 ๒๘๕. ๒๐/๑๒/๕๓ คุณตะวัน ศรีสุริยชัย ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๐ บาท
 ๒๘๖. ๒๒/๑๒/๕๓ เบิกเงินออกมาจำนวน ๙,๐๐๐ บาท เพื่อนำมาซื้ออุปกรณ์เครื่องดนตรีบริเวณที่ถนนแยกตัว จำนวน ๓ คันรถสิบล้อ ๆ ละ ๓,๐๐๐ บาท
 ๒๘๗. ๒๒/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑๐๐ บาท
 ๒๘๘. ๒๓/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๑,๐๐๐ บาท
 ๒๘๙. ๒๙/๑๒/๕๓ ผู้ไม่ประสงค์ออกนาม ร่วมเป็นเจ้าของภาพ ๒๐๐ บาท

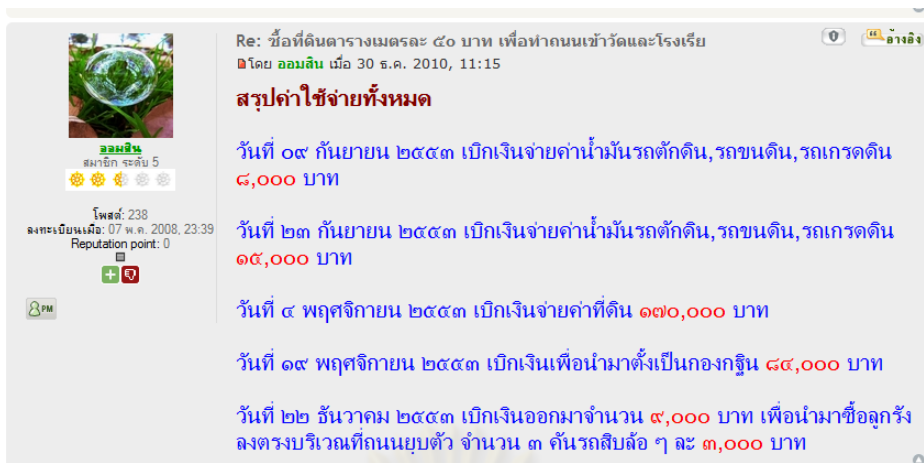
เงินบริจาคที่ยังคงเหลืออยู่ในสมุดบัญชีธนาคาร

ณ วันที่ ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๓ เวลา ประมาณ ๑๔.๑๕ น.

รวมเป็นเงิน ๑,๘๖๕.๘๗ บาท

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 25 กระทำประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เชื่อมโยงไปสู่โลกชีวิตจริง



ภาพที่ 25 ภาพกระทู้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เชื่อมโยงไปสู่โลกชีวิตจริง
: การรายงานความคืบหน้าของโครงการ

2. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน
จากการศึกษาเว็บไซต์ธรรมจักร ไม่พบว่าการเชื่อมโยงดังกล่าว
3. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงเข้ากับ **Social Media**
จากการศึกษาเว็บไซต์ธรรมจักร ไม่พบว่าการเชื่อมโยงดังกล่าว

เว็บไซต์ดีเอ็มซี www.dmc.tv

จากลักษณะของเว็บไซต์ดีเอ็มซีที่เป็นส่วนหนึ่งของช่องทางการสื่อสารของวัดพระธรรมกายที่มีช่องทางการสื่อสารทางสถานีโทรทัศน์จานดาวเทียมเป็นสื่อหลักอยู่แล้ว เว็บไซต์ดีเอ็มซีจึงมีลักษณะเป็นช่องทางการสื่อสารเสริมของวัดในการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆของวัด และสำหรับติดตามรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง ดูรายการสดทางออนไลน์รวมถึงการเป็นคลังข้อมูลเก็บคลิปวิดีโอรายการที่ได้ออกอากาศไปแล้ว

ด้วยรูปแบบลักษณะองค์กรของวัดพระธรรมกายที่มีการจัดตั้งเป็นรูปแบบองค์กรชัดเจน และมีสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักขององค์กรอยู่แล้ว รวมไปถึงกิจกรรมและโครงการต่างๆที่วัดจัดขึ้นเป็นประจำ ผู้วิจัยพบว่าทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซด์ 3 แบบ ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงเข้ากับ **Social Media**

1. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง

จากการศึกษาพบว่าเว็บไซต์ดีเอ็มซีถูกใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆของวัดอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอเพื่อให้คนทราบข่าวและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของวัด โดยข่าวประชาสัมพันธ์ที่ออกมาทั้งหมดล้วนเป็นข่าวสารและโครงการจากวัด ทั้งกิจกรรมประจำสัปดาห์ของวัด เช่น งานบุญวันอาทิตย์ โครงการปฏิบัติธรรมประจำเดือน การสอบนักธรรม และโครงการพิเศษ เช่น โครงการบวชอุปาสิกาแก้วหน่ออ่อน โครงการตักบาตรพระ 1 ล้านรูป และกิจกรรมทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาที่วัดจัดขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบคลิปวิดีโอ สั้นๆและบทความ เห็นได้จากหน้า Intro Page ก่อนเข้าสู่หน้าหลักของเว็บไซต์ดีเอ็มซี จะพบว่ามี การนำเสนอภาพโครงการและกิจกรรมที่กำลังดำเนินการของวัดพระธรรมกาย ควบคู่ไปกับ รายการเด่นที่ออกอากาศล่าสุด รวมไปถึงการนำเสนอคลิปวิดีโอการนั่งสมาธิ อีกทั้งยังพบว่ามี การแทรกประชาสัมพันธ์โครงการสำคัญๆในรายการอนุบาลฝันในฝันเสมอ



ภาพที่ 27 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางศาสนาในหน้าintroของเว็บไซต์

2. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน

เว็บไซต์ดีเอ็มซีมีการเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน 2 ชนิด คือ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ

- สื่อโทรทัศน์

จากการศึกษาเว็บไซต์ดีเอ็มซีทำให้ทราบว่าเว็บไซต์ดีเอ็มซีเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากช่องสถานีโทรทัศน์จานดาวเทียมช่อง DMC ที่ดำเนินกิจกรรมอยู่ก่อนแล้วจึงเกิดเว็บไซต์ขึ้นมาภายหลัง โดยเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมรายการต่างๆ ธรรมชาติของสื่อต่างๆ ความคืบหน้าโครงการต่างๆ ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ไปแล้ว ดังนั้นเว็บไซต์ดีเอ็มซีจึงเชื่อมโยงกับสื่อโทรทัศน์ทั้งหมด

โดยนับว่าเว็บไซต์เป็นสื่อรองจากสื่อโทรทัศน์ และยังเป็นสื่อทางเลือกเห็นได้จากบริการดูโทรทัศน์ออนไลน์ และบริการในลักษณะ TV on Demand หรือ Live Streaming หนังสือพิมพ์ The Telegraph⁶ ได้อธิบายว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หลายรายได้จัดทำบางรายการให้สามารถรับชมได้ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมักเป็นรายการที่ได้ออกอากาศไปแล้ว โดยเรียกว่า TV on-demand คือ รายการโทรทัศน์ที่ผู้รับชมสามารถดาวน์โหลดมาชมได้เองในเวลาที่ต้องการหรือเป็นรายการโทรทัศน์ผู้ให้บริการบางรายให้บริการการรับชมได้โดยตรงจากหน้าเว็บไซต์ ที่เรียกว่าระบบ Live Streaming หรือ VDO Streaming ซึ่งคลังความรู้ ศูนย์สารสนเทศ กรมชลประทาน⁷ ได้อธิบายว่า ระบบ Live Streaming เป็นการถ่ายโอนข้อมูลภาพและเสียงผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องรอให้โหลดวีดีโอเสร็จทั้งไฟล์ และสามารถดูการถ่ายทอดวีดีโอผ่านหน้าเว็บไซต์ ซึ่งวีดีโออาจจะเป็นไฟล์ที่ถูกถ่ายเก็บไว้หรือเป็นการถ่ายทอดสดก็ได้ ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล เพื่อเผยแพร่ข้อมูลได้เป็นอย่างดี

เว็บไซต์ดีเอ็มซีได้ให้บริการทั้ง TV on Demand และ Live Streaming โดยคลิปวีดีโอที่อยู่ในเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นแบบ Live Streaming คือ สามารถดูได้ทันทีในหน้าเว็บ และหากต้องการเก็บไว้ดูก็สามารถดาวน์โหลดได้ รวมถึง Live Streaming แบบรายการถ่ายทอดสดจากสถานีโทรทัศน์จานดาวเทียมที่ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁶ What is TV on demand?, [Online] 18 January 2011, Retrieved from

www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/tv-on-demand/3708498/What-is-TV-on-demand.html

⁷ คลังความรู้ ศูนย์สารสนเทศ กรมชลประทาน , [Online] 18 January 2011, Retrieved from

http://kmcenter.rid.go.th/kcitic/2009/index.php?option=com_content&view=article&id=14:-vdo-streaming&catid=5:2009-08-21-10-12-56&Itemid=9

- สื่อวิทยุ

สืบเนื่องจากการให้บริการ Live Streaming/VDO Streaming ที่เชื่อมโยงกับสื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ดีเอ็มซียังได้จัดให้มีการถ่ายทอดเสียงรายการโทรทัศน์จากช่อง DMC ไปยังสถานีวิทยุออนไลน์ที่ฟังจากหน้าเว็บไซต์และเชื่อมสัญญาณไปยังสถานีวิทยุอื่นๆ ได้อีกด้วย



ภาพที่ 28 หน้ารายการถ่ายทอดสด Live Streaming จากเว็บไซต์

3. การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงเข้ากับ Social Media

นอกจากเว็บไซต์ดีเอ็มซีจะเป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงกับสถานีโทรทัศน์งานดาวเทียมแล้ว ยังได้ขยายการติดต่อสื่อสารไปยังเว็บไซต์ Social Media ที่เติบโตอย่างรวดเร็วและได้รับความนิยมอย่างมากในเวลาอันรวดเร็ว ภายในช่วงปี 2552 ถึง 2554 และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเว็บไซต์ดีเอ็มซีได้เชื่อมโยงเข้ากับ Social Media 2 ชนิด คือ Facebook และ Twitter

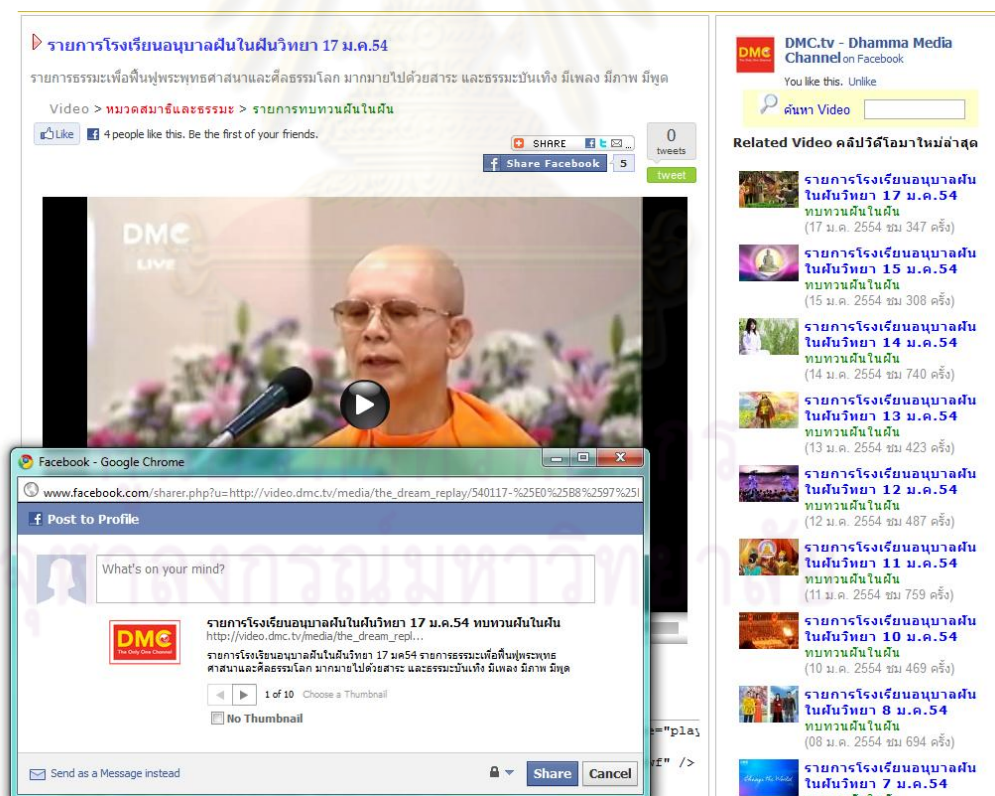
● การเชื่อมโยงกับ Facebook

เชื่อมโยงกับชื่อบัญชี Facebook ของผู้ใช้เว็บไซต์

ในเว็บไซต์ดีเอ็มซีได้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เชื่อมโยงกับชื่อบัญชีของตนเองใน Facebook ได้ โดยจะเห็นว่าไม่ป้อนให้ Login ที่ผู้ใช้สามารถเลือกได้ว่าจะ Login ด้วยชื่อบัญชีที่สมัครกับเว็บไซต์ดีเอ็มซีหรือ Login ด้วยชื่อบัญชี Facebook



เมื่อ Login ด้วยชื่อบัญชี Facebook แล้ว ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถแบ่งปัน (Share) บทความหรือวิดีโอให้กับเพื่อนๆที่มีบัญชี Facebook ได้ทันทีโดยไม่ต้องคัดลอก และวาง Link เพียงกดปุ่ม Share ก็จะมีหน้าต่าง pop-up box ขึ้นมาให้เพิ่มความเห็นสั้นๆ และสามารถแบ่งปันเนื้อหาที่ต้องการได้ทันที



ภาพที่ 29 การ Share บทความหรือลิงค์ไปยัง Social Media : Facebook โดย pop-up box

หน้า Fan Page ของ DMC.tv-Dhamma Media Channel

นอกจากการเชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์ดีเอ็มซีและ Facebook แล้วสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม DMC และเว็บไซต์ดีเอ็มซี ยังได้สร้างหน้า Fan Page อย่างเป็นทางการของตนเองขึ้นเพื่อเป็นอีกช่องทางที่จะติดต่อและส่งข่าวและเชื่อมโยงกับผู้ใ้เลื่อมใสศรัทธาวัดพระธรรมกายในระบบ Social Network โดยหน้า Fan Page นี้ชื่อ “DMC.tv-Dhamma Media Channel” ผู้ที่สนใจจะติดตามต้องกดปุ่ม “Like” ณ วันที่ทำการศึกษา 18 มกราคม 2554 มีผู้ติดตาม 5,555 คน

หน้า Fan Page ของ DMC.TV นำเสนอคลิปวิดีโอธรรมะหรือบทความธรรมะต่างๆ โดยบทความที่เลือกมานำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นภาษาอังกฤษ ด้วยรูปแบบของ Social Media ทำให้ผู้ที่ติดตามสามารถแสดงความคิดเห็นต่อคลิปวิดีโอหรือบทความนั้นๆได้โดยอิสระกว่าการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด เพราะไม่มีกฎกติกา แต่ผู้ที่ดูแล Fan Page สามารถตั้งค่า (Settings) ในการเข้ามาตั้งโพสต์ (Post) และสามารถเข้ามาลบข้อความที่เห็นว่าไม่เหมาะสมออกได้ โดย Fan Page DMC.tv ได้ตั้งค่าไม่อนุญาตให้ผู้ติดตามตั้งโพสต์ได้ ทำได้เพียงใส่ความเห็นเพิ่มเติมจากวิดีโอหรือบทความเท่านั้น

ภาพที่ 30 หน้าแรก Facebook:Fan Page ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี

• การเชื่อมโยงกับ Twitter

เชื่อมโยงกับชื่อบัญชี Twitter ของผู้ใช้เว็บไซต์

เว็บไซต์ดีเอ็มซีได้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์ได้แบ่งปันเนื้อหาในเว็บไซต์ไปยังเพื่อนที่ใช้ Social Media Twitter ได้โดยสะดวก เพียงกดปุ่ม Share ก็จะขึ้นหน้าต่าง pop-up box ให้ พร้อมทั้งข้อความและลิงค์ของหัวข้อนั้นๆ ผู้ใช้เพียงกดปุ่ม Tweet เพื่อทำการส่งข้อความออก



ภาพที่ 31 การ Share บทความหรือลิงค์ไปยัง Social Media : Twitter

ชื่อบัญชี Twitter ของ DMC.tv-Dhamma Media Channel

นอกจากการเชื่อมโยง Twitter เข้ากับเว็บไซต์ดีเอ็มซีแล้ว ยังพบว่าเว็บไซต์ดีเอ็มซีมีชื่อบัญชี (Account Name) ของตนเอง โดยใช้ชื่อว่า @dmc072 และ @DMCNews เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนอเนื้อหารายการต่างๆของเว็บไซต์ดีเอ็มซีและกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย ชื่อบัญชีทั้ง 2 บัญชีมีลักษณะการดำเนินงานและเนื้อหาที่ทวีตต่างกัน โดย @dmc072 ทวีตบทความธรรมะและบทความสาระอื่นๆและลิงค์เชื่อมโยงไปยังบทความ ตัวอย่างข้อความที่ทวีต ได้แก่ “วัดพุทธนอร์ธโรน-เวสต์ฟาลเลน ประเทศเยอรมันนี้ได้ประกอบพิธีบูชาข้าวพระ <http://dlvr.it/DcG3l>”, “บุพกรรมใดที่ทำให้มีพ่อติดสุราและยากจน <http://dlvr.it/DcG3d>” และ @DMCNews ทวีตข่าวสารการศึกษาธรรมะและประชาสัมพันธ์ข่าวทำบุญของวัดพระธรรมกาย ตัวอย่างข้อความที่ทวีต ได้แก่

“ศึกษาธรรมะผ่านดาวเทียมทั่วโลก www.dmc.tv ศึกษาเรียนรู้ธรรมะระบบทางไกลทั่วโลก ศึกษาที่ม.ธรรมกายแคลิฟอร์เนีย(DOU)หลักสูตรประกาศนียบัตร.ป.ตรี-โท” , “19ม.ค.ครบ 102ปีคุณยายฯ6.00น.ตักบาตรฉลองพระใหม่ณอุโบสถวัดพระธรรมกาย10.45น.ถวายผ้าไตร-ถวายภัตตาหารณหอฉันคุณยายฯอ.คลองหลวงจ.ปทุมธานี”



ภาพที่ 32 หน้าแรก Twitter @dmc072 ของเว็บไซต์เอ็มซี



ภาพที่ 33 หน้าแรก Twitter @DMCNews ของเว็บไซต์เอ็มซี

เว็บไซต์ฟังก์ธรรม www.fungdham.com

จากการศึกษาเว็บไซต์ฟังก์ธรรมไม่พบการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง, การใช้ประโยชน์เว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์โดยการเชื่อมโยงกับ Social Media



ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยผู้ใช้

สืบเนื่องจากการศึกษาลักษณะ รูปแบบ เนื้อหา และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศของเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในบทที่ 4 ผู้วิจัยศึกษาต่อไปยังการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ดังกล่าวของผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนา ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลวิจัยจากแบบสอบถาม โดยวิธีเก็บแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 223 คน

โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตารางประกอบคำบรรยาย โดยใช้โครงคำถามจากแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) และการศึกษาของโรซาลินด์ ฮาคเกตต์ มีจุดประสงค์เพื่อทราบถึงการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากมุมมองผู้ใช้จริง

ผลการวิจัยด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยผู้ใช้สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ใช้ตามลักษณะทางสังคมประชากร

เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 227 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 51.54 เป็นเพศชายจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 44.93 และเพศที่สามจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.76 (ดูตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ร้อยละ	จำนวน (คน)
ชาย	44.93	102
หญิง	51.54	117
เพศที่สาม	1.76	4
ไม่แสดงความเห็น	1.76	4
รวม	100	227

อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 227 คน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 40.97 รองลงมาอยู่ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 (ดูตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	ร้อยละ	จำนวน (คน)
น้อยกว่า 20 ปี	5.29	12
21 – 30 ปี	40.97	93
31 – 40 ปี	20.70	47
41 – 50 ปี	16.30	37
51 – 60 ปี	5.29	12
60 ปีขึ้นไป	1.32	3
ไม่แสดงความเห็น	10.13	23
รวม	100	227

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำจัดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุ โดยอ้างอิงการพัฒนาการของมนุษย์ตามช่วงอายุ¹ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 0 – 30 ปี เป็นกลุ่มช่วงอายุที่ 1 จัดเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ตอนต้น มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 51.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี เป็นกลุ่มช่วงอายุที่ 2 จัดเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยผู้ใหญ่ มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มช่วงอายุที่ 3 จัดเป็นกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตวัยผู้ใหญ่จนถึงวัยสูงอายุ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 25.49 (ดูตาราง 19)

ตารางที่ 19 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามเกณฑ์อายุ

อายุ	ร้อยละ	จำนวน (คน)
กลุ่มช่วงอายุที่ 1 (0-31ปี)	51.47	105
กลุ่มช่วงอายุที่ 2 (31 – 40 ปี)	23.04	47
กลุ่มช่วงอายุที่ 3 (41 ปีขึ้นไป)	25.49	52
รวม	100	204

ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 227 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 56.83 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 24.23 (ดูตารางที่ 20)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ สุชา จันทน์เอม , จิตวิทยาพัฒนาการ , กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2536 (น. 2-3)

ตารางที่ 20 แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ร้อยละ	จำนวน (คน)
ประถมศึกษา	0.44	1
มัธยมศึกษาต้น	0.88	2
มัธยมศึกษาปลาย	5.73	13
อนุปริญญา	6.17	14
ปริญญาตรี	56.83	129
ปริญญาโท	24.23	55
ปริญญาเอก	3.52	8
ไม่แสดงความเห็น	2.20	5
รวม	100	227

ระดับความสนใจในพระพุทธศาสนา

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 227 คน ส่วนใหญ่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาในระดับมาก จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 33.92 และมีความสนใจในระดับมากที่สุด มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 30.84 (ดูตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 แสดงความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับความสนใจในพระพุทธศาสนา

ระดับความสนใจในพระพุทธศาสนา	ร้อยละ	จำนวน (คน)
มากที่สุด	30.84	70
มาก	33.92	77
ปานกลาง	27.75	63
น้อย	3.96	9
น้อยที่สุด	1.32	3
ไม่แสดงความเห็น	2.20	5
รวม	100	227

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาธรรมะ

พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน

สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวันมากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย = 3.69) และ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เปิดรับเนื้อหาธรรมะมากเป็นอันดับสอง (ค่าเฉลี่ย = 3.45) ส่วนสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.19 และสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 2.56 (ดูตาราง 22)

ตารางที่ 22 แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน

สื่อ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	สรุปผล
สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)	ร้อยละ	9.09	12.44	16.27	24.4	37.8	3.69
	จำนวน	19	26	34	51	79	มาก
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	ร้อยละ	7.66	13.4	22.97	37.8	18.18	3.45
	จำนวน	16	28	48	79	38	มาก
สื่อบุคคล (พระสงฆ์)	ร้อยละ	19.32	22.22	27.54	22.22	8.7	2.79
	จำนวน	40	46	57	46	18	ปานกลาง
สื่อโทรทัศน์ (เทป/ซีดี)	ร้อยละ	29.76	20.98	19.02	19.02	11.22	2.61
	จำนวน	61	43	39	39	23	ปานกลาง
สื่อโทรทัศน์ (รายการโทรทัศน์)	ร้อยละ	16.18	30.88	37.25	12.25	3.43	2.56
	จำนวน	33	63	76	25	7	น้อย
สื่อวิทยุกระจายเสียง (สถานีวิทยุ)	ร้อยละ	35.44	30.58	19.9	7.77	6.31	2.19
	จำนวน	73	63	41	16	13	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.88
							ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81-2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับธรรมะในชีวิตประจำวัน แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาโดยแบ่งตามช่วงอายุ พบว่า ความถี่ในการใช้สื่อในแต่ละช่วงอายุไม่แตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับ 1 และใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากเป็นอันดับ 2 (ดูตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 แสดงเปรียบเทียบความถี่ในการใช้สื่อเพื่อเปิดรับธรรมะในชีวิตประจำวัน แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

สื่อธรรมะในชีวิตประจำวัน	ช่วงอายุที่ 1 (0-30 ปี)		ช่วงอายุที่ 2 (31-40 ปี)		ช่วงอายุที่ 3 (41 ปีขึ้นไป)	
	ค่าเฉลี่ย	(อันดับ)	ค่าเฉลี่ย	(อันดับ)	ค่าเฉลี่ย	(อันดับ)
สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)	3.08	(1)	3.98	(1)	3.69	(1)
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	2.98	(2)	3.7	(2)	3.37	(2)
สื่อบุคคล (พระสงฆ์)	2.43	(3)*	2.6	(3)	2.75	(4)
สื่อโทรทัศน์ (เทป/ซีดี)	2.00	(5)	2.57	(4)	2.92	(3)
สื่อโทรทัศน์ (รายการโทรทัศน์)	2.43	(3)*	2.23	(5)	2.40	(5)
สื่อวิทยุกระจายเสียง (สถานีวิทยุ)	1.77	(6)	2.15	(6)	2.33	(6)

*มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน จึงจัดให้อยู่อันดับเดียวกัน

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อธรรมะในชีวิตประจำวันแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

จากตารางที่ 23 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับเนื้อหาธรรมจากสื่อแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่าการเปิดรับเนื้อหาธรรมะจากสื่อแตกต่างกันตามช่วงอายุต่าง ๆ อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ มีดังนี้

- ในการเปิดรับธรรมะด้วยสื่ออินเทอร์เน็ตมีผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ในการเปิดรับธรรมะด้วยสื่อสิ่งพิมพ์มีผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ในการเปิดรับธรรมะด้วยสื่อโทรทัศน์มีผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3 มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ในการเปิดรับธรรมะด้วยสื่อวิทยุกระจายเสียงมีผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3 มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน
แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

การเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)	3.08 ^a	3.98 ^b	3.69 ^c	6.41	0.002*	b>a
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	2.98 ^a	3.70 ^b	3.37 ^c	4.76	0.010*	b>a
สื่อบุคคล (พระสงฆ์)	2.43	2.60	2.75	0.94	0.391	
สื่อโทรทัศน์ (เทป/ซีดี)	2.00 ^a	2.00 ^b	2.57 ^c	8.04	0.000*	c>a
สื่อโทรทัศน์ (รายการโทรทัศน์)	2.43	2.23	2.40	0.45	0.638	
สื่อวิทยุกระจายเสียง (สถานีวิทยุ)	1.77 ^a	2.15 ^b	2.33 ^c	3.97	0.020*	c>a

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 22-24 ผู้วิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมการเปิดรับสื่อธรรมะในชีวิตประจำวันได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 และสื่อสิ่งพิมพ์เป็นอันดับสอง ในการใช้เปิดรับเนื้อหาธรรมะในทุกกลุ่มช่วงอายุ อีกทั้งในกลุ่มช่วงอายุที่ 2 และ 3 ใช้สื่อต่างๆ เพื่อเปิดรับเนื้อหาธรรมะมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มช่วงอายุที่ 1

ทักษะในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะเป็นส่วนใหญ่ โดยมีปริมาณในการใช้ทักษะการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับเนื้อหาธรรมะออนไลน์จากเว็บไซต์โดยวิธีการอ่านบทความธรรมะออนไลน์จากเว็บไซต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.65 รองลงมาคือ ฟังธรรมะออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 19.05 และลำดับสุดท้ายคือการดูคลิปเทศนาออนไลน์จากเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 7.19 (ดูตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ปริมาณในการใช้ทักษะการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ต

ทักษะการเปิดรับเนื้อหาธรรมะ		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
อ่านบทความธรรมะออนไลน์/ จากเว็บไซต์	ร้อยละ	13.64	21.72	64.65	100
	จำนวน	27	43	128	198
ฟังธรรมออนไลน์/จากเว็บไซต์	ร้อยละ	39.46	41.50	19.05	100
	จำนวน	58	61	28	147
ดูคลิปธรรมะคลิปเทศนาออนไลน์/ จากเว็บไซต์	ร้อยละ	50.30	42.51	7.19	100
	จำนวน	84	71	12	167

ทักษะในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

จากตารางที่ 25 ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุที่ใช้สื่อในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะ ไม่พบว่ามี ความแตกต่างตามช่วงอายุที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 2.061, sig. = 0.72) กล่าวคือ ทุกช่วงอายุเปิดรับสื่อด้วยการอ่านบทความธรรมะออนไลน์มากที่สุด รองลงมาเป็นการเปิดรับด้วยการฟังธรรมออนไลน์ และเปิดรับด้วยการดูคลิปเทศนาออนไลน์เป็นอันดับสุดท้าย (ดูตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ทักษะในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ทักษะการเปิดรับเนื้อหาธรรมะ			จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	อ่านบทความธรรมะออนไลน์	ฟังธรรมออนไลน์	ดูคลิปธรรมะออนไลน์			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	57	13	6	76	2.06	0.72
	(75)	(17.1)	(7.9)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	29	6	4	39		
	(74.4)	(15.4)	(10.3)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	30	8	1	39		
	(76.9)	(20.5)	(2.6)	(100)		
รวม	116	27	11	154		
	(75.3)	(17.5)	(7.1)	100		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ต

ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้บริการต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตอยู่ที่ระดับการใช้ “ใช้บางครั้ง” โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 2.66 โดยบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บ่อย คือการค้นหาข้อมูลทางการศึกษา / อาชีพ / ความรู้ทั่วไป (ค่าเฉลี่ย = 4) รองลงมาคือ การใช้รับ-ส่งอีเมล (E-mail) (ค่าเฉลี่ย = 3.84) อันดับ 3 คือ การใช้ส่งข้อมูล/download/ upload ข้อมูลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.67) และการใช้ติดตามข่าวสารใน Social Network (ค่าเฉลี่ย = 3.51) (ดูตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต

บริการในอินเทอร์เน็ต		ไม่เคย	นาน ๆ ครั้ง	บางครั้ง	บ่อยพอสมควร	เป็นประจำ	สรุปผล
ใช้ค้นหาข้อมูลทางการศึกษา / อาชีพ / ความรู้ทั่วไป	ร้อยละ	0.93	3.26	25.58	35.35	34.88	4 บ่อย พอสมควร
	จำนวน	2	7	55	76	75	
ใช้รับ-ส่งอีเมล (E-mail)	ร้อยละ	3.72	8.37	24.65	26.98	36.28	3.84 บ่อย พอสมควร
	จำนวน	8	18	53	58	78	
ใช้ส่งข้อมูล/download/ upload ข้อมูลต่างๆ	ร้อยละ	5.24	11.43	22.86	31.9	28.57	3.67 บ่อย พอสมควร
	จำนวน	11	24	48	67	60	
ใช้ติดตามข่าวสารใน Social Network (Facebook, Twitter, อื่นๆ)	ร้อยละ	15.87	11.54	13.94	23.08	35.58	3.51 บ่อย พอสมควร
	จำนวน	33	24	29	48	74	
ใช้ติดตามข่าวสารบ้านเมือง	ร้อยละ	9.91	12.74	31.6	27.36	18.4	3.32 บางครั้ง
	จำนวน	21	27	67	58	39	
ใช้แสดงความเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ เช่น การใช้ Webboard	ร้อยละ	17.31	28.85	24.52	17.79	11.54	2.77 บางครั้ง
	จำนวน	36	60	51	37	24	
ใช้สนทนากับเพื่อนผ่านโปรแกรมแชท : MSN, G-Talk, Skype หรือ โปรแกรมอื่นๆ	ร้อยละ	26.34	19.02	24.88	13.66	16.1	2.74 บางครั้ง
	จำนวน	54	39	51	28	33	

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการใช้บริการด้านต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต

บริการในอินเทอร์เน็ต		ไม่ เคย	นาน ๆ ครั้ง	บาง ครั้ง	บ่อยพอ สมควร	เป็น ประจำ	สรุปผล
ใช้ฟังเพลงดู มิวสิควิดีโอ	ร้อยละ	27.14	24.29	22.86	17.14	8.57	2.56 นาน ๆ ครั้ง
	จำนวน	57	51	48	36	18	
	จำนวน	91	45	34	19	13	
ใช้ดูหนัง ดูรายการโทรทัศน์ ย้อนหลัง	ร้อยละ	29.38	24.64	24.64	16.11	5.21	2.43 บางครั้ง
	จำนวน	62	52	52	34	11	
ใช้เล่นเกมส์	ร้อยละ	45.05	22.28	16.83	9.41	6.44	2.1 นาน ๆ ครั้ง
ใช้ซื้อ-ขายสินค้า/ประมูลสินค้า	ร้อยละ	58.25	21.36	9.22	7.28	3.88	1.77 ไม่เคยเลย
	จำนวน	120	44	19	15	8	
ใช้สนทนาในห้องแชท (Chatroom)	ร้อยละ	65.67	17.91	9.45	3.98	2.99	1.61 ไม่เคยเลย
	จำนวน	132	36	19	8	6	
ทำเว็บไซต์ของตนเอง	ร้อยละ	74.63	11.22	7.32	1.95	4.88	1.51 ไม่เคยเลย
	จำนวน	153	23	15	4	10	
ใช้เขียนไดอารี่ออนไลน์ เขียน บล็อก(Blog)	ร้อยละ	77.94	10.78	6.86	3.43	0.98	1.39 ไม่เคยเลย
	จำนวน	159	22	14	7	2	
ค่าเฉลี่ยรวม							2.66 บางครั้ง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ไม่เคยเลย 1.81-2.60 หมายถึง นาน ๆ ครั้ง 2.61-3.40 หมายถึง บางครั้ง 3.41-4.20 หมายถึง บ่อยพอสมควร และ 4.21-5.00 หมายถึง เป็นประจำ

พฤติกรรมการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ตแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

จากตารางที่ 27 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่ามีบางกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติแตกต่างกันตามช่วงอายุต่างๆอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ได้แก่ กิจกรรมทางศาสนาดังต่อไปนี้

- การใช้บริการด้านโซเชียลติดตามข่าวสารใน Social Network (Facebook, Twitter, อื่นๆ) เป็นบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 ใช้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3
- การใช้บริการด้านการสนทนากับเพื่อนผ่านโปรแกรมแชท : MSN, G-Talk, Skype หรือ โปรแกรมอื่นๆ เป็นบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 ใช้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3
- การใช้บริการเล่นเกมส์ เป็นบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 ใช้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3
- การใช้บริการด้านดูหนัง ดูรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง เป็นบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 ใช้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3
- การใช้บริการด้านฟังเพลงดู มิวสิควีดีโอ เป็นบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 ใช้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 (ดูตารางที่ 20)

ดังนั้นจากตารางที่ 28 สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตในการเล่นมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสาร ติดตามข่าวสาร และใช้เป็นสื่อบันเทิงที่เข้ามาแทนการดูโทรทัศน์ (ดูตารางที่ 28)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมใช้บริการในอินเทอร์เน็ตแบ่งตามเกณฑ์อายุ

บริการต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
ใช้ค้นหาข้อมูลทางการศึกษา / อาชีพ / ความรู้ทั่วไป	3.92	4.22	3.84	2.37	.09	
ใช้ติดตามข่าวสารบ้านเมือง	3.31	3.40	3.16	0.44	.64	
ใช้ส่งข้อมูล/download/ upload ข้อมูลต่างๆ	3.87 ^a	3.68 ^b	3.33 ^c	3.58	.03	a>c
ใช้ติดตามข่าวสารใน Social Network (Facebook, Twitter, อื่นๆ)	4.01 ^a	3.32 ^b	2.63 ^c	17.40	.00*	a>b,c
ใช้สนทนากับเพื่อนผ่านโปรแกรมแชท : MSN, G-Talk, Skype หรือ โปรแกรมอื่นๆ	2.97 ^a	2.67 ^b	2.27 ^c	4.30	.02*	a>c
ใช้สนทนาในห้องแชท (Chatroom)	1.76	1.60	1.39	1.99	.14	
ใช้รับ-ส่งอีเมล (E-mail)	3.73	4.16	3.71	2.54	.08	
ใช้แสดงความเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ เช่น การใช้Webboard	2.78	3.12	2.58	2.45	.09	
ทำเว็บไซต์ของตนเอง	1.50	1.73	1.38	1.20	.30	
ใช้เขียนไดอารี่ออนไลน์ เขียนบล็อก(Blog)	1.39	1.43	1.45	0.08	.93	
ใช้ซื้อ-ขายสินค้า /ประมูลสินค้า	1.82	1.93	1.63	.830	.44	
ใช้เล่นเกม	2.50 ^a	1.72 ^b	1.59 ^c	12.30	.00*	a>b,c
ใช้ดูหนัง ดูรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง	2.85 ^a	2.14 ^b	2.00 ^c	10.90	.00*	a>b,c
ใช้ฟังเพลงดู มิวสิควีดีโอ	2.99 ^a	1.91 ^b	1.73 ^c	21.89	.00*	a>b,c

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตกับธรรมชาติ

พฤติกรรมการทำกิจกรรมธรรมชาติในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ในภาพรวม พบว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำในเว็บไซต์อยู่ในระดับปานกลาง พฤติกรรมที่ทำมากเป็นอันดับ 1 คือ การเข้าไปหาอ่านธรรมชาติ คำสอนต่างๆ ในเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย = 3.45) รองลงมาคือ การเข้าไปหาอ่านธรรมชาติ คำสอนต่างๆ ใน Webboard ในเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ยที่ = 3.18) (ดูตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์เกี่ยวกับธรรมะ

กิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	สรุปผล
ท่านมักจะเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในเว็บไซต์	ร้อยละ	15.1	11.46	17.19	25.52	30.73	3.45
	จำนวน	29	22	33	49	59	มาก
ท่านมักจะเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในWebboardใน เว็บไซต์	ร้อยละ	17.62	17.1	18.65	23.32	23.32	3.18
	จำนวน	34	33	36	45	45	ปานกลาง
ท่านมักเข้าไปหาความรู้เกี่ยวกับการ ทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม ในเว็บไซต์ธรรมะ	ร้อยละ	21.24	15.54	21.76	20.21	21.24	3.05
	จำนวน	41	30	42	39	41	ปานกลาง
ท่านมักจะเข้าไปหาฟัง/ดาวน์โหลด ไฟล์เสียงธรรมเทศนาต่างๆใน เว็บไซต์	ร้อยละ	26.42	16.06	19.69	19.17	18.65	2.88
	จำนวน	51	31	38	37	36	ปานกลาง
ท่านมักจะเข้าไปหาดูวิดีโอธรรมะ เรื่องที่ท่านสนใจในเว็บไซต์	ร้อยละ	23.44	22.92	25	15.63	13.02	2.72
	จำนวน	45	44	48	30	25	ปานกลาง
ท่านมักจะเข้าไปหาดาวนโหลด หนังสือธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์	ร้อยละ	27.75	17.8	25.65	15.18	13.61	2.69
	จำนวน	53	34	49	29	26	ปานกลาง
ท่านมักจะดาวน์โหลดสื่อธรรมะต่างๆ เช่น หนังสือธรรมะ ไฟล์เสียงธรรมะ เทศนา และวิดีโอธรรมะมาเก็บไว้ เพื่อนำไปเผยแพร่	ร้อยละ	30.73	20.31	20.83	14.06	14.06	2.60
	จำนวน	59	39	40	27	27	น้อย
ท่านเข้าไปอ่าน/ดาวน์โหลดพระ ไตรปิฎกจากเว็บไซต์	ร้อยละ	37.82	23.32	21.24	9.84	7.77	2.26
	จำนวน	73	45	41	19	15	น้อย
ท่านมักจะเข้าไปหาดูภาพการ์ตูน ธรรมะ/วิดีโอการ์ตูนธรรมะในเว็บไซต์	ร้อยละ	34.9	29.69	23.44	5.21	6.77	2.19
	จำนวน	67	57	45	10	13	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.78
							ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

พฤติกรรมกรรมการทำกิจกรรมธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์ช่วง

อายุ

จากตารางที่ 28 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุต่างกันมีพฤติกรรมทำกิจกรรมธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแตกต่างกันตามเกณฑ์ช่วงอายุ เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่า มีบางพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติแตกต่างกันตามช่วงอายุต่าง ๆ อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ได้แก่

- กิจกรรมการเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในเว็บไซต์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในWebboardในเว็บไซต์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการเข้าไปหาความรู้เกี่ยวกับการทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม ในเว็บไซต์ธรรมะ เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการเข้าไปหาฟัง/ดาวน์โหลด ไฟล์เสียงธรรมเทศนาต่างๆในเว็บไซต์เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการเข้าไปหาดูวีดิโอธรรมะเรื่องที่น่าสนใจในเว็บไซต์เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการเข้าไปหาดาวน์โหลดหนังสือธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการดาวน์โหลดสื่อธรรมะต่างๆ เช่น หนังสือธรรมะ ไฟล์เสียงธรรมะเทศนา และวีดิโอธรรมะมาเก็บไว้เพื่อนำไปเผยแพร่ เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- กิจกรรมการอ่าน/ดาวน์โหลดพระไตรปิฎกจากเว็บไซต์ เป็นกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 พฤติกรรมการทำกิจกรรมธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตาม
เกณฑ์ช่วงอายุ

กิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์ธรรมะ	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31-40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
ท่านมักจะเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในเว็บไซต์	2.49 ^a	3.47 ^b	3.37 ^c	7.28	0.00*	b,c>a
ท่านมักจะเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในWebboardใน เว็บไซต์	2.30 ^a	3.32 ^b	3.12 ^c	7.61	0.00*	b,c>a
ท่านมักเข้าไปหาความรู้เกี่ยวกับการ ทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม ในเว็บไซต์ธรรมะ	2.21 ^a	3.11 ^b	3.10 ^c	7.19	0.00*	b,c>a
ท่านมักจะเข้าไปหาฟัง/ดาวน์โหลด ไฟล์เสียงธรรมเทศนาต่างๆใน เว็บไซต์	2.05 ^a	2.96 ^b	3.00 ^c	8.27	0.00*	b,c>a
ท่านมักจะเข้าไปหาดูวิดีโอธรรมะ เรื่องที่ท่านสนใจในเว็บไซต์	2.05 ^a	2.51 ^b	2.81 ^c	4.60	0.01*	c>a
ท่านมักจะเข้าไปหาดาวนโหลด หนังสือธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์	1.88 ^a	2.77 ^b	2.69 ^c	7.59	0.00*	b,c>a
ท่านมักจะดาวน์โหลดสื่อธรรมะต่างๆ เช่น หนังสือธรรมะ ไฟล์เสียงธรรมะ เทศนา และวิดีโอธรรมะมาเก็บไว้เพื่อ นำไปเผยแพร่	1.84 ^a	2.68 ^b	2.63 ^c	7.03	0.00*	b,c>a
ท่านเข้าไปอ่าน/ดาวน์โหลดพระ ไตรปิฎกจากเว็บไซต์	1.55 ^a	2.23 ^b	2.54 ^c	10.11	0.00*	b,c>a
ท่านมักจะเข้าไปหาดูภาพการ์ตูน ธรรมะ/วิดีโอการ์ตูนธรรมะในเว็บไซต์	1.72	2.21	1.98	2.25	0.11	

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 29 - 30 ผู้วิจัยสามารถสรุปพฤติกรรมการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมะใน
เว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเข้าไปหาอ่านเนื้อหา
ธรรมะทั้งในส่วนที่เป็นเว็บไซต์และเว็บบอร์ด และผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มช่วงอายุที่ 2

และ 3 มีพฤติกรรมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมในเว็บไซต์พระพุทธศาสนามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มช่วงอายุที่ 1

นอกจากนี้ยังพบว่า การเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาสามารถทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มปฏิบัติธรรมะเพื่อบรรลุนิพพานในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.90) (ดูตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 การเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มปฏิบัติธรรมะเพื่อบรรลุนิพพาน

หลังจากท่านเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเริ่มปฏิบัติธรรมะเพื่อบรรลุนิพพาน		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	สรุปผล
	จำนวน	45	24	54	30	33	186	2.90
	ร้อยละ	24.19	12.90	29.03	16.13	17.74	100	ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

พฤติกรรมการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด คิดเป็นร้อยละ 62 อีกร้อยละ 38 เคยตั้งกระทู้ในเว็บธรรมะ (ดูตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด

เคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดธรรมะหรือไม่	ร้อยละ	จำนวน
เคย	38	73
ไม่เคย	62	119
รวม	100	192

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดพระพุทธศาสนามีวัตถุประสงค์ในการตั้งกระทู้เป็นอันดับหนึ่ง คือ การตั้งกระทู้เพื่อถามข้อข้องใจเกี่ยวกับธรรมะ (ค่าเฉลี่ย= 3.45) และอันดับ 2 เพื่อแบ่งปันและเผยแพร่หลักธรรม (ค่าเฉลี่ย= 3.33) (ดูตาราง 33)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดพระพุทธศาสนา

วัตถุประสงค์การตั้งกระทู้		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	สรุปผล
ถามข้อข้องใจเกี่ยวกับธรรมะ	ร้อยละ	12.16	12.16	21.62	27.03	27.03	3.45 มาก
	จำนวน	9	9	16	20	20	
แบ่งปัน/เผยแพร่หลักธรรม	ร้อยละ	13.89	15.28	19.44	26.39	25.00	3.33 ปานกลาง
	จำนวน	10	11	14	19	18	
แบ่งปันเรื่องทั่วไปที่น่าสนใจ	ร้อยละ	12.68	15.49	29.58	18.31	23.94	3.25 ปานกลาง
	จำนวน	9	11	21	13	17	
ขอข้อมูลและสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาหลักธรรม คำสอน การทำสมาธิและการปฏิบัติ	ร้อยละ	14.08	12.68	32.39	19.72	21.13	3.21 ปานกลาง
	จำนวน	10	9	23	14	15	
แบ่งปัน/เผยแพร่คำสอนจากพระอาจารย์	ร้อยละ	19.44	13.89	20.83	25.00	20.83	3.14 ปานกลาง
	จำนวน	14	10	15	18	15	
ต้องการสะสมบุญ สร้างบารมี	ร้อยละ	29.58	11.27	16.90	18.31	23.94	2.96 ปานกลาง
	จำนวน	21	8	12	13	17	
ขอความช่วยเหลือ/ขอคำปรึกษา	ร้อยละ	36.49	14.86	20.27	10.81	17.57	2.58 ปานกลาง
	จำนวน	27	11	15	8	13	
ถามคำถามเกี่ยวกับปัญหาชีวิต/ส่วนตัว	ร้อยละ	44.44	15.28	22.22	6.94	11.11	2.25 น้อย
	จำนวน	32	11	16	5	8	
ค่าเฉลี่ยรวม							3.02 ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

พฤติกรรมการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการตั้งกระทู้แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ในการตั้งกระทู้

เมื่อสอบถามเหตุผลในการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามเกณฑ์อายุอย่างมีนัยยะสำคัญในเหตุผลที่ว่าตั้งกระทู้เพื่อขอความช่วยเหลือ/ขอคำปรึกษา ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มช่วงอายุที่ 2 ตอบมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆ

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการตั้งและตอบกระทู้ไม่แตกต่างกันตามเกณฑ์อายุ อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามเหตุผลในการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด และทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามเกณฑ์อายุอย่างมีนัยยะสำคัญในเหตุผลที่ว่าตั้งกระทู้เพื่อขอความช่วยเหลือ/ขอคำปรึกษา ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มช่วงอายุที่ 2 ตอบมากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 3 (ดูตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 พฤติกรรมในการตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

พฤติกรรมในการตั้งกระทู้ ในเว็บบอร์ด	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
ขอความช่วยเหลือ/ขอคำปรึกษา	2.44 ^a	3.27 ^b	2.03 ^c	4.712	.01*	b>c

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือเยียวยา

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่งใช้เว็บบอร์ดเป็นเครื่องมือในการในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือเยียวยาปัญหา จากผลการวิจัยพบว่าผู้ที่ตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดมีความรู้สึกสบายใจและปลอดภัยในระดับปานกลางในการสอบถามปัญหาเกี่ยวกับธรรมะหรือแนวทางการปฏิบัติในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา และในการสอบถามปัญหาชีวิตส่วนตัว โดยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมใช้เว็บไซต์ในการแก้ไขปัญหาและช่วยเหลือเยียวยาปัญหา

ใช้เว็บไซต์แก้ไขปัญหาและรักษาเยียวยา		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	ไม่เคยตั้งกระทู้
		ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เมื่อมีปัญหารรณะ/แนวทางการปฏิบัติ	ร้อยละ	2.30	5.10	31.30	18.20	9.70	66.60	33.50
	จำนวน	4	9	55	32	17	117	59
เมื่อมีปัญหาวิตส่วนตัว	ร้อยละ	6.80	10.70	24.30	10.70	6.80	59.3	40.70
	จำนวน	12	19	43	19	12	105	72

สืบเนื่องจากตารางที่ 35 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยตั้งกระทู้ถามซึ่งมีพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญตามเกณฑ์อายุ คือ ปัญหาสงสัยเกี่ยวกับรณะ มีความแตกต่างกันตามช่วงอายุอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square =15.86, sig. = 0.2) ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยตั้งกระทู้เพื่อถามคำถาม เมื่อเปรียบเทียบภายในกลุ่มที่เคยตั้งกระทู้ถามสูงที่สุดเป็นการตั้งกระทู้ถามปัญหารรณะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 2 และ 3 มีพฤติกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 ปัญหาที่นำมาตั้งกระทู้ถามแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ตั้งกระทู้ในเว็บไซต์เพื่อถามเกี่ยวกับ				จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	รณะ	ปัญหาชีวิต	ถามทั้ง 2 อย่าง	ไม่เคยถาม			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	9	2	5	59	75	15.86	0.02*
	(12)	(2.70)	(6.70)	(78.7)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	12	2	7	18	39		
	(30.80)	(5.10)	(17.90)	(46.2)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	14	3	4	25	46		
	(30.40)	(6.50)	(8.70)	(54.3)	(100)		
รวม	35	7	16	102	160		
	(21.90)	(4.40)	(10)	(63.8)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

พฤติกรรมการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด คิดเป็นร้อยละ 53.3 อีกร้อยละ 46.7 ไม่เคยตอบกระทู้ในเว็บไซด์ธรรมดา (ดูตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด

เคยตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดธรรมดาหรือไม่	ร้อยละ	จำนวน
เคย	53.3	104
ไม่เคย	46.7	91
รวม	100	195

วัตถุประสงค์ในการตอบกระทู้

ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดธรรมดา มีวัตถุประสงค์ในการตั้งกระทู้เป็นอันดับหนึ่ง คือ การตั้งกระทู้เพื่อถามข้อข้องใจเกี่ยวกับธรรมดา และอันดับ 2 เพื่อแบ่งปันและเผยแพร่หลักธรรม (ดูตาราง 38)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด

วัตถุประสงค์การตอบกระทู้		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	สรุปผล
เพื่อแบ่งปันและเผยแพร่ธรรมดา	ร้อยละ	17.00	9.00	24.00	24.00	26.00	3.33
	จำนวน	17	9	24	24	26	มาก
แสดงการอนุโมทนา	ร้อยละ	11.76	11.76	24.51	28.43	23.53	3.40
	จำนวน	12	12	25	29	24	มาก
ตอบด้วยการให้กำลังใจ	ร้อยละ	9.71	6.80	27.18	33.98	22.33	3.52
	จำนวน	10	7	28	35	23	มาก
แสดงความเห็น	ร้อยละ	7.84	13.73	28.43	29.41	20.59	3.41
	จำนวน	8	14	29	30	21	มาก
ตอบด้วยการยกหลักธรรมที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ	21.36	16.50	22.33	22.33	17.48	2.98
	จำนวน	22	17	23	23	18	ปานกลาง
ตอบด้วยประสบการณ์ส่วนตัว	ร้อยละ	14.85	12.87	33.66	23.76	14.85	3.11
	จำนวน	15	13	34	24	15	ปานกลาง
ตอบเพื่อสะสมบุญ สร้างบารมี	ร้อยละ	40.59	17.82	17.82	12.87	10.89	2.36
	จำนวน	41	18	18	13	11	น้อย

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละวัตถุประสงค์ในการตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด (ต่อ)

วัตถุประสงค์การตอบกระทู้		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	สรุปผล
ช่วยแก้ปัญหาและหาทางออกให้	ร้อยละ	16.67	16.67	33.33	22.55	10.78	2.94
	จำนวน	17	17	34	23	11	ปานกลาง
เพื่อขอโหสิกรรม	ร้อยละ	46.94	26.53	14.29	7.14	5.10	1.97
	จำนวน	46	26	14	7	5	น้อย

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 5 การรับรู้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา(Religion Communicating in

Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างดี เห็นได้จากมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเห็นด้วยในระดับสูง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นสถานที่ที่จะได้พบกับผู้ที่ความสนใจด้านธรรมะเหมือนกับตนมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 91.1 อันดับรองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ทำให้ทราบข่าวการทำบุญหลายแห่ง คิดเป็นร้อยละ 73.9 และผู้ตอบแบบสอบถามยังรู้ว่าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาช่วยให้ติดตามข่าวสารต่างๆ ของกิจกรรมวัดและเว็บไซต์ได้ คิดเป็นร้อยละ 66.8 รายละเอียดมีดังต่อไปนี้ (ดูตารางที่ 39)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา

การรับรู้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนา		ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านคิดว่าเว็บไซต์ธรรมะเป็นสถานที่ที่ท่านจะได้ พบผู้ที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเหมือนกันกับท่าน	ร้อยละ	91.1	8.9	100
	จำนวน	185	18	203
ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ต่อท่าน เพราะ ทำให้ท่านทราบข่าวการทำบุญหลายแห่ง	ร้อยละ	73.9	26.1	100
	จำนวน	150	53	203
ท่านได้รับทราบข่าวสารโครงการของวัด/เว็บไซต์ จากทางหน้าเว็บไซต์	ร้อยละ	66.8	33.2	100
	จำนวน	135	67	202
ท่านใช้เว็บไซต์ในการติดตามข่าวสารกิจกรรม/ โครงการต่างๆของวัดและเว็บไซต์	ร้อยละ	66.2	33.8	100
	จำนวน	133	68	201
ท่านเข้าเว็บไซต์ธรรมะเพื่อดูภาพกิจกรรมใน โครงการต่างๆของวัด	ร้อยละ	55.7	44.3	100
	จำนวน	113	90	203
ท่านเคยพบเห็นการว่าร้าย โจมตี แนวทางปฏิบัติ แนวคิดทางปฏิบัติที่ท่านยึดถือในเว็บไซต์ธรรมะ	ร้อยละ	45.8	54.2	100
	จำนวน	92	109	201
ท่านได้รับทราบข่าวสารโครงการของวัด/เว็บไซต์ จากจดหมายข่าว Newsletter	ร้อยละ	34.8	65.2	100
	จำนวน	70	131	201

การติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา แบ่งตามช่วงอายุ

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมรับรู้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในระดับสูง แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ติดตามข่าวสารกิจกรรม/โครงการต่างๆของวัดและเว็บไซต์

ในภาพรวมของผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในการติดต่อสื่อสาร แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุที่รับรู้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารกิจกรรม/โครงการต่างๆของวัดและเว็บไซต์ พบว่ามีการรับรู้ประโยชน์ที่แตกต่าง

กันตามกลุ่มช่วงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 9.76, sig. = 0.01) โดยช่วงอายุที่ 3 มีปริมาณการรับรู้ประโยชน์ในประเด็นนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตาราง 40)

ตาราง 40 การรับรู้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารกิจกรรม/โครงการต่างๆของวัดและเว็บไซต์ แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ติดตามข่าวสารกิจกรรม/โครงการ ต่างๆของวัดและเว็บไซต์		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi- square	Sig.
	ใช่	ไม่ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	55	28	83	9.76	0.01*
	(66.30)	(33.70)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	34	4	38		
	(89.50)	(10.50)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	37	7	44		
	(84.10)	(15.90)	(100)		
รวม	126	39	165		
	(76.40)	(23.60)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

คุณภาพกิจกรรมในโครงการต่างๆของวัด

ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เพื่อดูภาพกิจกรรมในโครงการต่างๆของวัด แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุที่รับรู้ประโยชน์ในประเด็นนี้ พบว่ามีความแตกต่างกันตามเกณฑ์อายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 16.54, sig. = 0.00) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตาราง 41)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง 41 การรับรู้ประโยชน์ในการดูภาพกิจกรรมในโครงการต่าง ๆ ของวัดแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ดูภาพกิจกรรมในโครงการต่าง ๆ ของวัด		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ใช่	ไม่ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	39	56	95	16.54	0.00*
	(41.10)	(58.90)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	29	13	42		
	(69.00)	(31.00)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	34	13	47		
	(72.30)	(27.70)	(100)		
รวม	102	82	184		
	(55.40)	(44.60)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

การให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Inforamtion in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ประโยชน์ด้านการให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา เป็นอย่างดี เห็นได้จากมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเห็นด้วยในระดับสูง โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าสามารถค้นหาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา เช่น บทสวดมนต์ ความสำคัญของศาสนพิธี พุทธประวัติ วันสำคัญ ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้สะดวกมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 96.9 และคิดว่ามีเนื้อหาเรื่องหลักธรรม คำสอนพระพุทธศาสนาใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้เป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 93.1 รายละเอียดมีดังต่อไปนี้ (ดูตารางที่ 42)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละการรับรู้ประโยชน์ด้านการให้ข้อมูลในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา

การรับรู้ประโยชน์ด้านการให้ข้อมูลในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา			ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านสามารถค้นหาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ พระพุทธศาสนา เช่น บทสวดมนต์ ความสำคัญของศาสนพิธี พุทธประวัติ วันสำคัญ ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา	ได้จำนวนมาก	ร้อยละ	91.1	8.9	100
		จำนวน	175	17	192
	ได้สะดวก	ร้อยละ	96.9	3.1	100
		จำนวน	187	6	193
ท่านสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ปฏิบัติธรรมในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา	ได้จำนวนมาก	ร้อยละ	84.3	15.7	100
		จำนวน	161	30	191
	ได้สะดวก	ร้อยละ	91.7	8.3	100
		จำนวน	176	16	192
ท่านพบว่าเนื้อหาเรื่องหลักธรรม คำสอนพระพุทธศาสนาในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา	ได้จำนวนมาก	ร้อยละ	93.1	6.9	100
		จำนวน	175	13	188
	ได้สะดวก	ร้อยละ	92.7	7.3	100
		จำนวน	177	14	191
ท่านพบว่าสามารถค้นหาเนื้อหาเรื่อง การทำสมาธิและการปฏิบัติธรรมใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนา	ได้จำนวนมาก	ร้อยละ	90.4	9.6	100
		จำนวน	170	18	188
	ได้สะดวก	ร้อยละ	88.9	11.1	100
		จำนวน	169	21	190

การให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมรับรู้ประโยชน์ด้านการให้ข้อมูล ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในระดับสูง แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ปฏิบัติธรรม "ได้สะดวก" ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ในภาพรวมของผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมรับรู้ประโยชน์ด้านการให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในระดับสูง แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุที่รับรู้ประโยชน์ในประเด็นการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ปฏิบัติธรรมได้สะดวกในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา พบว่ามีความแตกต่างกันตามเกณฑ์อายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 6.86, sig. = 0.03) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 43)

ตารางที่ 43 แสดงการรับรู้ประโยชน์ด้านค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ปฏิบัติธรรม "ได้สะดวก" ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่ปฏิบัติธรรม "ได้สะดวก" ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi- square	Sig.
	ใช่	ไม่ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	74	11	85	6.86	0.03*
	(87.10)	(12.90)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	38	1	39		
	(97.40)	(2.60)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	46	1	47		
	(97.90)	(2.10)	(100)		
รวม	158	13	171		
	(92.40)	(7.60)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ค้นหาเนื้อหาเรื่องการทำสมาธิและการปฏิบัติธรรม"ได้สะดวก"ในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนา

ในภาพรวมของผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมรับรู้ประโยชน์ด้าน
การให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในระดับสูง แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุที่รับรู้
ประโยชน์ในประเด็นการค้นหาเนื้อหาเรื่องการทำสมาธิและการปฏิบัติธรรม"ได้สะดวก"ใน
เว็บไซต์ธรรมะ พบว่ามีความแตกต่างกันตามเกณฑ์อายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-
square = 6.86, sig. = 0.03) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1
(ดูตารางที่ 44)

ตารางที่ 44 แสดงการรับรู้ประโยชน์ด้านค้นหาเนื้อหาเรื่องการทำสมาธิและการปฏิบัติธรรม"ได้สะดวก"ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ค้นหาเนื้อหาเรื่อง การทำสมาธิและการปฏิบัติธรรม "ได้สะดวก"ในเว็บไซต์ธรรมะ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi- square	Sig.
	ใช่	ไม่ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	74	11	85	6.86	0.03*
	(87.10)	(12.90)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	38	1	39		
	(97.40)	(2.60)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	46	1	47		
	(97.90)	(2.10)	(100)		
รวม	158	13	171		
	(92.40)	(7.60)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ตอนที่ 6 พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Information Seeking In Websites)

จากผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่ต้องการในระดับมาก เช่น การค้นหาบทสวดมนต์ ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.6 และ การค้นคำตอบในเรื่องธรรมะที่สงสัย ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.5 (ดูตารางที่ 45)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ประโยชน์ด้านการค้นหาข้อมูล
ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การค้นหาข้อมูลธรรมชาติ		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม	สรุปผล
เมื่อท่านอยากได้บทความ ท่านจะสืบค้นข้อมูลทาง อินเทอร์เน็ต	ร้อยละ	9.41	7.92	14.85	28.22	39.6	100	3.81 มาก
	จำนวน	19	16	30	57	80	202	
เมื่อท่านมีคำถามเกี่ยวกับ พระพุทธศาสนา ท่านจะเข้าไปหา คำตอบในเว็บไซต์ธรรมะ	ร้อยละ	5.91	10.84	17.73	33.5	32.02	100	3.75 มาก
	จำนวน	12	22	36	68	65	203	
เมื่อท่านรู้สึกอยากทำบุญ ท่านจะ สืบค้นว่ากำลังจะมีงานบุญที่ไหน ในอินเทอร์เน็ต	ร้อยละ	19.7	20.69	23.15	16.75	19.7	100	2.96 ปาน กลาง
	จำนวน	40	42	47	34	40	203	
ค่าเฉลี่ยรวม								3.50 มาก

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60
หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00
หมายถึง มากที่สุด

พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างกันมีพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์
พระพุทธศาสนาแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่ามีพฤติกรรมที่
ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติแตกต่างกันตามช่วงอายุต่าง ๆ อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ 2 ประเด็น
ได้แก่ การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเมื่อมีคำถามเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา และ
การค้นหาข้อมูลสถานที่ทำบุญในอินเทอร์เน็ตเมื่อต้องการทำบุญ กล่าวคือ กลุ่มอายุช่วงที่ 2 มี
พฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลมากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 46)

ตารางที่ 46 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์

พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ

พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนา	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
การค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ พระพุทธศาสนาเมื่อมีคำถามเกี่ยวกับ พระพุทธศาสนา	3.46 ^a	4.29 ^b	3.90 ^c	7.626	.00*	b>a
ค้นหาข้อมูลสถานที่ทำบุญใน อินเทอร์เน็ตเมื่อต้องการทำบุญ	2.62 ^a	3.48 ^b	3.06 ^c	5.949	.00*	b>a

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในการให้ประสบการณ์

ทางศาสนา (Religion Experience in Websites)

จากผลการวิจัย พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีประสบการณ์ทางธรรมะโดยผ่านการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ การสวดมนต์หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์ เพราะอ่านบทสวดมนต์ในหน้าเว็บไซต์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาเป็นการดูวิดีโอธรรมะแล้วทำให้รู้สึกว่าจะอยู่ในสถานที่นั้นจริง มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และสุดท้ายการฟังธรรมะเทศนาออนไลน์แล้วนั่งสมาธิตาม มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 (ดูตารางที่ 47)

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทางธรรมะผ่านอินเทอร์เน็ต

ประสบการณ์ทางธรรมะโดยผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต		ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านเคยฟังธรรมเทศนาออนไลน์แล้วนั่งสมาธิตาม	ร้อยละ	33.70	66.30	100
	จำนวน	64	126	190
ท่านเคยสวดมนต์หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพราะอ่านบทสวดมนต์ในหน้าเว็บไซต์	ร้อยละ	46	54	100
	จำนวน	87	102	189
ท่านเคยดูวิดีโอบันทึกการธรรมะแล้วทำให้ท่านรู้สึกว่าคุณได้ไปอยู่ในสถานที่นั้นจริงๆและมีความรู้สึกร่วมไปกับพิธีที่กำลังเกิดขึ้นในหน้าจอคอมพิวเตอร์	ร้อยละ	35.80	64.20	100
	จำนวน	67	120	187

พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในการให้ประสบการณ์ทางศาสนา แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมไม่ค่อยมีประสบการณ์ทางธรรมะผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุที่เคยมีประสบการณ์ดังกล่าว พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติในประเด็น การฟังธรรมเทศนาออนไลน์แล้วนั่งสมาธิ ตาม (ค่า Chi-square = 12.08, sig. = 0.00) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 48)

ตารางที่ 48 พฤติกรรมการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในการให้ประสบการณ์ทางศาสนา แบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ฟังธรรมเทศนาออนไลน์แล้วนั่งสมาธิตาม		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ใช่	ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	66	18	84	12.076	0.00*
	(78.60)	(21.40)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	22	19	41		
	(53.70)	(46.30)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	25	22	47		
	(53.20)	(46.80)	(100)		
รวม	113	59	172		
	(65.70)	(34.30)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

พฤติกรรมกรรมการการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

จากผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 93.10 ไม่เคยทำกิจกรรมด้านการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ทั้งการเช่าซื้อหรือค้าขายวัตถุมงคลหรือพระเครื่องในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (ดูตารางที่ 49)

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมทำการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

พฤติกรรมกรรมการการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา		ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านเคยเช่าซื้อ หรือขายวัตถุมงคลหรือพระเครื่อง ต่างๆในเว็บไซต์ธรรมะ	ร้อยละ	6.90	93.10	100
	จำนวน	13	175	188

ตอนที่ 7 ทศนคติต่อการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนา

จากผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวกต่อความสะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนาในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 46.04 ให้คะแนนในระดับมากที่สุดกับข้อความที่ว่า การมีเว็บไซต์พระพุทธศาสนาทำท่านให้ได้เจอเนื้อหาธรรมะมากมาย และจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 ให้คะแนนในระดับมากกับข้อความที่ว่า ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรับเนื้อหาด้านธรรมะได้และแลกเปลี่ยนความเห็นและรับเนื้อหาด้านธรรมะได้ง่ายขึ้น (ดูตารางที่ 50)

ตารางที่ 50 แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนา		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	สรุปผล
การมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเจอเนื้อหาธรรมะมากมาย	ร้อยละ	3.47	4.46	11.88	34.16	46.04	100	4.15 มาก
	จำนวน	7	9	24	69	93	203	
ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรับเนื้อหาด้านธรรมะได้และแลกเปลี่ยนความเห็นและรับเนื้อหาด้านธรรมะได้ง่ายขึ้น	ร้อยละ	1.97	3.94	17.24	38.92	37.93	100	4.07 มาก
	จำนวน	4	8	35	79	77	202	
การมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกว่ธรรมะเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว	ร้อยละ	3.45	7.39	14.78	32.51	41.87	100	4.02 มาก
	จำนวน	7	15	30	66	85	203	
การมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกว่ธรรมะไม่ใช่เรื่องของคนแก่อีกต่อไป	ร้อยละ	4.46	8.42	13.86	32.67	40.59	100	3.97 มาก
	จำนวน	9	17	28	66	82	203	
การมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเข้าถึงธรรมะได้ง่าย	ร้อยละ	3.94	5.91	21.18	29.56	39.41	100	3.95 มาก
	จำนวน	8	12	43	60	80	202	
ค่าเฉลี่ยรวม								4.03 มาก

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ

จากตารางที่ 50 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกลุ่มช่วงอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนาแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในประเด็นดังกล่าวแตกต่างกันตามช่วงอายุต่างๆอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ มีดังนี้

- ทัศนคติที่ว่ากรมมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้เจอเนื้อหาธรรมะมากมาย ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติที่ว่าอินเทอร์เน็ตทำให้รับเนื้อหาด้านธรรมะได้และแลกเปลี่ยนความเห็นและรับเนื้อหาด้านธรรมะได้ง่ายขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติที่ว่ากรมมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึกว่ธรรมะเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว เป็นความเห็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติที่ว่ากรมมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้รู้สึกว่ธรรมะไม่ใช่เรื่องของคนแก่อีกต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติที่ว่ากรมมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้เข้าถึงธรรมะได้ง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 51)

ตาราง 51 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนา	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
การมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเจอเนื้อหาธรรมะมากมาย	3.88 ^a	4.45 ^b	4.38 ^c	6.09	0.00*	b,c >a
ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรับเนื้อหาด้านธรรมะได้และแลกเปลี่ยนความเห็นและรับเนื้อหาด้านธรรมะได้ง่ายขึ้น	3.82 ^a	4.40 ^b	4.35 ^c	8.30	0.00*	b,c >a
การมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกว่ธรรมะเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว	3.69 ^a	4.43 ^b	4.42 ^c	11.22	0.00*	b,c >a
การมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกว่ธรรมะไม่ใช่เรื่องของคนแก่อีกต่อไป	3.66 ^a	4.43 ^b	4.30 ^c	9.71	0.00*	b,c >a
การมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเข้าถึงธรรมะได้ง่าย	3.67 ^a	4.33 ^b	4.19 ^c	6.76	0.00*	b,c >a

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาตามทักษะการรับรู้เนื้อหา

จากผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติที่เห็นด้วยมากต่อการเปิดรับเนื้อหาธรรมะโดยการใช้ทักษะการฟังที่ทำให้เข้าใจธรรมะได้ง่ายและสะดวกมากเป็นอันดับ 1 และ 2 (ค่าเฉลี่ย = 3.79 และ 3.75 ตามลำดับ) (ดูตารางที่ 52)

ตารางที่ 52 แสดงร้อยละ และค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหา

พระพุทธศาสนาตามทักษะการรับรู้เนื้อหา

ทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหา พระพุทธศาสนาตามรูปแบบ สื่อ		น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม	สรุปผล
ท่านคิดว่าการรับฟังเนื้อหา ธรรมะด้วยเสียง ทำให้ท่านรับ เรื่องธรรมะได้สะดวก	ร้อยละ	3.96	3.96	27.72	37.62	26.73	100	3.79 มาก
	จำนวน	8	8	56	76	54	202	
ท่านคิดว่าการรับฟังเนื้อหา ธรรมะด้วยเสียง ทำให้ท่าน เข้าใจธรรมะได้ง่าย	ร้อยละ	4.93	4.93	27.09	36.45	26.6	100	3.75 มาก
	จำนวน	10	10	55	74	54	203	
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอรายการที่ นำเสนอเนื้อหาธรรมะ ทำให้ ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น	ร้อยละ	3.98	7.96	27.86	41.29	18.91	100	3.63 มาก
	จำนวน	8	16	56	83	38	201	
ท่านคิดว่าการได้พูดคุยเรื่อง ธรรมะในชีวิตประจำวันผ่าน Webboard ธรรมะช่วยเตือนใจ ท่านให้อยู่ในศีลในธรรมเสมอ	ร้อยละ	8.37	12.32	24.63	29.06	25.62	100	3.51 มาก
	จำนวน	17	25	50	59	52	203	
ท่านคิดว่าการใช้ตัวอักษรสื่อสาร เนื้อหาธรรมะทำให้ท่านเข้าใจ ธรรมะได้ง่าย	ร้อยละ	8.42	7.43	31.19	32.67	20.3	100	3.49 มาก
	จำนวน	17	15	63	66	41	202	
ท่านคิดว่าการดูภาพการ์ตูน ธรรมะทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ ง่ายขึ้น	ร้อยละ	5.91	11.33	34.98	27.59	20.2	100	3.45 มาก
	จำนวน	12	23	71	56	41	203	
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอการ์ตูน ธรรมะทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ ง่ายขึ้น	ร้อยละ	5.45	13.37	33.17	29.21	18.81	100	3.43 มาก
	จำนวน	11	27	67	59	38	202	
ค่าเฉลี่ยรวม								3.57 มาก

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60
หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00
หมายถึง มากที่สุด

ทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาตามทักษะการรับรู้เนื้อหาแบ่งตาม เกณฑ์อายุ

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาตามทักษะการรับรู้เนื้อหาธรรมะในระดับที่เห็นด้วยมากในเกือบทุกประเด็น แต่ทัศนคติดังกล่าวแตกต่างกันตามเกณฑ์อายุ เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่า

- ทัศนคติที่ว่าการรับฟังเนื้อหาธรรมะด้วยเสียง ทำให้ท่านรับเรื่องธรรมะได้สะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติที่ว่าการได้พูดคุยเรื่องธรรมะในชีวิตประจำวันผ่านเว็บบอร์ดธรรมะช่วยเตือนใจท่านให้อยู่ในศีลในธรรมเสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติที่ว่าการใช้ตัวอักษรสื่อสารเนื้อหาธรรมะทำให้เข้าใจธรรมะได้ง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1

จากตารางนี้สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มช่วงอายุวัยกลางคนจนถึงวัยสูงอายุมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มช่วงอายุวัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้น (ดูตารางที่ 53)

ศูนย์วิทยพัชรากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 53 ทศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธรศาสนาตามทักษะการรับรู้เนื้อหา
แบ่งตามเกณฑ์อายุ

ความคิดเห็นการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต กับเนื้อหาธรรมะ	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
ท่านคิดว่าการรับฟังเนื้อหาธรรมะด้วย เสียง ทำให้ท่านรับเรื่องธรรมะได้สะดวก	3.52 ^a	4.12 ^b	4.08 ^c	7.78	0.00*	b,c >a
ท่านคิดว่าการรับฟังเนื้อหาธรรมะด้วย เสียง ทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่าย	3.53 ^a	4.00 ^b	3.94 ^c	3.89	0.02*	
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอรายการที่น่าเสนอ เนื้อหาธรรมะ ทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ ง่ายขึ้น	3.48	3.88	3.67	2.26	0.11	
ท่านคิดว่าการได้พูดคุยเรื่องธรรมะใน ชีวิตประจำวันผ่านWebboardธรรมะช่วย เตือนใจท่านให้อยู่ในศีลในธรรมเสมอ	3.18 ^a	3.95 ^b	3.75 ^c	7.18	0.00*	b,c >a
ท่านคิดว่าการใช้ตัวอักษรสื่อสารเนื้อหา ธรรมะทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่าย	3.26 ^a	3.80 ^b	3.75 ^c	4.79	0.01*	b >a
ท่านคิดว่าการดูภาพการ์ตูนธรรมะทำให้ ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น	3.46	3.62	3.40	0.47	0.63	
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอการ์ตูนธรรมะทำ ให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น	3.39	3.62	3.40	0.66	0.52	

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทศนคติต่อการเรียนรู้ในเว็บไซต์พระพุทธรศาสนา(Religion Learning in Websites)

ผลจากการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทศนคติต่อการเรียนรู้ในเว็บไซต์ธรรมะอยู่
ในระดับที่ปานกลางทั้ง 3 ประเด็นแต่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ประเด็นที่ว่า การอ่านหลักธรรมคำ
สอนทางพระพุทธรศาสนาด้วยตนเองจากเว็บไซต์ทำให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้เช่นกัน
(ค่าเฉลี่ย=3.31) (ดูตารางที่ 54)

ตารางที่ 54 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเรียนรู้ในเว็บไซต์ธรรมะ

ประเด็นการเรียนรู้	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	สรุปผล
ท่านคิดว่าการอ่านหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาด้วยตนเองจากเว็บไซต์ทำให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้เช่นกัน	4.64	10.82	45.36	26.80	12.37	3.31 ปานกลาง
ท่านคิดว่าการฝึกปฏิบัติธรรมและสมาธิด้วยตนเองจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านเข้าใจและสามารถปฏิบัติธรรมได้ด้วยตนเอง	6.70	15.98	41.75	23.71	11.86	3.18 ปานกลาง
ท่านคิดว่าการอ่านและศึกษาพระไตรปิฎกด้วยตนเองจากเว็บไซต์ทำให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้	8.81	25.39	42.49	19.17	4.15	1.84 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.11 ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ทัศนคติต่อการเรียนรู้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการเรียนรู้ธรรมะในระดับที่เห็นด้วยปานกลางทุกประเด็น แต่ทัศนคติดังกล่าวแตกต่างกันตามเกณฑ์อายุ เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่า

- ทัศนคติต่อท่านคิดว่าการอ่านหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาด้วยตนเองจากเว็บไซต์ทำให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้เช่นกัน ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทัศนคติต่อการอ่านและศึกษาพระไตรปิฎกด้วยตนเองจากเว็บไซต์ทำให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้ ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 55)

ตารางที่ 55 ทักษะคิดต่อการเรียนรู้เนื้อหาพระพุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ

ทักษะคิดต่อการเรียนรู้ใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนา	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
ท่านคิดว่าการอ่านและศึกษาพระ ไตรปิฎกด้วยตนเองจากเว็บไซต์ทำ ให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้	2.66 ^a	2.95 ^b	3.21 ^c	5.4	0.00*	c>a
ท่านคิดว่าการอ่านหลักธรรมคำ สอนทางพระพุทธศาสนาด้วย ตนเองจากเว็บไซต์ทำให้เข้าใจและ เข้าถึงธรรมะได้เช่นกัน	3.15 ^a	3.44 ^b	3.6 ^c	3.769	0.02*	c>a

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทักษะคิดต่อการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์ธรรมะ (Religion Experience in Websites)

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทักษะคิดต่อการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในประเด็นการพูดคุยเรื่องธรรมะในเว็บไซต์ธรรมะ เปรียบได้กับการสนทนาธรรมมากเป็นอันดับหนึ่ง (ค่าเฉลี่ย = 3.57) และมีทักษะคิดต่อประเด็นการเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ความเชื่อความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาของท่านหนักแน่นยิ่งขึ้นรองลงมาเป็นอันดับ 2 (ค่าเฉลี่ย = 3.53) ในขณะที่มีเพียงประเด็นการพูดคุยเรื่องธรรมะในห้องแชทเปรียบได้กับการสนทนาธรรมที่มีทักษะคิดในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.25) (ดูตารางที่ 56)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความคิดเห็นในการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์
 ธรรมะ

ทัศนคติต่อการให้ประสบการณ์		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	สรุปผล
การพูดคุยเรื่องธรรมะใน Webboard ธรรมะ เปรียบได้กับการสนทนาธรรม	ร้อยละ	5.53	11.23	27.81	32.62	22.99	100	3.57 มาก
	จำนวน	10	21	52	61	43	187	
การเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ความเชื่อความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาหนักแน่นยิ่งขึ้น	ร้อยละ	5.29	12.17	31.75	25.4	25.4	100	3.53 มาก
	จำนวน	10	23	60	48	48	189	
รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้นหลังจากเข้าเว็บไซต์ธรรมะ	ร้อยละ	4.76	12.7	30.69	29.63	22.22	100	3.52 มาก
	จำนวน	12	23	61	53	37	189	
การฟังธรรมเทศนาออนไลน์/ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ให้ความรู้สึกเหมือนได้นั่งฟังธรรมจากพระอาจารย์จริงๆ และเหมือนอยู่ในสถานที่จริง	ร้อยละ	6.45	12.37	32.8	28.39	19.56	100	3.43 มาก
	จำนวน	9	24	58	56	42	186	
การพูดคุยเรื่องธรรมะในห้องแชท เปรียบได้กับการสนทนาธรรม	ร้อยละ	11.23	13.37	31.55	27.27	16.58	100	3.25 ปานกลาง
	จำนวน	21	25	59	51	31	187	
ค่าเฉลี่ยรวม								3.46 ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ทัศนคติต่อการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์ธรรมะแบ่งตามเกณฑ์อายุ

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในระดับที่เห็นด้วยมากในหลายประเด็น แต่ทัศนคติดังกล่าวแตกต่างกันตามเกณฑ์อายุ เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่า

- ทัศนคติต่อการพูดคุยเรื่องธรรมะในเว็บบอร์ดธรรมะ เปรียบได้กับการสนทนาธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1

- ทักษะคิดต่อการเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ความเชื่อความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาของท่านหนักแน่นยิ่งขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทักษะคิดต่อความรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้นหลังจากเข้าเว็บไซต์ธรรมะ ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 2 และ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1
- ทักษะคิดต่อการฟังธรรมเทศนาออนไลน์หรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ให้ความรู้สึกเหมือนได้นั่งฟังธรรมจากพระอาจารย์จริงๆและเหมือนอยู่ในสถานที่จริง ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 3 ให้คะแนนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 57)

ตารางที่ 57 ทักษะคิดต่อการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พุทธศาสนาแบ่งตามเกณฑ์อายุ

ทักษะคิดต่อการให้ประสบการณ์	ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	ค่าสถิติ F	Sig.	คู่ต่าง
การพูดคุยเรื่องธรรมะใน Webboardธรรมะ เปรียบได้กับการสนทนาธรรม	3.33 ^a	3.98 ^b	3.72 ^c	4.98	0.01*	b>a
การเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ความเชื่อความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาของท่านหนักแน่นยิ่งขึ้น	3.17 ^a	3.85 ^b	4.06 ^c	12.03	0.00*	b,c >a
รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้นหลังจากเข้าเว็บไซต์ธรรมะ	3.15 ^a	3.93 ^b	3.91 ^c	11.12	0.00*	b,c > a
การฟังธรรมเทศนาออนไลน์หรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ให้ความรู้สึกเหมือนได้นั่งฟังธรรมจากพระอาจารย์จริงๆและเหมือนอยู่ในสถานที่จริง	3.13 ^a	3.58 ^b	3.83 ^c	6.43	0.00*	c>a
การพูดคุยเรื่องธรรมะในห้องแชท เปรียบได้กับการสนทนาธรรม	3.14	3.68	3.17	2.88	0.06	

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทัศนคติต่อค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์ธรรมะ (Religion Seeking in Websites)

จากผลการวิจัยในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในทางบวกในระดับสูง กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าสามารถทำบุญผ่านเว็บไซต์และเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมจะทำให้ได้บุญมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 รองลงมาเป็นอันดับสอง คือ การตอบกระทู้ด้วยประสบการณ์ส่วนตัวจะทำให้ได้บุญจำนวน 138 คิดเป็นร้อยละ 76.2 และอันดับสาม คือ การตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดเพื่อเสนอหลักธรรมทำให้ได้บุญทางหนึ่ง มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 (ดูตารางที่ 58)

ตารางที่ 58 ทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา		ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านคิดว่าการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมจะทำให้ได้บุญ	จำนวน	139	43	182
	ร้อยละ	76.40	23.60	100
ท่านคิดว่าการตอบกระทู้ด้วยการให้คำปรึกษาจากประสบการณ์เป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง	จำนวน	138	43	181
	ร้อยละ	76.20	23.80	100
ท่านคิดว่าการตั้งกระทู้เพื่อนำเสนอหลักธรรมบางประการในWebboardเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง เพราะเป็นการเผยแพร่ธรรมะอีกทางหนึ่ง	จำนวน	136	47	183
	ร้อยละ	74.30	25.70	100
ท่านคิดว่าการบริจาคเงินค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือการซื้อพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์เป็นการทำบุญและทำบุญบำรุงศาสนาทางหนึ่ง	จำนวน	135	51	186
	ร้อยละ	72.60	27.40	100
ท่านคิดว่าการฟังธรรมะจากไฟล์เสียงออนไลน์ในเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง	จำนวน	126	60	186
	ร้อยละ	67.70	32.30	100
ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ทำให้ท่านได้ทำบุญบ่อยครั้งขึ้น	จำนวน	113	75	188
	ร้อยละ	60.10	39.90	100
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอที่มีเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง	จำนวน	125	62	187
	ร้อยละ	66.80	33.20	100
ท่านคิดว่าการอ่านศึกษาธรรมะจากเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง	จำนวน	129	59	188
	ร้อยละ	68.60	31.40	59
ท่านคิดว่าการเข้ามาตั้ง/ตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมเป็นการทำบุญ/การสะสมบารมีทางหนึ่ง	จำนวน	112	71	183
	ร้อยละ	61.20	38.80	100

ทัศนคติต่อค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์ธรรมะแบ่งตามเกณฑ์อายุ

สืบเนื่องจากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีทัศนคติในทางบวกต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มช่วงอายุพบว่าความแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติใน 5 ประเด็น ได้แก่

ทัศนคติต่อการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมะจะทำให้ได้บุญแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการให้คะแนนข้อความ ท่านคิดว่าการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมะจะทำให้ได้บุญ แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 9.76, sig. = 0.00) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 59)

ตารางที่ 59 ทัศนคติต่อการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมะจะทำให้ได้บุญแบ่งตามเกณฑ์ช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ทัศนคติต่อการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมะจะทำให้ได้บุญ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ใช่	ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	28 (33.70)	55 (66.30)	83 (100)	9.76	0.00*
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	4 (10.50)	34 (89.50)	38 (100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	7 (15.90)	37 (84.10)	44 (100)		
รวม	39 (23.60)	126 (76.40)	165 (100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทัศนคติต่อการบริจาคเงินค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือการซื้อพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์เป็นการทำบุญ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการให้คะแนนข้อความ ท่านคิดว่า การบริจาคเงินค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือการซื้อพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์เป็นการทำบุญและทำนุบำรุงศาสนาทางหนึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 14.81, sig. = 0.00) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 60)

ตารางที่ 60 ทศนคติต่อการบริจาคเงินค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือการซื้อพื้นที่โฆษณา
ในเว็บไซต์เป็นการทำบุญ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ทศนคติต่อการบริจาคเงินให้ เว็บไซต์เป็นการทำบุญ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi- square	Sig.
	ไม่ใช่	ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	33	50	83 (100)	14.81	0.00*
	(39.80)	(60.20)			
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	5	36	41 (100)		
	(12.20)	(87.80)			
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	7	39	46 (100)		
	(15.20)	(84.80)			
รวม	45	125	170 (100)		
	(26.50)	(73.50)			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ในการทำบุญได้บ่อยครั้งขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีทศนคติต่อการให้คะแนนข้อความ ท่านคิดว่า
อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ทำให้ท่านได้ทำบุญบ่อยครั้งขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทาง
สถิติ (ค่า Chi-square = 7.07, sig. = 0.03) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่า
กลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 61)

ตารางที่ 61 ทศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ในการทำบุญได้บ่อยครั้งขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ทศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็น เครื่องมือในการทำบุญได้บ่อยขึ้น		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi- square	Sig.
	ไม่ใช่	ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	41	42	83 (100)	7.07	0.03*
	(49.40)	(50.60)			
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	11	30	41 (100)		
	(26.80)	(73.20)			
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	15	31	46 (100)		
	(32.60)	(67.40)			
รวม	67	103	170 (100)		
	(39.40)	(60.60)			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทัศนคติต่อการอ่านศึกษาระยะจากเว็บไซต์ธรรมดาเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการให้คะแนนข้อความ ท่านคิดว่า การอ่านศึกษาระยะจากเว็บไซต์ธรรมดาเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 7.07, sig. = 0.03) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 62)

ตารางที่ 62 ทัศนคติต่อการอ่านศึกษาระยะจากเว็บไซต์ธรรมดาเป็นการทำบุญ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ทัศนคติต่อการอ่านศึกษาระยะจากเว็บไซต์ธรรมดาเป็นการทำบุญ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ใช่	ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	33	50	83	7.83	0.02*
	(39.80)	(60.20)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	7	34	41		
	(17.10)	(82.90)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	11	35	46		
	(23.90)	(76.10)	(100)		
รวม	51	119	170		
	(30.0)	(70.0)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทัศนคติต่อการตั้ง/ตอบกระทู้ด้วยหลักฐาน เป็นการทำบุญ/การสะสมบารมีทางหนึ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการให้คะแนนข้อความ ท่านคิดว่า การอ่านศึกษาระยะจากเว็บไซต์ธรรมดาเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 7.07, sig. = 0.03) กล่าวคือ ช่วงอายุที่ 2 และ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 1 (ดูตารางที่ 63)

ตารางที่ 63 ทศนคติต่อการตั้ง/ตอบกระทู้ด้วยหลักฐาน เป็นการทำบุญ/การสะสม บารมีทางหนึ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถาม	ทศนคติต่อการตั้ง/ตอบกระทู้ด้วยหลักฐานเป็นการสะสมบุญบารมี		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ใช่	ใช่			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	40	41	81	8.16	0.17
	(49.40)	(50.60)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	9	30	39		
	(23.10)	(76.90)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	16	30	46		
	(34.80)	(65.20)	(100)		
รวม	65	101	166		
	(39.20)	(60.80)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

ทศนคติต่อการใช้เครื่องมือ/โปรแกรมช่วยในเว็บไซต์เพื่อค้นหาทางจิตวิญญาณ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บไซต์ทั้งหมด 111 คน พบว่าจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 คิดว่าการกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บไซต์ทำให้ได้บุญ และในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มี Social Media ที่เคยกดแบ่งปันเนื้อหาพระพุทธศาสนาจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 คิดว่าการกระทำดังกล่าวทำให้ได้บุญ (ดูตารางที่ 64)

ตารางที่ 64 ทศนคติต่อการใช้เครื่องมือ/โปรแกรมช่วยในเว็บไซต์เพื่อค้นหาทางจิตวิญญาณ

ทศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา		ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านคิดว่าการกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บบอร์ดเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง	จำนวน	79	32	111
	ร้อยละ	43.40	17.60	100
ท่านคิดว่าการ share หรือแบ่งปันเรื่องราวธรรมะใน social network เป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง	จำนวน	52	14	66
	ร้อยละ	78.80	21.20	100

ทัศนคติต่อการกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

จากผลการวิจัยด้วยทบทเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในบทที่ 4 พบว่าเว็บไซต์พระพุทธศาสนา มีเครื่องมือพิเศษที่พบได้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเท่านั้น คือ ปุ่มอนุโมทนา ที่เชื่อมโยงเข้ากับระบบการเก็บคะแนนและระบบการแสดงตัวตนของสมาชิกในเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพฤติกรรม การรับรู้และทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นอนุโมทนาได้ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการอนุโมทนาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

จากผลวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 เคยแสดงการอนุโมทนาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาด้วยการพิมพ์คำที่มีความหมายเดียวกัน และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 65.90 เคยกดปุ่มอนุโมทนา (ดูตารางที่ 65)

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยแสดงการอนุโมทนาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาด้วยการพิมพ์

พฤติกรรมการอนุโมทนาใน เว็บไซต์พระพุทธศาสนา		เคย	ไม่เคย	รวม
ท่านเคยตอบกระทู้ด้วยการพิมพ์ คำว่า “อนุโมทนา”, “สาธุอนุโมทามิ”, “Anumotana” หรือคำอื่น ๆ ที่มีความหมายเดียวกัน	จำนวน	129	83	212
	ร้อยละ	60.80	39.20	100
ท่านเคยกดปุ่ม “อนุโมทนา”	จำนวน	87	45	132
	ร้อยละ	65.90	34.10	100

การรับรู้ความหมายของการอนุโมทนา

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 85.8 ทราบความหมายของการอนุโมทนา (ดูตารางที่ 66)

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รับรู้ความหมายของการอนุโมทนา

การรับรู้ความหมายของการอนุโมทนา		ทราบ	ไม่ทราบ	รวม
ท่านทราบความหมายของการอนุโมทนา	จำนวน	183	31	214
	ร้อยละ	85.50	14.50	100

ทัศนคติต่อการรณรงค์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 69.92 ให้ความหมายในการรณรงค์ทางเว็บไซต์ว่าการรณรงค์คือการยืมดีในการทำบุญของผู้อื่นในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.60) รองลงมาคือ การทำบุญอย่างหนึ่งในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย = 3.6) โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.60 โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 33.06 (ดูตารางที่ 67)

ตารางที่ 67 แสดงระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการรณรงค์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ความหมายของการรณรงค์		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	สรุปผล
การยืมดีในการทำบุญของผู้อื่น	ร้อยละ	0.75	1.5	4.51	23.31	69.92	100	4.60
	จำนวน	1	2	6	31	93	133	มากที่สุด
การทำบุญอย่างหนึ่ง	ร้อยละ	10.48	6.45	22.58	33.06	27.42	100	3.60
	จำนวน	13	8	28	41	34	124	มาก
การแสดงความเห็นด้วย	ร้อยละ	14.63	8.94	26.02	27.64	22.76	100	3.35
	จำนวน	18	11	32	34	28	123	ปานกลาง
สะสมบุญ สร้างบารมี	ร้อยละ	21.26	13.39	21.26	18.11	25.98	100	3.14
	จำนวน	27	17	27	23	33	127	ปานกลาง
การแสดงมารยาทเมื่อเข้ามาอ่านกระทู้	ร้อยละ	40.83	20.83	18.33	12.5	7.5	100	2.25
	จำนวน	49	25	22	15	9	120	น้อย
เพื่อพลังการให้หรือลดชื่อเสียงและเป็นสมาชิกยอดนิยม	ร้อยละ	82.76	9.48	3.45	1.72	2.59	100	1.32
	จำนวน	96	11	4	2	3	116	น้อยที่สุด
เกมส์สะสมคะแนนในเว็บ	ร้อยละ	85.34	6.9	5.17	1.72	0.86	100	1.26
	จำนวน	99	8	6	2	1	116	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม								2.78
								ปานกลาง

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ทัศนคติต่อการเป็นชุมชนออนไลน์ในเว็บไซต์ธรรมะ (Religion Community in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับที่ค่อนข้างมากต่อประเด็นการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ โดยทัศนคติต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นสถานที่ๆทำให้ได้พบผู้ที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเหมือนกันมากเป็นอันดับหนึ่งด้วยจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 185 คน คิดเป็นร้อยละ 91.1 คิดว่าเว็บ และเมื่อเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาทำให้ได้พูดคุยกับคนที่มีความสนใจเรื่องธรรมะได้ง่ายและสะดวกมีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 ในขณะที่ทัศนคติต่อประเด็นการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆและพัฒนาความสัมพันธ์ต่อในโลกความเป็นจริงยังมีระดับที่ไม่สูง โดยคิดเป็นร้อยละ 38.7 และร้อยละ 30.2 ตามลำดับ (ดูตารางที่ 68)

ตารางที่ 68 ทัศนคติต่อการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการเป็นชุมชนออนไลน์		ใช่	ไม่ใช่	รวม
เว็บไซต์ธรรมะเป็นสถานที่ๆจะได้พบผู้ที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเหมือนกันกับท่าน	จำนวน	185	18	203
	ร้อยละ	91.1	8.9	100
การพูดคุยในเว็บไซต์กับคนที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเหมือน/คล้ายกันทำได้ง่ายและสะดวกเมื่อเทียบกับการพูดคุยกันในชีวิตประจำวัน	จำนวน	160	52	212
	ร้อยละ	75.5	24.5	100
หลังจากท่านเข้าเว็บไซต์ธรรมะ ท่านได้พบกัลยาณมิตรทางธรรมที่ท่านสามารถพูดคุยซักถามเรื่องธรรมะได้	จำนวน	121	61	182
	ร้อยละ	66.5	33.5	100

นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเว็บบอร์ดธรรมะที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.66) (ดูตารางที่ 69)

ตารางที่ 69 ทัศนคติต่อความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเว็บบอร์ดธรรมะ

ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของ Webboard ที่ท่านใช้อยู่		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	สรุปผล
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน		
	จำนวน	44	29	71	19	18	181	2.66 ปานกลาง
	ร้อยละ	24.31	16.02	39.23	10.50	9.94	100	

หมายเหตุ...เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 -2.60 หมายถึง น้อย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึง มาก และ 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด

พฤติกรรมในชุมชนออนไลน์

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ค่อยเข้าร่วมกิจกรรมที่เว็บไซต์จัด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ที่เคยทำกิจกรรมดังกล่าว และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยพัฒนาความสัมพันธ์จากเพื่อนในเว็บไซต์ธรรมดาเป็นเพื่อนในโลกความเป็นจริง โดยมีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 (ดูตารางที่ 70)

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำกิจกรรมในชุมชนธรรมะออนไลน์

พฤติกรรมในชุมชนธรรมะออนไลน์		ใช่	ไม่ใช่	รวม
ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมในโลกความเป็นจริง เช่น การทำบุญ หรือกิจกรรมอื่นๆที่เว็บไซต์ธรรมดาจัดขึ้น	จำนวน	70	111	181
	ร้อยละ	38.7	61.3	100
ท่านเคยพัฒนาความสัมพันธ์จากเพื่อนที่รู้จักและคุยในเว็บไซต์ธรรมดาเป็นเพื่อนในโลกความเป็นจริง	จำนวน	55	127	182
	ร้อยละ	30.2	69.8	100
ท่านให้ความสำคัญกับการตอบกระทู้ในกระดานข่าวต่างๆเพื่อสะสมคะแนนและเพิ่มอันดับ/ตำแหน่งในชื่อบัญชี (user account)ของท่านในเว็บไซต์	จำนวน	18	162	180
	ร้อยละ	10	90	100

ผลการวิจัยในส่วนการเป็นชุมชนออนไลน์ สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเว็บบอร์ดธรรมะที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง จึงอาจจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ไม่ค่อยส่งเสริมการทำกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากการพบปะและพูดคุยเฉพาะในพื้นที่เว็บบอร์ดเท่านั้น

ตอนที่ 5 การประเมินการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพรตศาสนาต่าง ๆ และการเชื่อมโยงไปยัง Social Media

ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 61.5 หรือ จำนวน 88 คน มีบัญชีรายชื่ออยู่ใน Social Network โดย Social Network ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามใช้มากที่สุด คือ Facebook มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 40.87 รองลงมาเป็น Hi5 มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 22.12 โดยพบว่า Social Network ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ Social Network ที่อยู่ในหมวดสื่อสาร (ดูตารางที่ 71)

ตารางที่ 71 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบัญชีรายชื่อใน Social Network

Social Network	ร้อยละ	จำนวน
Facebook	40.87	85
Hi5	22.12	46
Youtube	17.79	37
Twitter	12.50	26
LinkedIn	2.88	6
Flickr	3.85	8

หมายเหตุ.. 1 คนสามารถมี Social Network ได้มากกว่า 1 ที่

ในเรื่องของการเชื่อมโยงเว็บไซต์ธรรมะกับ Social network ของผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 88.5 ไม่มีการเชื่อมโยง ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 11.5 มีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ดีเอ็มซี คิดเป็นร้อยละ 6.9 และพลังจิตร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 90.9 ไม่รู้จัก Social Media ของเว็บไซต์พลังจิต ใน Facebook และกว่าร้อยละ 92.0 ไม่รู้จักและติดตาม Social Media ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี ใน Facebook และกว่าร้อยละ 96.7 ไม่รู้จักและติดตาม Social Media ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี ใน Twitter และกว่าร้อยละ 90.0 ไม่เคยกดปุ่ม share หรือ กด like เพื่อแบ่งปันบทความในเว็บไซต์ดีเอ็มซี และเชื่อมโยงไปยังบัญชี Social Media ของตนเอง

บทที่ 6

ทัศนคติต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

จากการศึกษาการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศโดยผู้ใช้เว็บไซต์ด้วยแบบสอบถาม(Survey) ดังที่ได้นำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 5 แล้ว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ทราบและเข้าใจทัศนคติและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากมุมมองผู้ใช้ในเชิงลึก โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีความสนใจพระพุทธศาสนาและใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนทั้งสิ้น 9 คน

ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ที่มีความสนใจเรื่องพระพุทธศาสนาและใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงธรรมะทั้ง 9 คน ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเป็นผู้ที่มีความสนใจพระพุทธศาสนาและใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพระพุทธศาสนา มีอายุในช่วง 24 -45 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติต่อการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา โดยผู้วิจัยสรุปได้เป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. ประเด็นข้อแตกต่างระหว่างสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่ออื่นๆ
2. ประเด็นการสื่อสารธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
 - ทัศนคติต่อการสนทนาธรรมผ่านเว็บบอร์ดและการแชทรวม
3. ประเด็นการให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
 - ทัศนคติต่อการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
 - ทัศนคติต่อความเพียงพอของเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ต
 - ทัศนคติต่อการเผยแพร่ธรรมะด้วยซาราวาสและพระสงฆ์ทางเว็บไซต์
4. ประเด็นการเรียนรู้ธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
 - ทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาธรรมะทางอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน
 - ทัศนคติต่อการเรียนรู้ธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
5. ประเด็นการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
 - ทัศนคติต่อความใกล้ชิดกับธรรมะโดยสื่ออินเทอร์เน็ต
6. ประเด็นชุมชนธรรมะออนไลน์
 - ทัศนคติต่อการแทนที่กิจกรรมทางศาสนาและใช้เป็นวัดออนไลน์ในสื่ออินเทอร์เน็ต
7. ประเด็นการค้นหาทางจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
 - ทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณและยกระดับจิตใจ
8. ประเด็นการทำให้การคำในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
9. ประเด็นการแก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือเยียวยาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
10. ข้อจำกัดของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

1. ประเด็นข้อแตกต่างระหว่างสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่ออื่น ๆ

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้คนส่วนใหญ่หรือคนที่ไม่เคยรู้จักธรรมชาติได้เข้าถึงและรู้จักพระพุทธศาสนาได้มากขึ้นและเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาได้สะดวกขึ้น อย่างไรก็ตาม สื่อชนิดเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุก็ยังมีบทบาทในการสื่อสารในสังคมปัจจุบันอยู่ สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเสริมและแผ่ขยายช่องทางในการสื่อสารให้กว้างขึ้นเท่านั้น จากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ยังคงใช้สื่อสิ่งพิมพ์ควบคู่กันไปกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

สื่ออินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างที่เป็นข้อดีต่อกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ในแง่ของความรู้สึกเคยชินในการอ่าน โดยการอ่านจากหนังสือให้ความรู้สึกสบายตากว่าการอ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ ไม่ต้องเพ่งสายตาไปยังจอคอมพิวเตอร์ มีข้อดีที่ใช้งานง่ายที่สุด โดยไม่ต้องใช้ไฟฟ้าหรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ได้เนื้อหาธรรมะที่ต้องการ อีกทั้งหนังสือยังให้รู้สึกถึงความศักดิ์สิทธิ์ ความขลังของหนังสือที่ผู้อ่านสามารถสัมผัสและต้องได้ หยิบจับได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องความคุ้มค่าทางธุรกิจ การพิมพ์หนังสือจำนวนมากจากโรงพิมพ์จะทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลงซึ่งหากเป็นการพิมพ์หนังสือที่เล่มมาจากเครื่องพิมพ์ของผู้ใช้เอง ก็อาจจะมียอดสูงกว่าการซื้อหนังสือก็เป็นได้

“มันคนละ feel บางคนมองว่าหนังสือมันเป็นเรื่องที่น่าหลงใหล มันได้เปิดได้จับ ได้เก็บ”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“แต่ถ้าเลือกได้ จะเลือกอ่านมากกว่า”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“มองว่าหนังสือยังไงก็มีข้อดี คือ ถ้ามีหนังสือก็ยังเปิดอ่านได้อยู่ อยู่บนรถ หรืออยู่ในที่อับสัญญาณหรือที่ๆไม่มีไฟฟ้า หนังสือยังมีค่าอยู่ในฐานะที่เป็นความรู้โดยที่ไม่ต้องใช้ไฟฟ้ามียอดถูก มันมีประโยชน์อยู่จุดหนึ่งอยู่”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“แต่ในเรื่องความสะดวกตำราธรรมะเล่มใหญ่ๆ หรือสิ่งที่ต้องมีต้นทุนสูงๆในการผลิตออกมา มันก็อาจจะไม่สะดวกที่จะพิมพ์ออกมาเอง บางทีการเป็นหนังสืออาจจะเหมาะสมกว่า... แต่ถ้าในส่วนของความสะดวก ความเหมาะสม ความคุ้มค่าเชิงธุรกิจ เรื่องต้นทุนมันก็ต้องคิดหน่อย บางที พิมพ์เองที่บ้านมันอาจจะแพงกว่าที่เป็นรูปแบบหนังสือก็ได้ ถ้าอ่านในคอมฯมันจะมีความประหยัด แต่มันก็ยังไม่คล่องมืออยู่ดี เสียสายตาด้วยนะ และไม่ใช่ว่าต้นทุนมันเป็นศูนย์นะ มันก็ต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่าไฟ”

(ปากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

แม้ว่าการฟังไฟล์เสียงธรรมจะไม่สามารถให้บรรยากาศการเข้าร่วมกิจกรรมกับศาสนิกชนคนอื่น แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ชื่นชอบการฟังไฟล์เสียงธรรมะมากกว่า ด้วยเหตุผลของความสะดวกและเทคโนโลยีการบันทึกเสียงยังเอื้อให้สามารถบันทึกเสียงเทศนาธรรมได้โดยไม่มีเสียงอื่นรบกวน ทำให้มีสมาธิในการฟังและรับรู้เนื้อหาได้ดีกว่าการไปฟังธรรมที่วัดที่มีบรรยากาศทางสังคมซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีเสียงหรือสิ่งรบกวนอื่นๆ

“... ถ้าเทียบระหว่างฟังไฟล์เสียงกับไปฟังธรรมที่วัด ชอบฟังไฟล์เสียงมากกว่าเพราะมันสงบกว่านะ ถ้าอย่างไปรวมกัน มันก็แย่งกันฟัง บางคนก็ไม่ตั้งใจฟัง บางคนก็ลูกร้อง ถ้าเราไปโหลดมาฟัง เราก็อ่านอยู่คนเดียว ไม่มีคนมาทวง ไมค์ก็จ่ออยู่ที่ท่านคนเดียว”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

การรับเนื้อหาธรรมะจากการดูวิดีโอทางเว็บไซต์ด้วยการดูทางหน้าจอคอมพิวเตอร์กับการดูวิดีโอทางหน้าจอโทรทัศน์ไม่มีความแตกต่างกันในแง่อารมณ์ความรู้สึกในการรับเนื้อหา

“ให้อารมณ์ความรู้สึก บรรยากาศ ไม่ต่างกันเพราะท่านจะสอนเรื่องเดียวกัน ตัวธรรมะที่ให้ไม่ต่าง ความรู้สึกเลยไม่ต่าง ”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

แต่มีความแตกต่างกันในแง่ของบริบทแวดล้อมในการรับรู้เนื้อหาธรรมะและความเป็นส่วนตัวซึ่งส่งผลต่อวิธีการเลือกใช้สื่อเพื่อการปรับสภาพจิตใจและเพื่อให้คลายเครียดได้ เนื่องจาก การเปิดรับเนื้อหาธรรมะรูปแบบวิดีโอในสื่อโทรทัศน์มีความเป็นสาธารณะมากกว่าการเปิดรับในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีความเป็นส่วนตัวสูงกว่า เนื่องจากเครื่องรับโทรทัศน์มักจะอยู่ในพื้นที่ส่วนรวมของครอบครัวและใช้ประโยชน์ร่วมกัน ทำให้ผู้ใช้ไม่สามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างเป็นอิสระเมื่อเทียบกับการอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวและไม่สามารถเลือกดูเนื้อหาที่สัมพันธ์กับความต้องการได้จากสื่อโทรทัศน์

“ต่าง เพราะเราคิดว่าทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ เรามีความเป็นส่วนตัวมากกว่า ที่บ้านเรา ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่สาธารณะ แล้วอย่างที่เรากล่าวไปแล้ว บางครั้ง เรื่องบางเรื่อง เราอยากร้องไห้บ้าง หรือว่า ใช้ความคิด เราคิดว่า เปิดคอม อยู่คนเดียว เราสบายใจกว่า ”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

2. ประเด็นการสื่อสารธรรมะในเว็บไซต์ธรรมะ

ทัศนคติต่อการสนทนาธรรมผ่านเว็บบอร์ดและการแชทรวม

รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสนทนาธรรม คือ การสื่อสารในเว็บบอร์ด ด้วยการตั้งและตอบกระทู้ เนื่องจากรูปแบบของเว็บบอร์ดที่เปิดพื้นที่ให้สมาชิกตั้งกระทู้ถามเกี่ยวกับหัวข้อธรรมะที่สนใจหรือมีข้อสงสัย เพื่อให้สมาชิกท่านอื่นเข้ามาแสดงความเห็นต่อท้ายได้ โดยรูปแบบของเว็บบอร์ดที่สำคัญที่เอื้อให้เกิดการสนทนาธรรม คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน (Many-to-Many Asynchronous Communication) ซึ่งผู้ส่งสารสามารถเขียนข้อความทิ้งไว้ในหน้าเว็บเพจนั้นๆ ได้ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยที่ผู้รับสารรายอื่นๆ สามารถเข้ามาอ่านหรือเขียนข้อความตอบโต้กลับได้ในอีกช่วงเวลาหนึ่ง ในการสื่อสารดังกล่าว มีพื้นที่และเวลาให้กระทำการโต้ตอบผ่านกระบวนการคิด พิจารณาไตร่ตรอง กลั่นกรองความคิด อ่านทวนซ้ำ และเรียบเรียงคำตอบก่อนจะเพิ่มคำตอบลงไปในกระทู้นั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เนื้อหาประเภทธรรมะเป็นเนื้อหาที่มีความละเอียดและต้องการคำอธิบายที่ชัดเจน และการสื่อสารด้วยตัวอักษรทำให้เกิดการตีความได้มาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการเรียบเรียงเนื้อหาก่อนทำการสื่อสารออกไป

“ถ้าในเว็บบอร์ด ผมมีเรื่องหรือข้อสงสัยผมจะมาศึกษาค้นคว้าจากหนังสือที่เรามีก่อน แล้วค่อยมาพิมพ์ตอบ ผมไม่ชอบประเภทที่ว่าอ่านแล้วพิมพ์ตอบเลย มีความรู้สึกว่าคุณรู้ทางศาสนาไม่ได้เหมือนชุดความรู้ทางภาษาศาสตร์ที่พอเราให้ผิดไปแล้ว มันมีทฤษฎีใหม่มีลึกลับได้ แต่นี่คือ ชีวิตของเขาทั้งชีวิต ถ้ามันผิด คือมันไปแล้วกับการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้อง คือผมรับไม่ได้ พระสังฆธรรมจะต้องจริงเสมอ การคุยในเว็บบอร์ดมีสเปซให้กลับไปค้นคว้าก่อน ”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“การพิมพ์มันต้องอาศัยโครงร่าง การให้detail สำหรับ บางเรื่อง “

(บากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“ส่วนใหญ่ถ้าจะคุยประเด็นธรรมะ คุยกันในเว็บบอร์ด...แต่ผมว่าเรื่องธรรมะเป็นเรื่องละเอียดอ่อนกว่าที่จะแชทกันลอยๆ และมันอาจจะต้องการ reference”

(สุเมธ โสพต, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“ถ้าเป็นการพิมพ์ในเว็บบอร์ด เหมือนเราได้อธิบายเสร็จสรรพ เขาอ่านปุ๊บ เขาได้อ่านจบก่อน เพราะธรรมะเป็นเรื่องละเอียดอ่อน มันได้อธิบายกันได้ง่ายๆ เวลาเขียนมันก็ต้องมี introduction body conclusion”

(วรวิธดา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

ในทางกลับกันการแชทในห้องรวม ไม่เหมาะสมสำหรับการสนทนาธรรม แม้ว่าการแชทจะจำลองการสนทนาที่ใกล้เคียงกับการสนทนาในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากที่สุด แต่ไม่ได้รับความนิยมใช้ในการสนทนาธรรม เนื่องจากการสนทนาในห้องแชทรวมเร็วเกินไป ทำให้พิมพ์สนทนาโต้ตอบไม่ทัน ซึ่งเป็นอุปสรรคในการสนทนาที่ต้องการคำอธิบายโดยละเอียด นอกจากนี้ผู้สนทนาเปลี่ยนไปตลอดเวลา ผู้ใช้จึงไม่รู้ที่กำลังสนทนากับใครและมีความรู้ในระดับใด การแชทรวมเหมาะกับการสนทนาเรื่องทั่วไปมากกว่าการสนทนาเรื่องธรรมะ

“ไม่อยากจะใช้ chatroom เพราะว่ามันหลายคน คือเราคุยเรื่องพวกนี้[สนทนาธรรม] มันมีปัญหาหลายเปิดอะ พอเราตอบเสร็จ แล้วจะอธิบายต่อ คนอื่น ๆ ก็มาแย้งตอบ ..มันไม่ใช่ อะไรที่พูดคำเดียวแล้วทุกคนเข้าใจหมด ”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“พี่ว่าเวลาแชทมันคุยกันได้แค่สั้น ๆ แต่ถ้าคุยในเว็บบอร์ดมันได้อธิบาย มันมีการกลั่นกรองสิ่งที่อยากจะเผยแพร่ออกมา”

(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“การแชทรวม พี่ก็สงสัยนะว่าจะแชทกันทันทีเปล่า...วันเสียแต่ว่า ห้องรวมนั้นจะคุยกันเรื่องเดียวกัน หัวข้อเดียวกัน ถ้าคุยกันโดยไม่กำหนดหัวข้อนะ อย่างพี่กำลังพิมพ์ตอบอยู่นั้น หน้าจอมันเลื่อนไปแล้ว คนที่มาถามใหม่ เขาจะคิดว่าที่พี่ตอบ คือพี่ไปตอบเขา ซึ่งมันไม่ใช่ มันจะทำให้เข้าใจผิดได้”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“เคยแชทในเว็บไซค์อยู่ครั้งหนึ่ง มันเสียเวลามาก เลยเลิกคุยไปแล้ว พักหลังพอมันคุยเล่นเยอะ ก็เลยไม่คุย มันเสียเวลา ... อีกอย่างผมว่าเรื่องธรรมะมันไม่ใช่เรื่องที่คุยแบบฉาบฉวยได้ เรื่องที่ฉาบฉวย เรื่องนิดๆหน่อยๆที่พอจะแชทคุยกันได้ เช่น เรื่องในชีวิตประจำวันทั่วไป”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“..แต่ถ้าปฏิบัตินี้เราต้องเลือก บางคนปฏิบัติแล้วเขาเห็นนิรโรคันบ้าง หลงผิดบ้าง เขาไม่รู้เขาคิดว่าเขาได้อภิญญา ถ้าเราไปสนทนากับคนพวกนี้แล้วนอกจากจะหลงทางแล้ว ยังไม่มีประโยชน์”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

อีกทั้งการสนทนาธรรมยังเป็นการสื่อสารที่เน้นเนื้อหา (Content-oriented) มากกว่าการเน้นที่ตัวบุคคล (person-oriented)

“ผมคิดว่าการสนทนาธรรมกับบุคคลในที่สาธารณะในรูปแบบของเว็บบอร์ดจะเหมาะสมที่สุด เพราะหากต้องการสนทนาเรื่องไหนก็สามารถระบุได้ โดยมี content เป็นเรื่องหลัก เป็นจุดเริ่ม ไม่ใช่ตัวบุคคล เช่นหากผมมีความสงสัยในเรื่องอริยสัจสี่ ผมไม่สนหรือว่าใครจะมาตอบ แต่คุณช่วยมาตอบให้ผมฟังหน่อย บางคนอาจจะตอบมาในเชิงต่างๆ เช่น ความหมาย การนำมาปรับใช้ ฯลฯ”

(ปากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“ถ้าเป็นในเว็บบอร์ดในจะตรงกับความสนใจมากกว่า ก็จะมีการตั้งหัวข้อว่าคุยเรื่องนี้ๆ ก็จะมีคนเข้าไปคุยตามหัวข้อนั้นๆ”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

นอกจากนี้การสนทนาธรรมในเว็บบอร์ดยังมีความเป็นส่วนตัวและความเป็นนิรนามที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี

“ผมว่าเว็บบอร์ดเป็นรูปแบบที่เหมาะสมด้วยลักษณะรูปแบบของมัน การจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ห้องต่างๆ และเวลาใช้มันก็ไม่ต้องอ้อมค้อมแนะนำตัว ถ้ามีปัญหาอะไรก็โพสต์ลงไปได้ ชื่อที่ใช้เป็นชื่อแฝงก็ได้”

(ปากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“การพูดคุยในห้องแชท เหมือนเป็นการเปิดเผยความเป็นส่วนตัวมากเกินไป ถ้าโพสต์เว็บบอร์ดมันใช้ชื่อปลอมได้ แต่ถ้าเริ่มมีการเห็นหน้าเห็นตากันกับคนแปลกหน้า มันก็เยอะเกินไป”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“อย่างไรเว็บบอร์ดเนี่ย เรายังรู้สึกที่ไม่มีใครรู้จักเรา ...ตั้งนั้นอิสระในการแสดงความคิดเห็นมันต่างกันนะครับ ผมว่าถ้าเราไม่แสดงความคิดเห็นในที่ๆไม่มีใครรู้จักเรา มันก็สบายๆกว่านะ ในความเห็นผม ในขณะที่ถ้าเราต้องไปแสดงความคิดเห็นในที่ๆมีคนรู้จักเรา ว่าเราเป็นใคร บางทีเราก็ไม่กล้าพูดตรงไปตรงมามากนัก”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

3. ประเด็นการให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ด้วยคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์มีระบบ ระเบียบ มากขึ้นด้วยระบบฐานข้อมูล อันส่งผลให้การค้นหาข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกมากขึ้น ตลอดจนการทำให้ข้อมูลที่เคยมีปริมาณจำกัดเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างไม่จำกัดและสามารถเข้าถึงได้หลายๆคนพร้อมกัน นับว่าเป็นข้อดีและประโยชน์อย่างยิ่งต่อพระศาสนา

ระบบฐานข้อมูล (Database)

“อินเทอร์เน็ตทำให้หาความเข้าใจได้มากขึ้น ส่วนใหญ่เว็บไซต์จะจัดระบบระเบียบของหนังสือเอาไว้เป็นหมวดหมู่การค้นหาได้ง่าย ระบบคอมพิวเตอร์ก็รองรับระบบการค้นหาได้ดี เช่น เราต้องการค้นคำๆนั้น เราสามารถค้นดูได้ สุ่มดูได้ว่า คำสำคัญในบทนั้นๆมันมีมัย ถ้าเราอยากอ่านต่อไปในหัวข้อนั้นๆ เราก็ไม่ต้องอ่านทั้งหมด...แม้กระทั่ง ในเว็บไซต์ฟังธรรม เราเลือก topic ที่เหมือนกันแล้วเรียกให้มันมารวมกันไว้ เราจะได้ไม่ต้องนั่งฟังไปทุกเรื่อง ระบบฐานข้อมูลมันช่วยได้เยอะ”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

การหาข้อมูล (Information seeking)

“โดยส่วนตัวเข้าเว็บไซต์เพื่อหาความรู้เท่านั้น ถ้าจะไปทำบุญจะเน้นไปที่วัดใกล้ที่พักมากกว่า ก็จะมีไปถือศีลแปดเป็นประจำที่วัด”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“อินเทอร์เน็ตที่ดีที่พีใช้ คือ ในแง่สืบค้น รวดเร็วกว่า ดีกว่าไปเปิดหนังสือค้น”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“เหมือนเวลาเรามีข้อสงสัยเราจะเข้าไป search หาได้ง่ายขึ้น อย่างบางที่เราจะไปตามหาอ่านในหนังสือ มันหายาก เว็บไวต์บางที่มันเฉพาะเจาะจงเรื่องที่เราหาได้ มีความสะดวกและเนื้อหาเยอะ”

(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

การเข้าถึงง่าย สะดวก (Accessibility)

“เราว่ามัน on-demand นะ ...แต่สื่ออินเทอร์เน็ตมันสามารถทำได้ตาม timeframe ที่เราต้องการได้ เช่น มีคลิปพระเทศน์ เราไม่ต้องตื่นแต่เข้ามาฟังตอนเช้าเลยก็ได้ เรา

สามารถฟังเมื่อไรก็ได้ใน youtube จะหยุดฟัง หรือ ฟังซ้ำก็ได้ ดาวน์โหลดก็ได้ มันชัดเจนมาก อย่างตอนที่ผมอยู่อเมริกา ผมเข้าถึงเครือข่าย ผมก็เข้าถึงเนื้อหาธรรมได้ มันมีความอิสระในการรับสื่อ มันไม่จำเป็นต้องทำตามตารางของใคร...สามารถเข้าถึงข้อมูลเป็นจำนวนมากและทำได้สะดวก และยังสามารถแบ่งเข้าไปยังส่วนย่อยๆที่ต้องการได้สะดวก ไม่จำเป็นต้องทำตามรูปแบบ ไม่จำกัดสถานที่ ทำได้รวดเร็ว และรูปแบบของสื่อหาได้หลากหลาย ไม่จำกัดเรื่องเวลา ไม่มี office hours สามารถเข้าได้ 24 ชม เพียงแค่มียูทูปอินเทอร์เน็ทก็พอ”

(บากบัน แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“มีความรู้สึกว่ามัน adapt ให้เข้ากับชีวิตประจำวันมากขึ้น มันง่ายที่จะใช้ ง่ายที่จะเปิดมากขึ้น เพราะเราปฏิบัติธรรมอยู่แล้ว รู้สึกใกล้ชิดมากขึ้น โดยบางที่เราไม่ได้คิดถึงธรรมะเลย พอเราเปิดบีบีซีขึ้นมาดู เราก็เห็นธรรมะและรู้สึกว่ามันดีจริงๆ...อย่างเมื่อก่อนใครจะมานั่งตีตีตีมาฟัง”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

การมีอยู่ของข้อมูล (Availability of content)

“ถ้าลองเทียบหนังสือเรื่อง หยตหน้าบในใบบัวอาจจะต้องอ่านเฉลี่ยหนึ่งเล่มต่อหนึ่งหมื่นคน ถ้าเป็นหนังสือละครับ แล้วในขณะที่ถ้าหนังสือเล่มนี้อยู่ในอินเทอร์เน็ต เราจะเปิดอ่านพร้อมๆกันก็ได้ ไม่ต้องแย่งกัน ก็จะกลายเป็นว่าหนังสือเล่มนี้มีจำนวนเป็นอนันต์ อย่างผมชอบอ่านมาก ผมก็ปริ้นออกมาอ่าน เย็บเล่มหรือปริ้นแจกก็ได้ เปิดช่องทางให้เกิด reproduction ก็ได้”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

ทัศนคติต่อการใช้สื่อ Multimedia ในการนำเสนอเนื้อหาธรรมะ

ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้

เห็นด้วยกับการใช้สื่อ Multimedia ช่วยให้เข้าใจธรรมะมากขึ้น

“เด็กชอบดูการ์ตูนธรรมะ การ์ตูนแอนิเมชันที่มีการสอนแทรกเข้ามา... พระบางรูปเป็นชาวอีสานก็ฟังแล้วเข้าใจยาก แต่บางไฟล์เสียงที่มีคนเอาคำพูดของพระมาอ่านใหม่ พูดใหม่ เสียงนุ่ม ฟังง่าย มีเสียงดนตรีประกอบอย่างนี้ ชอบ การฟังต้องมีบรรยากาศ เช่น ก่อนเข้าเรื่องก็มีเสียงเพลงมาก่อน ยิ่งเป็นเสียงอ่านหนังสือยิ่งดี รู้สึกว่าเป็นธรรมะบันเทิง... วิดีโอธรรมะก็ดีชอบ เราเคยฟังของวัดธรรมกาย เราว่าดี เสียงพระชัดมัชโยท่านก็เทศน์เสียงเย็น พูดแล้วเข้าหูเรา พูดแล้วน่าฟัง พูดแล้วทำให้นึกถึงได้... ยิ่งเป็นแอนิเมชัน

เมชันยิ่งชอบ ที่อื่นไม่มีสื่อแบบนี้ ... จริง ๆ แล้วชอบดูธรรมะมากกว่าชอบฟัง แต่ว่าสื่อแบบนี้ไม่ค่อยมี”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“ถ้าดูรายการคำคมประจำวัน มันจะโดดเด่นมากที่ฉากสวย คงจะเป็นที่ production ของช่องเจ็ด ที่สวย มีเทคนิคการถ่ายทำให้สวย น่าสนใจ มีตัวหนังสือตามที่ที่ท่าน ว. พุด ทำให้คนดูได้เห็นท่าน ว. ได้ฟังและได้อ่านไปพร้อม ๆ กับเห็นหน้าท่าน แต่ถ้าท่านมาพูดหนึ่ง สอง สาม แล้วท่านก็ไป เราจะได้ไม่เท่ากับที่มีตัวหนังสือขึ้นมาข้างล่างด้วย”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

มีความเห็นเป็นกลาง มีหรือไม่มีก็ได้ ไม่จำเป็น

“สิ่งที่ได้นั้นต่างกันบ้าง แต่ไม่ได้ต่างกันมากนักนะครับ การที่ผมเข้าเว็บไซต์มาดูวิดีโอเทศนาธรรมของพระ โดยใจจริงแล้วผมอยากเข้ามาฟังเนื้อหาที่ท่านพุด ซึ่งทั้งการดูวิดีโอหรือว่าการฟัง ตอบโจทย์ของผมได้ทั้งสิ้น ถ้ามีการใช้ multimedia หรือ slideshow ภาพประกอบ ผมว่ามันก็ช่วยให้เข้าใจมากขึ้นในระดับหนึ่ง แต่คิดว่าเป็นไม่ได้จำเป็นมาก แต่อย่างไรก็ดีบางทีอาจจะมีย่อจำกัดเรื่องความเร็วอินเทอร์เน็ต broadband หรือที่ๆมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตอ่อนก็จะได้รับเนื้อหาธรรมตรงนั้นได้ไม่สมบูรณ์”

(ปากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“ถ้าเทียบการฟังไฟล์เสียงกับการดูวิดีโอ พี่ว่ามันไม่ต่างกันหรอก เพราะส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับเนื้อหา ความใส่ใจของผู้ฟังมากกว่า... การมีมัลติมีเดียต่างๆในวิดีโอ ก็ไม่ได้ช่วยให้การศึกษาธรรมะให้เข้าใจมากขึ้น เพราะธรรมะไม่จำเป็นต้องรู้เยอะ มันอยู่ที่เรารับมาปฏิบัติมากกว่า”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

ไม่เห็นด้วยกับการใช้สื่อ Multimedia เพราะไม่ช่วยให้เข้าใจธรรมะมากขึ้น

“ผมว่าการดูภาพเคลื่อนไหว มันทำให้เราเสียสมาธิ มันกลายเป็นที่เราไปจับอากัปกริยาของผู้พูดมาก ถ้าฟังเสียง เราจะพยายามฟังแต่น้ำเสียงและเนื้อหา การมีแต่เสียงทำให้เราตั้งใจฟังมากขึ้น บางทีการมีอากัปกริยา มันกระจายความรับรู้ของเรา”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“แต่วิดีโอเทศนาคำสอนต่างๆ จริงๆไม่ต่างจากฟังเสียงนะ เพราะสาระจริงๆอยู่ที่คำพูด แม้วิดีโอธรรมะนั้นจะประกอบด้วย multimedia เป็นภาพหรือสไลด์ประกอบการ

เทศนาของพระ พี่ก็คิดว่ามันไม่ได้ช่วยอะไร เพราะสาระอยู่ที่คำพูดของพระมากกว่า อย่างนรก สวรรค์เป็นภาพให้เห็น แต่มันไม่ได้ทำให้เราเข้าใจธรรมะมากขึ้น มันแค่รู้ว่าทำไม่ดี แล้วเจอย่างนี้ มันเป็นแค่การเพิ่มความหนักแน่นว่าเราจะไม่ทำอย่างนี้”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

ทัศนคติต่อความเพียงพอของเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันมีเนื้อหาธรรมะในปรากฏในสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากและครอบคลุมเนื้อหาธรรมะในส่วนปริยัติธรรม

“ผมคิดว่าเพียงพอครับ ถ้าในเว็บ ๆ หนึ่งอาจจะไม่พอ สำหรับหลายๆเว็บรวมกัน...ผมว่าในหัวข้อปริยัติธรรมในภาคส่วนการเวียนุทธธรรม อินเทอร์เน็ตทำได้ครอบคลุมมากที่สุดแล้ว ทั้งการรับรู้ทาง ตา หู ต่าง ๆ แต่ถ้าเป็นปฏิเวธ ขนาดหนังสือยังหายากเลย”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“คิดว่าเนื้อหาธรรมะมันก็มีมากกว่าในสื่ออื่น ๆ นะ”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“คิดว่าครอบคลุมแล้ว เพราะจริง ๆ แล้วธรรมะขึ้นอยู่กับจริตของแต่ละคน ที่มีเยอะ แค่เพื่อให้ครอบคลุมกับจริตต่าง ๆ กันของ... มันไม่ได้มีเยอะเพื่อให้เรารู้ทั้งหมด”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“น่าจะมากเกินไปพอแล้ว ถ้าเปิดดูทุกเว็บ พระไตรปิฎก 80 กว่าเล่มก็มีในเว็บไซต์หมดแล้ว ถ้าจะเอาความพร้อมของเนื้อหาในเว็บไซต์ทั้งหมด ผมว่าน่าจะเกินพอแล้ว”

(สุเมธ โสพต, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“พี่ก็ยังเป็นผู้เริ่มต้นเองนะ แต่สำหรับพี่ตอนนี้ หาคะไรก็เจอ แต่ในแง่ของปริยัติเท่านั้นนะ ค่ะ เป็นข้อมูลเฉย ๆ เพราะสุดท้ายแล้วธรรมะมันคือการปฏิบัติ”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

ทัศนคติต่อการเผยแพร่ธรรมะด้วยขรรวาสและพระสงฆ์ทางเว็บไซต์

หากเป็นข้อมูลที่มาจากพระสงฆ์โดยตรง จะมีความน่าเชื่อถือสูง เช่น ไฟล์เสียงธรรมจากพระที่มีชื่อเสียง หากแต่เป็นข้อมูลจากขรรวาสในการตั้ง/ตอบกระทู้ต่าง หรือด้วยวิธีการอื่น ๆ ต้องใช้วิจารณญาณส่วนบุคคลและการพิจารณาตามเหตุตามผลเป็นสำคัญ

“การฟังจากไฟล์เสียงสร้างความน่าเชื่อถือจากเนื้อหาที่ฟัง เพราะฟังจากไฟล์เสียงที่พระเป็นคนพูดเอง ... ฟังเพื่อเอาเนื้อหาหลักมากกว่า ... ต้องหาพระที่เราคิดว่าเขาเป็น

ผู้รู้ เช่น หลวงพ่อชา หลวงตามหาบัว ก็ไปโหลดไฟล์เสียงของท่านมา พอมานั่งฟังธรรมจากท่านเราจะไปไม่ผิดทาง... “ในมุมมองของขรรวาสเผยแผร์ศาสนา คือ ผู้รับสารต้องพินิจพิจารณาเอง คือ ขรรวาสบางคนก็รู้จริงก็มี ที่รู้ไม่จริงก็มี ข้อมูลมันมีอยู่ มันเป็นดาบสองคม กล่าวคือ ผู้ฟังต้องพิจารณาก่อน”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“พี่เลือกที่จะฟังพระสงฆ์มากกว่าขรรวาส พี่ยังติดยึดในพระสงฆ์ที่มี 227 ข้อ ไม่งั้นจะแบ่งแยกพระสงฆ์ออกจากขรรวาสทำไม พี่ยังเชื่อมั่นในศีลที่มากกว่าคนธรรมดา แต่ก็แน่นอนพระที่ไม่ได้ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบก็อาจจะมศีลน้อยกว่าคนธรรมดาก็ได้ ถ้าวัดจากภายนอก พี่ก็มองพระเป็นคนที่ดึงตัวเองให้ออกห่างจากกิเลสแล้วอะ ดังนั้นพี่เลยจะเชื่อพระมากกว่า... ขรรวาสก็เป็นกัลยาณมิตร ก็มีอะไรมาแลกเปลี่ยนกัน แต่การอ่านข้อมูลต้องอ่านอย่างพิจารณามากหน่อย เกณฑ์ที่ดูว่าน่าเชื่อถือหรือไม่”

(วรัทธา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“เรารวมนาน่าเชื่อถืออยู่แล้ว เพราะว่าเราตามแต่พระ ฟังแต่พระ ส่วนคำพูดของขรรวาสเรารวมาความน่าเชื่อถือมันขึ้นอยู่กับวิจรรย์ญาณของเราเอง”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

อีกทั้งยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลธรรมะที่ให้โดยขรรวาส อย่างไรก็ตาม ปัญหาการนำเสนอเนื้อหาโดยขรรวาสและความน่าเชื่อถือ มีระบบการให้คะแนนในเว็บบอร์ดโดยสมาชิกและการกำกับดูแลกันเองโดยสมาชิกเว็บบอร์ดและเว็บมาสเตอร์

“แต่ในแง่ Community ในการใช้อินเทอร์เน็ตแบบนี้ต้องระวัง เพราะว่า คนที่เข้าไปคุยมีร้อยพ่อพันแม่ มีทั้งรู้จริงบ้าง ไม่รู้จริงบ้าง ในนั้น[อินเทอร์เน็ต] มีทั้งของถูกและไม่ถูกของดีและไม่ดี ต้องระวังเรื่องเนื้อหา ความถูกต้องของเนื้อหา น่าเชื่อถือรีเปลา่ ตรงตามหลักการรีเปลา่ เป็นเรื่องที่น่ากลัว บางข้อความอาจจะเป็นเพียงข้อคิดเห็น อาจจะไม่ใช่ความจริงเท็จแต่ประการใด... ที่นี้พี่ว่า การคุยกันแบบนี้มันไม่ค่อยดี มีข้อไม่ดีอยู่ คือ การสนทนาธรรมในเว็บบอร์ด มันมีโอกาสผิดมีเยอะกว่าถูก ... มีคนไม่รู้เยอะกว่ารู้แล้ว พี่อยากบอกว่า คนที่ปฏิบัติถูกจนบรรลุแล้วเนี่ย เขาไม่โพสนะ คนที่ไม่บรรลุจะมาโพส คนโพสเขาไม่รู้ คนรู้เขาไม่โพส”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“ผมว่าน่าเชื่อถือน้อยนะครับ... เพราะมีการ quote ซ้ำบ่อยๆ คนที่มาเขียนเป็นใครก็ไม่รู้ และผมเคยอ่านแล้วมันทำให้เข้าใจผิด หรืออย่างบางคน quote ข้อความมาแล้วพอมีคนมาถาม เขาอธิบายไม่ได้ ดังนั้นผมว่ามันก็เชื่อถือไม่ได้ เพราะขนาดเขาเป็นคนเอา

มาโพสต์เอง เขายังไม่เข้าใจ มันก็อธิบายไม่ได้ เว็บไซต์นั้นเลยดูไม่น่าเชื่อถือไปเลย
ความสำคัญของมันไม่มี”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“จุดอ่อนของการเป็น community คือ ข้อมูลต่างๆที่มีคนมาให้ไว้ อาจจะมีประเด็นเรื่อง
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลอยู่บ้าง แต่ว่ามันก็เป็นตลาดเสรี ที่ใครจะเชื่ออะไรยังไงก็ได้..
มันก็ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณ อย่างน้อยมันก็โตโลกทัศน์ที่กว้างขึ้น ...คนที่มีวิจารณญาณก็
ดูว่ามีหลักฐานน่าเชื่อถือมั๊ย ...แต่คนที่ไม่มีความรู้ก็หลงเชื่อไปหมด...แต่ปัญหานี้ก็
ได้รับการจัดการแก้ไขได้ด้วยเจ้าของเว็บไซต์อยู่เสมอ เขาก็ไม่ได้ละเลย อย่างตอนหลัง
เขาก็จะมีเครื่องมือเครื่องมือ อย่างคนที่ถูกกล่าวหา หรือกล่าวหาคนอื่นโดยไม่มีข้อมูล
สมาชิกคนอื่น ๆ ก็สามารถโหวตลบกระทู้นั้นได้เลย หรือลบเฉพาะความคิดเห็นนั้นๆทิ้ง”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

แต่หากพระสงฆ์ออกมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากเกินไปหรือใช้ Social Media ด้วยตัวเอง
จะไม่เพิ่มความน่าเชื่อถือของเนื้อหาธรรมะ แต่จะก่อให้เกิดวิกฤตศรัทธาและความเคลือบแคลง
สงสัยในพระสงฆ์รูปนั้นๆ

“ถ้าสื่อสารกันโดยชมราวาสมันก็จะมีปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือด้านข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ถ้า
เป็นพระมาตอบกระทู้เองอะไรเอง บางทีผมเห็น ผมก็รู้สึกตะขิดตะขวงใจนะ ว่า เอ.. นี่
ไม่ใช่กิจของสงฆ์นะที่จะมาตอบกระทู้ ท่านน่าจะเอาเวลาไปปฏิบัติ แล้วมันก็เกิดวิกฤต
ทางศรัทธาขึ้นมาอีก ว่าพระใช้สื่อไอเทคเกินไป วันๆท่านตอบหลายกระทู้เหลือเกิน มัน
ก็มองในแง่ไม่ดีอีก”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“ถามจริงๆ พี่ก็ไม่ชอบนะ แต่บางคนก็จะบอกว่า สักแต่กิริยา อย่าไปติด อย่าไปยึดมั่นว่า
อันนี้ต้องเป็นอย่างนี้ แต่ถ้าถามตอนนี้ก็ยังสงสัยอยู่นะ ว่าควรหรือไม่ควร ในอินเทอร์เน็ต
คือมันเห็นทุกอย่าง มันทำให้เกิดสิ่งเร้า มันทำให้เราคิดว่าแล้วท่านจะไปคลิกลงอย่างอื่นรี
เปล่า มันก็เป็นข้อสงสัยของคนทั่วไปได้”

(วรริชดา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“ถ้าพระใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาธรรมะ คิดว่าไม่เหมาะ เพราะว่า โดยธรรมชาติของพระ
เขาเป็นผู้ขอ ถ้าไม่มีคนถวายพระจะมีคอมฯใช้ใ้ใจ และพระก็ห้ามขอ เลือกลงไม่ได้
ด้วย คือมันผิดตั้งแต่การได้มาของของสิ่งนั้นแล้ว ถ้ามีสาธุชนเอามาถวายได้ละ ได้ แต่พี่
ว่าส่วนใหญ่ คือไปหามาเอง พี่ถึงบอกว่ามันไม่ควร”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“แต่ถ้าพระเล่น facebook twitter ผมคิดว่ามันก็อดคิดไม่ได้ว่ามันเหมาะสมหรือไม่”

(ปากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“แต่ถ้าพระเล่นเอง มันก็เป็นการเล่น ถือว่าผิดวินัยสงฆ์ เพราะกฎข้อหนึ่งคือ ห้าม
ผลิตเพลิน อย่งในศีลแปด ก็ผิดแล้ว มันก็ไม่ควรแล้ว และก็ดูไม่น่าเชื่อถือ”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

ทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤตศรัทธา คือ พระสงฆ์ควรมีตัวกลางหรือให้ฆราวาส
กระทำการในโลกอินเทอร์เน็ตแทน

“หรือมองในอีกแง่หนึ่ง เป็นกิจการของวัดที่ลูกศิษย์ลูกหาทำให้ อย่างท่าน ว. ท่านก็มี
เว็บไซต์ของท่าน มีบล็อกของท่าน ลูกศิษย์ลูกหาที่มาอัปโหลดให้ ดาวนั้โหลดหนังสือมา
ใส่ให้ ผมว่า แบบนี้มันก็เกิดความพอดีนะ”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“เรื่องพระกับเทคโนโลยี พี่ก็มองว่าควรมีฆราวาสเป็นคนนำ เว็บพวกนี้ ส่วนใหญ่จะ
จัดทำโดยลูกศิษย์ ลูกศิษย์จะเป็นคนไปถามคำถามพระอาจารย์ตามที่มีคนมโพนถามไว้
แล้วเอาคำตอบจากพระอาจารย์ไปโพสต์ตอบ แต่โดยตัวท่านเอง ท่านไม่ได้มาแต่ต้อง
อะไรตรงนี้ พี่เห็นด้วยว่าควรมีตัวกลาง ถ้าพระมาลงมือทำ จัดหน้าเว็บอะไรอย่างนี้ พี่
ก็ว่าไม่เหมาะสมเหมือนกัน”

(วรัธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

4. ประเด็นการเรียนรู้ธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการเปิดรับเนื้อหาธรรมะทางอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน

การเปิดรับสื่อธรรมะแต่ละรูปแบบขึ้นอยู่กับความชอบ (จริต) ของแต่ละบุคคลและขึ้นอยู่กับ
กิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคล ดังนั้นวิธีการเปิดรับเนื้อหาธรรมะก็แตกต่างกันไปตามกิจกรรม
และวิถีการดำเนินชีวิต

เปิดรับธรรมะตามความชอบ (จริต)

“การอ่านนี่แตกต่าง เพราะการอ่านนี่ช้า อ่าน ชืด เน้น ในส่วนที่ต้องการได้ การเห็นตัว
เห็นรูปทำให้เราจำได้ มันจะสถิตยั้แน่นมากกว่า ทำให้เข้าใจได้มากขึ้น ... แต่ถ้าเป็นการ

ฟัง เรามีข้อสงสัย เราต้องจดลงทันที ซึ่งมันยากมาก... หนังสือถ้าไม่ต้องต่อเน็ตก็อ่านได้ ... ถ้าเป็นคำเดียวกันพอมาอ่าน ทวนด้วยสายตาอีกทีหนึ่ง ผมกลับเข้าใจมากกว่า หรือว่าหยุดคิดได้ก่อนอ่านต่อไป”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“คิดว่ามัน[ฟังไฟล์เสียง]สบายกว่านะ มีคนมาพูดให้ฟัง มันเปิดรับได้ง่ายกว่า สะดวกกว่า อย่างอ่านหนังสือ มันก็อ่านในรถไม่ได้ แต่ฟังในรถได้ เวลาฟังมันเอาไปได้ทุกที่”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“ผมชอบทั้งคู่เลยนะครับ ทั้งไฟล์เสียงและการอ่าน แต่ไฟล์เสียงอาจจะมากกว่า จริตผมชอบฟังมากกว่าชอบอ่าน เพราะความซับซ้อนมันน้อยกว่า และมันสะดวกกว่า...แล้วมันก็สามารถประกอบในชีวิตประจำวันได้ และทำอย่างอื่นไปได้ด้วย ไม่เสียเวลาทำอย่างอื่น”

(บากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“เราไม่ชอบอ่านหนังสือ อ่านไปก็ง่วง ไม่เก็ท อ่านแล้วตีความไม่ได้ และชอบฟัง แต่ถ้าให้ไปฟังพระพูด ก็เบื่อกิ่งง ...แต่บางไฟล์เสียงที่มีคนเอาคำพูดของพระมาอ่านใหม่ พูดใหม่ เสียงนุ่ม ฟังง่าย มีเสียงดนตรีประกอบอย่างนี้ ชอบ”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

เปิดรับธรรมะตามลักษณะกิจวัตรประจำวัน

“อ่านมันต้องใช้ที่เงียบๆ ถึงจะเหมาะกับการอ่าน แต่การฟัง ฟังที่ไหนก็ได้ เดินทางก็ฟังได้ ทำอะไรอยู่ก็ฟังได้ เงียบๆ ไซ้ที่ในการฟังมันน้อยกว่าการอ่านหนังสือ ที่ต้องการหนังสือ สถานที่ในการอ่าน สิ่งแวดล้อมต้องเงียบ แต่การฟังไม่ต้องเงียบก็ฟังได้ นั่งรถก็ฟังได้ ไม่เสียสายตา การฟังต้องการใช้แค่อุปกรณ์ ซึ่งเดี๋ยวนี้โทรศัพท์ก็ฟังเพลงได้อยู่แล้ว มันก็เลยง่าย ”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“อย่างเวลาที่เราต้องการพักสายตา เวลากลางคืน การอ่านก็ไม่สะดวก เราก็ใช้ฟังเอา หรือช่วงเวลาที่เราทำงาน งานเราไม่ได้ยุ่งมากหรือไม่มีใครมาประชุมด้วย เราก็เปิดเบาๆ ในห้องทำงานได้ หรือบางตัวก็สามารถเปิดอ่านออนไลน์ได้ ถ้าเป็นการอ่านนี้ เราต้องทิ้งทุกอย่างไปหมดเลย ใช้ช่วงหลังเลิกงานมาตอบกระทู้ อ่านกระทู้”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

ทัศนคติต่อการเรียนธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

อินเทอร์เน็ตเข้ามาทำให้การสื่อสารเรื่องพระพุทธศาสนามีความรวดเร็ว สะดวก เข้าถึงง่าย เข้ากับวิถีชีวิตในปัจจุบัน เปิดโอกาสให้เรียนธรรมะได้เพิ่มขึ้น สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเข้ามาเสริมและแทนกิจกรรมทางศาสนาและการฟังธรรมได้บางส่วน แต่ไม่ได้ช่วยให้เข้าใจธรรมะได้มากขึ้น เพราะมันขึ้นอยู่กับปฏิบัติของแต่ละบุคคล เนื่องจากพระพุทธศาสนาต้องปฏิบัติ

“ถ้าจะเอาความพร้อมของเนื้อหาในเว็บไซต์ทั้งหมด ผมว่าน่าจะเกินพอนะ เหลือแต่ว่าเราจะเอาจริงรีเปล่า”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“คนส่วนใหญ่ที่เล่นอินเทอร์เน็ตแล้วไปอ่านธรรมะอาจจะหาเรื่องทำบุญ ทำทาน มันไม่ได้ทำหาเพื่อเริ่มปฏิบัติ ธรรมะมันอยู่ที่การปฏิบัติ มันไม่ใช่อ่านรู้จำ แล้วไม่ได้เอาไปใช้”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“อินเทอร์เน็ตเป็นการเปลี่ยนรูปแบบเฉย ๆ นะ แต่ไม่ได้ช่วยให้เข้าใจมากขึ้น ณ จุดทำแล้วความเข้าใจในธรรมะ มันขึ้นอยู่กับบุคคลเลยนะ พี่ว่ามันคนละส่วนกัน พี่คิดว่าอินเทอร์เน็ตไม่ได้ช่วย มันแค่เป็นรูปแบบหนึ่งเท่านั้นเอง ... มันไม่ทำให้ได้รับธรรมะเพิ่มขึ้นจากเดิม เพราะการที่เราจะรับธรรมะเข้ามาที่ตัวเรา มันมี process อยู่ที่เราจะรับมันเข้ามารีเปล่า トラบไตที่เราไม่ไป grab มันเข้ามา เราก็ไม่มีทางได้”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

5. ประเด็นการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อความใกล้ชิดกับธรรมะโดยสื่ออินเทอร์เน็ต

ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ทำให้เข้าถึงเนื้อหาธรรมะได้ง่ายขึ้น ทำให้คนรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น ด้วยการฟังไฟล์เสียง การดูวิดีโอ การเปิดรับข้อมูลธรรมะทางเว็บไซต์ และ/หรือ Social Network หรือทางโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

“ทุกวันนี้คิดว่า facebook กับ twitter มันใกล้กับเรามากที่สุด เพราะเรากด like แต่ครั้งเดียวมันก็เข้ามาเลย มันเหมือนเป็น status ของเพื่อนที่เราต้องอ่านอยู่แล้ว มันเห็นอยู่แล้ว มันใกล้ตัว เพราะข้อความมันน้อยและมันสั้นด้วย ไม่ต้องอ่านนาน”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“การใช้ social network ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น เพราะว่ามัน feed เข้ามาหาเราเอง ทำให้ได้เรียนรู้และได้เตือนสติทุกวัน”

(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“ผมว่ามันก็ได้ทุกวิธีนะ ถ้าเราสนิทสนมอยู่ ก็รู้สึกที่เราเข้าไปใกล้ธรรมะ เพราะเนื้อหาที่เราพูดคุยอยู่ เพราะว่าเราต้องนึกใคร่ครวญเวลาเราจะตอบ การมี facebook ก็ทำให้เรารู้สึกเข้าไปใกล้ธรรมะมากขึ้น เพราะเราก็มียุติเพื่อนที่ไปวัดด้วยกันเยอะเลย แล้วfacebook นี่ดีมาก มันทำให้เราเห็นอะไรอัปเดต ข้อมูลข่าวสารได้เร็ว เราเปิดacebook ของเรา เราก็มองเห็นคนนั้นคนนี้คุยเรื่องธรรมะกัน ก็ได้ประโยชน์ ก็เป็น Community ได้ดีเลย... เพราะว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย...”

(สุเมธ โสภต, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“เราว่าทั้งฟังและอ่านสวดมนต์ เพราะว่า เป็นข้อความที่เขาย่อยมาแล้ว เป็นเรื่องที่โดนใจ เราเห็นความดี ความบอญว่าม่น้อยอยู่กับเราตลอดเวลา”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

6.ประเด็นชุมชนธรรมะออนไลน์

ทัศนคติต่อการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์และในSocial Media

ชุมชนธรรมะออนไลน์ได้เกิดขึ้นแล้วในเว็บไซต์ เห็นได้จากมีการสนทนาโต้ตอบกันและมีการบอกบุญ การแจ้งข่าวและนัดสมาชิกในเว็บไซต์หรือเว็บบอร์ดให้ออกไปทำกิจกรรมงานบุญร่วมกัน

“พี่เห็นเขาตั้งกลุ่มขึ้นมา มีคนชวนกันไปทำกิจกรรมต่างๆ เช่น กฐิน ผ้าป่า และเห็นมีการช่วยเหลือกันเยอะ คนไหนมีปัญหา เห็นเขาเอาธรรมะมาเตือนสติกันและกัน ในระดับของปัญหาทางโลกทั่วไป”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“ผมว่าเป็นชุมชนธรรมะเต็มรูปแบบแล้วนะครับ อย่างเว็บลานธรรม เขาก็มีนัดเจอกัน นัดมารู้จักกัน เป็นชุมชนที่เข้ามาในชีวิตประจำวันได้... ส่วนใหญ่คือ เข้าเว็บไซต์ก่อน แล้วได้คุยกับหลวงพ่อบุญที่ท่านยังไม่ได้อ่าน แล้วก็พูดคุยกันแล้วก็มาสนทนากัน นัดกันไปฟังธรรมะอะไรอย่างนี้ครับ เป็นสื่อที่นำไปเข้าวัด ”

(สุเมธ โสภต, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“บางคนเข้าเป็นประจำ ดูจากคะแนนที่เขาเข้าเว็บบอร์ดสูงๆ มีเขาประจำมาตอบ มีการชวนกันออกไปทำบุญในชีวิตจริง เห็นจากที่มีการจัดกิจกรรมหลายครั้ง”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

นอกจากนี้ Social Media ยังช่วยให้เกิดชุมชนออนไลน์ที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้มากขึ้น อีกทั้งให้ความรู้สึกมีส่วนร่วมกับชุมชนนั้นๆมากกว่าเว็บไซต์ เพราะปัจจัยพื้นฐานของเครือข่าย Social Media คือ สายสัมพันธ์ของเพื่อนหรือคนรู้จักกันมาเชื่อมโยงกันไว้ และด้วยลักษณะของ Social Media ที่เป็นสื่อเชิงรุก (Active) ที่สามารถส่งข่าวของเพื่อนหรือจากคนที่เชื่อมโยงกันไว้ให้มาถึงผู้ใช้และผู้ใช้ยังสามารถส่งข้อความหรือเผยแพร่ข้อมูลต่างๆได้ด้วยตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากเว็บไซต์ที่เป็นสื่อเชิงรับ (Passive) ที่ผู้สนใจต้องเข้าไปหาที่เว็บไซต์นั้นๆเอง

“พอเรามีfacebook มันเข้ามาอยู่ในมือถือของเรา ก็คือ มันเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของเราแล้ว ... มันง่ายกว่าการที่เราไปเข้าเว็บไซต์เสียอีก เหมือนเราอ่านทุกเช้า อ่านเมื่อไรก็ได้ตลอด มันเข้ามาหาเราเอง... มันเป็นธรรมชาติที่เรารู้สึกเข้ามาหาตัวเอง เป็น active ขึ้นมาจากเดิมที่เป็นสื่อธรรมชาติแบบ passive ซึ่งเว็บไซต์ก็ถือว่าเป็น passive แม้ว่ามันจะมีการอัปเดต คือเราต้องเข้าไปหามันเอง เราก็มารู้ว่ามันอัปเดต”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“อย่างไร facebook ของพี่กลุ่มเพื่อนที่แอดกันมา เขาก็จะส่ง invite เรื่องการไปทำบุญมาให้ ว่าเราจะไปหรือไม่ไป รู้สึกว่ามันมีส่วนร่วมในกิจกรรม... มันสร้างบรรยากาศให้เรา รู้สึกตั้งอยู่ในธรรมชาติตลอด เพราะส่วนใหญ่ที่เอามาโพสต์ เป็นพระธรรมคำสั่งสอน เช่น ที่พี่มีจะเป็นพุทธพจน์จากพระไตรปิฎก และเรารู้สึกมีส่วนร่วมไปด้วย ได้ร่วมอนุโมทนาไปด้วย”

(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“ถือว่ามีดี เพราะเป็นอีกช่องทางหนึ่ง จากเดิมที่ว่าเว็บไซต์แพร่กระจายเร็วแล้วนะ Social Network นี้เร็วยิ่งกว่า ถือว่า และรู้สึกใกล้ชิด รู้สึกมีสายสัมพันธ์บางอย่าง และมันใช้สายสัมพันธ์เป็นการกระจายให้รวดเร็ว ... พี่คิดว่า เมื่อก่อน อินเทอร์เน็ตมันเป็นของที่กองอยู่ตรงนั้น เราเป็นคนเข้าไปหา เป็น Passive แต่เดี๋ยวนี้ Social Network มัน Active มันเข้ามาหาเราแทน คือเราไม่เข้าไปเปิด มันก็ไม่มีอะไร ต้องอยากรู้ก่อนถึงเข้าไปเปิดเว็บไซต์หามัน แต่เดี๋ยวนี้ คือ ทุกคนเข้า facebook มันเข้ามาหาเลย มันเป็นอีกทางหนึ่งถึงเนื้อถึงตัวมากขึ้น”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“มันช่วยให้เจอบรรยากาศง่ายขึ้น ง่ายขึ้น พี่ชอบมากกว่าเว็บไซต์นะ เพราะว่าเราไม่ต้องคลิกเข้าไปดูเอง อันนี้มันง่าย เหมือนมันมาเสิร์ฟไว้เลย ในชีวิตประจำวันเราต้องเปิดดูอยู่แล้ว แต่ถ้าจะไปเว็บไซต์ของเขา เราต้องไปเปิด ไปพิมพ์ ซึ่ง Social Network มันง่าย บางเรื่องที่เราอยากรู้ ฟอนานๆไป เราคิดว่าเราจะไปหาข้อมูลเรื่องนี้ ก็อาจจะลืม ... เวลาเราเห็นเพื่อนทำความดี หรือว่าเวลามีคนมากด like เรา หรือเห็นคนเขาอนุโมทนากัน ทำให้เราเห็นสิ่งดีๆในสังคม มีคนคิดเหมือนกัน มันอยู่ในระดับที่ว่าเป็นสังคมออนไลน์

ดี ๆ สังคมหนึ่ง ที่มีความสนใจเหมือนกัน ได้เจอกันที่เหมือนเรา มันเป็นกำลังใจซึ่งกัน และกัน ... ถ้าอย่างเว็บไซต์ทั่วไป พี่ไม่ได้ไป active อะไรยังไง แต่พอเป็น facebook พี่ active ด้วยความที่มันอยู่กับเรา เรากด add มันเข้ามาเอง ในส่วนที่เราเข้าไปทำอะไร ด้วย เราก็รู้สึกมีส่วนร่วมมากกว่า แล้วเราก็ได้ตอบอะไรได้มากกว่าในเว็บไซต์”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

ทัศนคติต่อการแทนที่กิจกรรมทางศาสนาและใช้เป็นวัดออนไลน์ในสื่ออินเทอร์เน็ต

แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะมีสื่อธรรมะจำนวนมาก เข้าถึงได้ง่าย เหมาะสมกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน และทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น อย่างไรก็ตามสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาแทนกิจกรรมทางศาสนา หรือการไปวัดฟังธรรมได้เพียงบางส่วนเท่านั้น กล่าวคือ สามารถเสริมกิจกรรมนั้นๆ ได้เพียงบางส่วน เพราะศาสนิกชนยังต้องการไปสัมผัสบรรยากาศของพิธีกรรม การทำกิจกรรมร่วมกับศาสนิกชนคนอื่นๆ เพราะจะได้ความอึดเอิบใจ ตอบสนองความศรัทธา และเกิดกำลังใจในการปฏิบัติธรรมต่อไป อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้ามาแทนวัดหรือเป็นวัดออนไลน์ได้โดยสมบูรณ์ เนื่องจากยังขาดปัจจัยเรื่องบรรยากาศ ความร่มรื่น การปลุกวิเวก เพื่อปฏิบัติธรรมในขั้นสูงและความพร้อมของสื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านบรรยากาศ

“..ยังมาแทนการไปวัดฟังธรรมไม่ได้ คือ ศาสนาไม่ได้มีเรื่องของศาสนธรรมอย่างเดียว มันมีเรื่องของศาสนพิธีอยู่ด้วย คือ ศาสนาไม่ใช่การปฏิบัติตามแนวทางของนักปรัชญาอย่างเดียว มันมีความศรัทธา ความเลื่อมใสอยู่ด้วย การที่เราได้ไปสวดมนต์พร้อมกับคนจำนวนมากหรือการที่เราได้ไปทำบุญกิริยาวัตถุกับคนจำนวนหนึ่ง มันทำให้เรามีความมั่นใจในการปฏิบัติตามในทางศาสนาและมีความอึดเอิบใจในการเป็นส่วนหนึ่งของพระพุทธศาสนาเลยนะครับ เวลาเราได้กล่าวสาธุการกับคนจำนวนมากทำให้เรามั่นใจว่ามีคนเชื่อในสัจธรรมเดียวกับเรา ไม่ใช่เราเชื่ออยู่คนเดียว มีส่วนในการให้กำลังใจกัน เหมือนที่เราไม่ได้ปฏิบัติธรรมอยู่คนเดียวอย่างเห็นัดเห็น้อยมองไม่เห็นทาง แต่ถ้าเรามีเพื่อน มันช่วยแนะแนวกันได้บ้าง ... นอกจากจะมีหลักธรรมแล้ว ยังมีเรื่องของประสบการณ์ด้วย เหมือนทุกวันนี้ที่เราฟังพระเถระเจ้า เราก็ฟังประสบการณ์จากท่านนั้นแหละ แล้วเอามาปฏิบัติต่อ มันจะไปอยู่ทำคนเดียวไม่ได้หรอกครับ มันอาจจะเข้ารกเข้าพงได้ล่ะครับ เป็นคนบ้าศาสนา”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“สื่อใหม่แค่มาช่วยให้เราใกล้กับธรรมะ ไม่ลืมธรรมะในแต่ละวัน แต่แทนไม่ได้เพราะเรามีพระที่เราเคารพ ส่วนตัว การไปวัดมันเป็นกิจกรรมของครอบครัว อย่างเป็นทางการทุกปี ทำบุญด้วยกันทุกปี ตัวบุคคลและสถานที่มันยังต้องมีอยู่ การฟังไฟล์เสียงธรรมมันก็แทนการไปฟังธรรมจริงได้ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ แต่บางโอกาสเราก็อยากไปฟังเอง

จริง ๆ... อินเทอร์เน็ตมันเป็นสื่อแห่ง เป็นสื่อที่เราอยู่กับตัวเอง แต่ถ้าไปวัด เราได้เจอบรรยากาศคนไปทำบุญ ได้เห็นคนยิ้ม คนแบ่งปันกัน ได้ feel คนละแบบกัน มันจำเป็นต้องมีอยู่ อินเทอร์เน็ตมันแทนกันได้ในระดับหนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ถ้าวันที่เรามีเวลาจริง ๆ คิดว่ามันยังสำคัญอยู่”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“แทนได้ในบางส่วน แต่ก็แทนไม่ได้ในบางส่วน คือการไปที่วัดโดยตรงมันจะได้บรรยากาศครมรีน ได้สัมผัสกับครูบาอาจารย์ ... เหมือนเวลาเรากินข้าว มันก็ได้สารอาหารครบดี แต่ถ้าไม่มีข้าว เราไปแซนวิชมันก็แก้หิวได้นะครับ แต่ว่ามันก็ไม่ชื่นใจเหมือนกินข้าว ... แต่มันก็ดีกว่าไม่มีเลยนะครับ สมมติว่าผมวันเสาร์อาทิตย์ผมมีเวลาเข้าวัดหนึ่งครั้งหรือสองครั้ง แต่วันธรรมดากิจกรรมผมไม่อำนวย ก็มีอินเทอร์เน็ตมา ผมก็ยัง keep การไปวัดเสาร์อาทิตย์อยู่แต่วันธรรมดาผมก็ฟังอินเทอร์เน็ตบ้าง เข้าไปดูกระทู้บ้าง เล็ก ๆ น้อย ๆ ก็ทำให้ผมเข้าใจศาสนามากขึ้น ผมว่าเป็นอาหารเสริมมากกว่าอาหารหลัก ซึ่งมันก็เข้ามาเสริมทั้งทางปริยัติและการปฏิบัติ”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“ไปวัดนั่งฟังธรรมอาจจะแทนได้ด้วยการฟังไฟล์เสียงมาฟังแทน แต่การไปวัดเพื่อให้อาจารย์ชี้แนะในการปฏิบัติ เช่น นั่งสมาธิ ซึ่งยังเอามาแทนไม่ได้”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“พี่ว่าแทนไม่ได้ ณ จุดหนึ่ง พี่ก็ฟังอยู่ที่บ้าน พอฟังไปเรื่อย ๆ มันอยากจะไปฟังที่วัด .. มันไม่ใช่แบบว่า เออดีนะ ยกวัดมาไว้ที่บ้าน ... เพราะเราเกิดศรัทธา ถ้าเราเปรียบเทียบนะ ทำไมเราฟังเพลงนักร้องแล้ว ทำไมเราถึงอยากไปดูคอนเสิร์ต”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“แทนไม่ได้ เพราะมันคนละ feel ... เข้ามาแทนไม่ได้ เป็นแค่สื่อหนึ่ง เป็นแค่สื่อหนึ่งที่เข้ามาเสริมกัน มันเข้ามาแทนหนังสืออะไรนี้ไม่ได้... เวลาที่มีข้อสงสัย เราว่าการไปคุยกับพระมันให้ความรู้สึกที่ต่างกัน มันให้บรรยากาศที่เราคุยกับคนจริง ๆ พระจริง ๆ โจทย์บางโจทย์อินเทอร์เน็ตไม่สามารถตอบเราได้โดยตรง หรือถ้าเรามีปัญหาทุกข้อใจ เราก็กถามท่านได้ ท่านก็จะตอบเรามา”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

ปัจจัยความพร้อมของสื่ออินเทอร์เน็ต

“คิดว่าเป็นไปได้ในอนาคต แต่ในตอนนี้ยังไม่เกิดขึ้น เพราะว่าเรื่องเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมันยังไม่ครอบคลุม มันยังมีต้นทุนที่ต้องเสียอยู่ ยังไม่ all available สำหรับทุกคน ...

ถึงแม้ว่ามันจะก้าวหน้าไปมาก แต่การเป็นวัดออนไลน์มันยังไม่ได้ all welcome สำหรับทุกคน เพราะว่าอินเทอร์เน็ตยังไม่มันก็มีต้นทุน มันไม่ได้ฟรีจริงๆ”

(บากบัน แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“มีโปรแกรมให้ดาวน์โหลด เป็น Visual 3D เหมือนเราดาวน์โหลดเกมเลยแหละค่ะ แต่อันนี้เราดาวน์โหลดวัดเกมเลยแหละค่ะ แต่อันนี้เราดาวน์โหลดวัด แต่พอมันเป็นวัดออนไลน์ เริ่มรู้สึกว่ามันไม่สะดวกแล้วนะ ทำไมเราจะต้องเป็นใครอีกคนในวัดเพื่อที่จะเดินในนั้น ในเมื่อชีวิตจริงเราเดินได้ ทำไมเราต้องไปดาวน์โหลดโปรแกรมขึ้นมา ถ้างั้นเราไปวัดละกัน”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

7. ประเด็นการค้นหาทางจิตวิญญาณ

ทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณและยกระดับจิตใจ

อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้ทำบุญได้ตามหลักบุญกิริยาวัตถุ 10 ในระดับทานและศีล เช่น การเป็นพื้นที่บอกกิจกรรมงานบุญและเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรม เปิดโอกาสให้อนุโมทนาบุญ การร่วมบริจาคทาน การเผยแพร่ไฟล์เสียงธรรมและการโพสต์ข้อความเชิงธรรมะ แต่ไม่สามารถช่วยให้เกิดการทำบุญในระดับภavana ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นการปฏิบัติของแต่ละบุคคลและต้องการสถานที่ที่สงบ

“มีความสัมพันธ์กัน การทำบุญตามหลักนี้ ...อินเทอร์เน็ตคงเป็นอีกหนทางใหม่ แต่ว่าแก่นสารของ 10 ข้อนี้ ถ้ามันเข้าเกณฑ์นั้น มันก็น่าจะได้บุญ ทั้งเป็นการฟัง การไปเก็บมาคิด คิดกลับมาเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น และอยู่ในบุญวิถีได้ในที่สุด ... ศีลกับทานเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายมาก คิดว่าทำกับอินเทอร์เน็ตได้ แต่ว่าการภาวนามันต้องใช้พลังพอสมควร คิดว่าในอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถทำได้นะครับ เพราะการภาวนามันต้องไปทำในที่สงบและอยู่กับตัวเอง จริงๆเราต้องไม่รับผัสสะจากที่อื่น ถ้าเราจะภาวนา เราต้องไม่สื่อกับสิ่งภายนอก ”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“กิจกรรมทำบุญ การไปบริจาคของให้เด็ก พวกนี้ก็ น่าจะอยู่ในเรื่องทาน ก็มีอินเทอร์เน็ตคอยเชื่อมให้เรารู้ เพราะเราไม่ค่อยไปวัด เราจะไปรู้จักที่ไหน และช่วยในการอนุโมทนา ซึ่งส่วนตัวจริงจิงกับกับการอนุโมทนา อย่างเพื่อนใน facebook ไปทำบุญมา หรือไม่ไปทำบุญมา เราก็อยากให้เพื่อนเรามาอนุโมทนามากขึ้น อย่างหลักธรรมบางอย่างมันดิ้นเรารับธรรมะ mobile เอาไว้ เจออะไรที่ดีๆ ก็ copy แล้วก็ไป paste ในหน้า facebook

ของเราเอง มันก็ช่วยให้คนรู้มากขึ้น อย่างน้อยมันก็ผ่าน ๆตา ใครจะสนใจไม่สนใจก็ไม่เป็นไร เราอ่านแล้วเราชอบเราก็ไปโพสเอาไว้ ตรงนี้บ๊วยว่ามันก็เป็นการให้ธรรมะเป็นทาน ... แต่อินเทอร์เน็ตมันไม่ช่วยเรื่องการปฏิบัติเลย ส่วนตัวคิดว่าสิ่งหนึ่งที่มันตามมา กับสื่ออินเทอร์เน็ตก็คือมันอยู่ในสื่อที่เป็นความสนุกสนานอะ โอเค ว่ามันดี แต่ว่ามันอยู่ในความฟุ้ง อย่างเวลาไปปฏิบัติธรรม ก็จะไม่ข้องกับอะไรพวกนี้เลย มันก็จะต้องปิดไป ”
(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“สัมพันธ์ครับ ชัดเจนที่สุดในโลกอินเทอร์เน็ต คือการให้ธรรมะเป็นทาน เหตุผลคือรูปแบบการส่งข้อมูลทำได้ง่าย การให้ธรรมะเป็นทาน ผู้ให้จะไม่ได้คิดมูลค่าซึ่งต่างจากการให้ทางธุรกิจทางรายได้และกำไร การฟังธรรมทางอินเทอร์เน็ต คิดว่าได้บุญเหมือนกัน อีกอย่างเป็นการสะดวกด้วย เพราะว่าการไปฟังธรรมที่วัดก็มีเวลาจำกัด ... ท่านไม่ได้ available ตลอด 24 ชั่วโมง...นอกจากนี้ยังมีการบอกบุญหรือขยายบุญกันใน facebook อย่างเช่น ผมมีสหายธรรมที่เขาทำบุญใส่บาตรตอนเช้า เขาก็จะถ่ายรูปสำหรับอาหารที่เขาใส่บาตรมาลงใน facebook แล้วก็มีคนไปอนุโมทนาเต็มเลย และผมก็เป็นหนึ่งในนั้น ทำให้เรารู้สึกว่ามีส่วนร่วมและยินดีในกุศลกรรมที่คนอื่นได้ทำ ... ส่วนในเรื่องของการภาวนา ผมว่าช่วยในเรื่องปริยัติ คือ การเรียนรู้ในหลักปฏิบัติ และตอบข้อสงสัยต่างๆได้ ส่วนใหญ่ผมคิดว่าก็ช่วยเรื่องปฏิบัติด้วย คือ เป็นเรื่องการแชร์กันเรื่องปฏิบัติ”
(บากบั้น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“การเผยแพร่ธรรมะก็สัมพันธ์นะ อย่างเวลาเราเข้าไปเว็บบอร์ดแล้ว มีคนมาถาม ถ้าเราเห็นว่าเราสามารถตอบคนพวกนี้ได้ เราก็ตอบได้ แต่ในชีวิตประจำวัน เราอาจจะไม่เจอคนที่เราสามารถพูดคุยเรื่องพวกนี้ได้ มันก็เลยไม่มีโอกาสเผยแพร่ธรรมะ เชื่อว่าการตอบกระทู้เป็นการเผยแพร่ธรรมะอย่างหนึ่งนับว่าเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง การอนุโมทนาที่ทำในเว็บไซด์มันก็ทำได้ง่ายขึ้น ทำให้เราได้พบเห็นคุณงามความดีของคนอื่นแล้ว เราก็อนุโมทนาไปตามได้ง่ายขึ้น”
(ชัชวาล ฉัตรรัตนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“บุญกิริยาวัตถุ 10 สามารถทำในอินเทอร์เน็ตได้หลายประการ ...การปฏิบัติมันก็พอช่วยได้นะ คือ เอาหลักธรรมจากการสนทนาธรรมไปปฏิบัติต่อ ...และอินเทอร์เน็ตทำให้เราทำได้ทำบุญบ่อยครั้งมากขึ้น สะดวกมากขึ้น กระจายข่าวได้เร็วขึ้น รู้จักข่าวสารงานบุญมากขึ้น ได้ร่วมงานบุญหลายอย่างมากขึ้น”
(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“เรื่องการได้บุญ มันขึ้นอยู่กับกายกรรม วจีกรรมและมโนกรรม อินเทอร์เน็ตกับเรื่องศาสนาที่ว่าทำได้เยอะในส่วนที่เป็นมโนกรรม หมายถึงว่าคิดดี คิดเป็นกุศล และมโนกรรมเป็นส่วนที่กำหนดกายกรรมและวจีกรรมต่างๆได้ เหมือนเป็นการลัดขั้นตอน

... เรื่องสื่อต่างๆทั้งหมดนี้มีมันอยู่ใน process ของความคิดแล้วอะ สื่ออาจจะช่วยเรื่อง
 ทานที่เห็นได้ชัด เช่น บริจาคเงิน เรื่องการอนุโมทนา มันก็ขึ้นอยู่กับจิตใจของเรา ถ้าเรา
 คิดมันก็เป็นกุศลแล้ว ไม่จำเป็นต้องทำในอินเทอร์เน็ต ในนั้นมันแค่เป็น feature หนึ่งที่ทำ
 ให้เห็นเท่านั้น”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

นอกจากนี้ ผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดเห็นว่าการฟังธรรมไม่ว่าจะจากการฟังไฟล์เสียงธรรมะที่
 ได้จากการดาวน์โหลดจากเว็บไซต์หรือการไปนั่งฟังธรรมเทศนาที่วัดจะรู้สึกว่าได้บุญเท่ากัน

“เราว่าได้เท่ากันๆ เพราะ การฟังธรรม เราฟังเพื่อให้เกิดปัญญา หากฟังแล้วเกิดปัญญา
 ไม่ว่าจะสื่อใด ก็ได้บุญเหมือนกัน”

(อัญญรัตน์ เอี่ยมเอิบ, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“ผมว่ามันอยู่ที่ใจ ถ้าเราศรัทธา เราก็ได้บุญเหมือนกัน ศาสนา มันไม่ได้จำกัดสถานที่ เรา
 ทำดีเราก็มีความสุข... ไม่คิดว่าเป็นการได้บุญน้อยลง คิดว่าได้บุญเหมือนกัน”

(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

8. ประเด็นการแก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือเยียวยาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

เนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์ช่วยให้เกิดที่พึ่งทางใจ ให้กำลังใจ ช่วยคลายความเครียดได้
 เพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจ ใช้เตือนใจ ตลอดจนการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ที่ช่วยแก้ไขปัญหาและ
 ช่วยเหลือเยียวยาปัญหาด้วยธรรมะ

“ธรรมะที่คนคุยกันในเว็บไซต์ มันก็ได้ประโยชน์ อย่างเราเห็นปัญหาของคนอื่น เข้าไป
 แล้วแบบว่า ปัญหาของเรามันเรื่องเล็กมาก คนอื่นเขายังไหวเลย คนเราร้อยปัญหา
 หลายในชีวิตคนเรา ก็เห็นว่าเป็นเช่นนั้น อ่านแล้วได้กำลังใจกลับมา”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“เราว่าบางทีคนที่ตกอยู่ในห้วงทุกข์มากๆ บางทีมันคิดไม่ถึง แล้วเขาเอาปัญหามาบ่น
 มารบบายในเว็บไซต์ พอคนที่เป็นผู้รู้เห็นมาตอบ มีประสบการณ์ตรงนี้เขาเรียนรู้
 หลักธรรม ในขั้นหนึ่งมันเป็นการปลอบใจ ด้วยการชี้ให้เห็นว่าเป็นธรรมดาของชีวิต ผู้ที่
 ปัญหาเลยจะคิดว่า เขาไม่ได้เผชิญปัญหาอยู่คนเดียว เขาจะเริ่มรู้สึกสงบ ตั้งสติได้ คิดได้
 เราคิดว่าเว็บไซต์มันเป็นที่พึ่งให้เขาได้นะ”

(ปากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“รู้สึกใกล้ชิดมากขึ้น เข้าถึงได้ง่ายขึ้น ได้รู้ว่ามีคนสนใจธรรมเยอะ ทำให้รู้สึกอุ่นใจสบายใจนะ อย่างน้อยก็รู้ว่ามีคนสนใจเยอะ ไม่ใช่ว่ารอบตัวเราไม่มีคนสนใจเลย มันก็รู้สึกแข็งๆ เทียบก็เหมือนเจอแฟนเพลงวงเดียวกัน”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“ผมว่ามันดีนะ ผู้ที่ตั้งตนเป็นผู้ตอบ ผู้รู้ต่างๆ เขาก็ทำหน้าที่เป็น Social Psychiatrist เป็นนักจิตวิทยาสังคม บางคนเราก็ไม่ค่อยได้คนรับฟัง มันก็จะมีกำลังใจต่อไปได้ เป็นแค่การให้กำลังใจกันทางธรรม เป็นการให้วิสัยทัศน์กันและกัน”

(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“ส่วนใหญ่ก็จะเข้าไปอ่านคติธรรม อย่างวันนี้เราทุกข์เรื่องนี้มา เราเข้าไปหาอ่าน มันทำให้เราทุกข์น้อยลง มันช่วยเรื่องจิตใจได้ ส่วนมากไปอ่านบทความธรรมะ ...การอ่านคติธรรมทำให้เราคลายทุกข์ ทำให้เรามองเห็นความจริงมากขึ้น ทำให้เห็นว่าจริงๆมันไม่มีอะไรเลย แล้วทำให้เราทุกข์น้อยลง... มันช่วยให้เราได้สติในเรื่องที่เราสงสัย หรือกำลังประสบทุกข์อยู่ในขณะนั้น มันช่วยฟื้นฟู ช่วยด้านจิตใจได้เยอะ”

(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

9.ประเด็นการทำให้เป็นการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา พบว่ามี 3 แนวทางต่อไปนี้

แง่ลบและลดความน่าเชื่อถือและศรัทธาต่อเว็บไซต์

“โดยหลักๆ คือขึ้นอยู่กับเจตนาแล้ว แต่ด้วยความที่สื่อธรรมะส่วนใหญ่เขาแจกฟรีกัน พอเอามาขายมันก็ เอ๊ะ ทำไมต้องเอามาขาย หรือถ้าในเว็บไซต์นั้นๆมีการแบ่งห้องเป็นการขายของอะไรอย่างนี้ ก็มองว่ามันเริ่มพุทธพาณิชย์แล้ว และดูว่ามันเริ่มไม่น่าเชื่อถือแล้ว”

(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

“ไม่ควรให้การกระทำเชิงพาณิชย์มาโยงเกี่ยวกับศาสนามากเกินไป เพราะมันจะทำให้เสื่อม”

(บากบั่น แสงประทุม, สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2554)

“พอเริ่มเอาเรื่องการค้าของมาเกี่ยว มัน discredit ตัวเอง พอมีเรื่องขายของเข้ามาใช้ปะ เหมือนว่าคุณไม่ได้ทำเพื่อประโยชน์สุขจริงๆ คุณทำเพื่อผลกำไร พอเป็นอย่างนี้ ความรู้สึกดีๆ ที่ว่าน้ำใสใจจริงมันลดลง แม้ว่าจะไม่ใช่เจ้าของเว็บเป็นคนขายเอง แต่ต้องคิดว่า ทำไม่เจ้าของเว็บหรือผู้ดูแลถึงปล่อยให้ทำได้ ... พี่มองว่ามันไม่ควรเอามารวมกัน คุณตั้งเว็บบอร์ดขึ้นมาเพื่อทำอะไร เพื่อเผยแพร่ธรรมะให้มีหรือ ทำไม่ถึงให้มีการขายของ คุณต้องการให้คนรู้ทางสว่าง ทำไม่ถึงพาลงไปด่ามันผิด ต้องถามตัวเองกลับว่า คุณตั้งเว็บบอร์ดขึ้นมาทำไม ”

(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

เป็นกลางการซื้อขายขึ้นอยู่กับเจตนาและความพึงพอใจระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ

“พี่ว่าเฉยๆนะ มันขึ้นอยู่กับเจตนา ถ้าขายซีดีธรรมะอย่างท่านว. ท่านก็ขายซีดี ขายหนังสือ แต่ถ้าเป็นคนธรรมดาขาย ก็คิดว่าไม่ค่อยดี เรื่องพระเครื่องก็ไม่ได้แอนตี้ เพราะเป็นความชอบส่วนบุคคลมากกว่า เป็นกลุ่มของเขาเอง”

(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“มันขึ้นอยู่กับว่าเขาเอาเงินไปทำอะไร ถ้าขายซีดี ขายหนังสือพระก็ได้ จริงๆตั้งตู้บริจาคในวัด มันก็ป็นพุทธพาณิชย์เหมือนกันแหละ แต่ถ้าเจตนาดี เอาเงินไปช่วยเหลือคน หรือ บำรุงศาสนา สินค้าอะไรก็ซื้อนะ ... การซื้อพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์มันก็ทำได้ เพราะเว็บไซต์มันก็ต้องมีค่าเช่าพื้นที่ การช่วยซื้อแถบแบนเนอร์ก็เหมือนกับการช่วยจ่ายค่าไฟวัด เป็นการจ่ายเพื่อให้เว็บและวัดอยู่ได้”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

ไม่เห็นด้วยกับการซื้อขายพระเครื่อง

“แต่ถ้าขายพระเครื่องมันคนละประเด็นกัน ถ้าคนซื้อหนังสือหรือซีดีพระไปอ่าน เพราะอยากซื้อสื่อมาศึกษาธรรมะ แต่ซื้อพระเครื่องมันคนละอย่าง มันผิดมาตั้งแต่ต้น เพราะพระพุทธศาสนาไม่เคยสอนให้พึ่งพาวัตถุอะไรก็ตาม มันผิดตั้งการสร้างพระเครื่องขึ้นมาแล้ว มันก็ไม่ถึงกับผิด ในบางกรณีมันก็ช่วยให้มีศรัทธามาขึ้น เหมือนมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในตัว อาจจะทำให้ทำบาปน้อยลง แต่เอาเข้าจริงๆ มันไม่ใช่สิ่งจำเป็นอะ”

(ชัชวาล ฉัตรรัตนนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

10. ข้อจำกัดของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ปริมาณการเปิดรับสื่อ วิธีการนำเสนอเนื้อหา และ วิธีการเปิดรับสื่อ ขึ้นอยู่กับความพร้อมทางอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และความเร็วอินเทอร์เน็ตของแต่ละบุคคล รวมไปถึงความพร้อม

ของสื่อธรรมะในประเภทต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อไฟล์เสียงมีปริมาณมาก เนื่องจากผลิตได้ง่ายมีเงื่อนไขในการผลิตและการรับสื่อด้วยการดาวน์โหลดง่ายกว่าสื่อประเภทวิดีโอที่มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีเงื่อนไขมากกว่า

“ใช้การอ่านบทความมากกว่า เพราะอินเทอร์เน็ตพีช่า อย่างวิดีโอ เคยคลิกดู แล้วรอนานมาก... จริงๆอยากดูวิดีโอธรรมะนะ เพราะจะคลิกเข้าไปตลอด แต่มันจะโหลดมาไม่ได้”
(นนลนีย์ อนันต์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“ส่วนใหญ่วิดีโอจะดูเวลามีคนลิงค์ผ่านกระทู้มา ไม่ได้ search หาวิดีโออย่างเดียว เพราะว่ามันเสียเวลาโหลด”
(สุเมธ โสพศ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2554)

“คนที่รับธรรมะจากอินเทอร์เน็ตได้น่าจะเป็นคนระดับกลางนะ จะต้องมีโทรศัพท์มือถือที่รองรับระบบอินเทอร์เน็ตได้ ที่บ้านต้องมีอินเทอร์เน็ต ดังนั้นธรรมะที่พูดถึง ก็จะเป็นธรรมะของคนกลุ่มนี้”
(สิริลักษณ์ ศรีจินดา, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)

ข้อเสียอีกประการหนึ่งคือ ไม่มีการคัดกรองเนื้อหาที่มีในอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องมีความรู้เท่าทันสื่อพอสมควรและต้องมีความรู้พิจารณาเนื้อหาต่างๆในเว็บไซต์ด้วยตนเอง

“คนส่วนใหญ่ชอบคิดว่าสิ่งที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่กลั่นกรองมาแล้ว แต่คนที่เขียนในอินเทอร์เน็ตมันร้อยพ่อพันแม่ สัทธรรมต่างๆ ในพระไตรปิฎกที่เอามาเขียนในอินเทอร์เน็ตมันตู่กันไปจนไม่รู้จะยังงี้แล้ว ... ในอินเทอร์เน็ตมันบ้าๆบอๆ แค่สมัครสมาชิกก็โพสต์ได้แล้ว เข้ามาพุงนี้ก็มีคนมาอ่านเป็นห้าพันคน อย่างนี้มันก็ไปแล้วอะ ด้วยความตื่นตัวของความรู้ที่อยู่ในอินเทอร์เน็ต ที่อาจจะต้องพิมพ์บ้าง ตัดต่อบ้าง สรุปความบ้าง ไอ้คนนั้นมันจับความมาได้แบบนี้บ้าง มันก็หลงกันไป แล้วก็มาเขียนกันเป็นตุเป็นตะ”
(นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์, สัมภาษณ์, 7 มีนาคม 2554)

“ถ้าเนื้อหาที่ผิดแล้วมันแพร่ลงไปเน็ตแล้วมันอันตราย ไม่มีการคัดกรองเนื้อหาในเว็บบอร์ด”
(ชัชวาล ฉัตรรัตนนนท์, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“ความรู้ที่ผิดๆ คือ อินเทอร์เน็ตเป็นตัวแพร่ได้เร็ว ถ้าใส่ของผิด มันก็แพร่ได้เร็วเหมือนกัน”
(กมล เฉลิมวิริยะ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2554)

“พี่ว่าการขาดการพิจารณาเนื้อหาจะทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นไปในแง่ลบทั้งหมดเลยนะ...และการที่ไม่มีการคัดกรองเนื้อหาธรรมะก็อาจจะทำให้เนื้อหาผิดเพี้ยนไปได้”

(วรรธิตา วิรัชวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มีนาคม 2554)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา” มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบปัญหาวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบที่ใช้นำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร
2. เนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร
3. การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม 4 เว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักร เว็บไซต์ดีเอ็มซี และเว็บไซต์พึงธรรม และกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ตัวบทในเว็บไซต์ (Textual Analysis) เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบถึงลักษณะ รูปแบบ เนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากมุมมองผู้ให้บริการ และการใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบถึงการใช้อรรถประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยผู้ใช้งานจริง เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Survey) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาจริง เพื่อให้เข้าใจทัศนคติและประโยชน์จากการใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากมุมมองผู้ใช้

จากการวิจัย สรุปผลได้ 3 ส่วนตามวิธีการวิจัย ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 รูปแบบ เนื้อหาและศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

- ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
- รูปแบบ เนื้อหาและศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
- ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา
- การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากผู้ใช้งาน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการใช้อรรถประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากผู้ใช้งาน โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก

สรุปผลวิจัย

ส่วนที่ 1 รูปแบบ เนื้อหาและศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

- ข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของเว็บไซต์พระพุทธศาสนา สรุปว่ามีเพียงเว็บไซต์เดียวเท่านั้นที่เป็นเว็บไซต์ดำเนินการโดยองค์กร คือ วัดพระธรรมกาย คือ เว็บไซต์ดีเอ็มซี (www.dmc.tv) ในขณะที่เว็บไซต์อื่นๆดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอิสระที่มีความสนใจพระพุทธศาสนาและต้องการช่วยเผยแผ่คำสอนของพระพุทธเจ้าอีกทางหนึ่งทางสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์พลังจิต (www.palungjit.com) เว็บไซต์ธรรมจักร (www.dhammadjak.net) และเว็บไซต์ฟังธรรม (www.fungdham.com)

- รูปแบบ เนื้อหาและศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารที่ใช้ภายในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่

- รูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย เช่น การใช้รูปแบบตัวอักษร เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ
- รูปแบบการนำเสนอประเภทรายการ เช่น รายการบทความ รายการเสียง ธรรมะ รายการบันเทิงธรรมะ รายการสนทนาธรรม รายการโทรทัศน์ธรรมะ
- รูปแบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : Synchronous One-to-one, One-to-many, Many-to-many Communication และ การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : Asynchronous One-to-one, One-to-many, Many-to-many Communication

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

○ รูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย

ตารางที่ 72 เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย

เว็บไซต์	ใช้ตัวอักษร เป็นพื้นฐาน การสื่อสาร text-based	ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการสื่อสาร audio-based			ใช้ภาพเป็นพื้นฐานในการ สื่อสาร visual-based	
	ตัวอักษร	เสียงสวด มนต์/เสียง เทศนา	เพลง	เสียงอ่าน หนังสือ	ภาพนิ่ง	ภาพ เคลื่อนไหว
เว็บไซต์พลังจิต	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ธรรมจักร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ดีเอ็มซี	✓	✓	✓		✓	✓
เว็บไซต์ฟังธรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓

รูปแบบของเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ศึกษาองค์ประกอบการนำเสนอแบบมัลติมีเดียพบว่าทุกเว็บไซต์ ใช้การนำเสนอรูปแบบมัลติมีเดียได้อย่างสมบูรณ์ครบถ้วน ทั้งการใช้มัลติมีเดียแบบที่ใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐานในการสื่อสาร (Text-based) คือ การใช้ตัวอักษร การใช้มัลติมีเดียแบบที่ใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการสื่อสาร (Audio-based) คือ การใช้เสียงสวดมนต์ เสียงเทศนา เพลง และ เสียงอ่านหนังสือ และการใช้มัลติมีเดียแบบที่ใช้ภาพเป็นพื้นฐานในการสื่อสาร (Visual-based) คือ การใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์ดีเอ็มซีเป็นเว็บไซต์เดียวที่ไม่มีการนำเสนอแบบเสียงอ่านหนังสือ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

○ รูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการ

ตารางที่ 73 เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอแบบประเภทรายการ

เว็บไซต์	รายการบทความ			รายการเสียง ธรรมะ		รายการบันเทิงธรรมะ						รายการ สนทนาธรรม		รายการ โทรทัศน์ ธรรมะ	
	บทความในหน้าเว็บ	บทความในเว็บบอร์ด	ข่าวสารธรรมะ	เสียงเทศนา	เสียงสวดมนต์	เสียงอ่านนิยายธรรมะ	นิทานธรรมะ	การ์ตูนธรรมะ	เกมธรรมะ	เพลงธรรมะ	ละครธรรมะ	เว็บบอร์ด	ห้องแชท	วิดีโอธรรมะ	วิดีโอแอนิเมชัน
เว็บไซต์พลังจิต	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ธรรมจักร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ดีเอ็มซี	✓	✓	✓					✓		✓	✓	✓		✓	✓
เว็บไซต์ฟังธรรม	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓

รูปแบบของเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ศึกษาองค์ประกอบการนำเสนอแบบประเภทรายการ พบว่าทุกเว็บไซต์ ใช้การนำเสนอประเภทรายการหลากหลาย ทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอในประเภทรายการบทความ รายการบันเทิงธรรมะ และรายการโทรทัศน์ธรรมะ เว็บไซต์ที่มีรูปแบบการนำเสนอประเภทรายการหลากหลายมากที่สุด คือ เว็บไซต์ธรรมจักร เว็บไซต์ที่ไม่มีการนำเสนอประเภทรายการเสียงธรรมะ คือ เว็บไซต์ดีเอ็มซี เว็บไซต์ที่ไม่มีการนำเสนอประเภทรายการสนทนาธรรม คือ เว็บไซต์ฟังธรรม

○ รูปแบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 74 เปรียบเทียบรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในเว็บไซต์

เว็บไซต์	One-to-one		One-to-many		Many-to-many	
	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน	พร้อมกัน	ไม่พร้อมกัน
เว็บไซต์พลังจิต	✓	✓	✓	✓		✓
เว็บไซต์ธรรมจักร		✓	✓	✓		✓
เว็บไซต์ดีเอ็มซี		✓		✓		✓
เว็บไซต์ฟังธรรม				✓		

รูปแบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์พระพุทธศาสนา พบว่าทุกเว็บไซต์มีการสื่อสารแบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบ One-to-many โดยเป็นการอ่านเนื้อหา

ข้อมูลที่อยู่ในหน้าเว็บไซต์ เว็บไซต์ที่มีเว็บบอร์ดจะพบว่ามี การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : Asynchronous One-to-One Communication ในการส่งข้อความส่วนตัว หรือ Private Message (PM) และ การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน Asynchronous Many-to-Many Communication ในการตั้งกระทู้และตอบกระทู้ในเว็บบอร์ด ได้แก่ เว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักร และเว็บไซต์ดีเอ็มซี นอกจากนี้เว็บไซต์ที่ให้บริการห้องแชทจะพบว่ามี การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : Synchronous One-to-one และ One-to-Many Communication ได้แก่ เว็บไซต์พลังจิตและเว็บไซต์ธรรมจักร

การปฏิสัมพันธ์ที่มีนัยยะเฉพาะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนามีการปฏิสัมพันธ์แบบเฉพาะที่ไม่พบในเว็บประเภทอื่น คือ การกดปุ่มอนุโมทนา ซึ่งมีนัยยะที่สำคัญอย่างน้อย 2 นัยยะ คือ นัยยะทางศาสนาและนัยยะในการแสดงความเป็นตัวตนในโลกอินเทอร์เน็ต กล่าวคือ

การกดปุ่มอนุโมทนา เป็นการปฏิสัมพันธ์ที่มีนัยยะทางศาสนาอย่างชัดเจน โดยมีความหมายตรงตัวในทางพระพุทธศาสนา คือ การกระทำเพื่อยินดีในบุญหรือในการกระทำอันดีของผู้อื่นด้วยใจจริง ทำให้ผู้ที่กดปุ่มได้กระทำการอนุโมทนาที่เป็นรูปธรรม ด้วยการกดปุ่มอนุโมทนานี้จะเชื่อมโยงต่อไปยังระบบคะแนนสะสมของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งเป็นการจำลองการกล่าวอนุโมทนาในชีวิตจริงให้เข้ามาอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ตและการแสดงอนุโมทนาให้เห็นชัดเจน และได้เห็นการสะสมบุญที่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมด้วยคะแนนสะสมที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ระบบยังแสดงจำนวนกระทู้ที่เคยตั้งหรือตอบและคะแนนที่สมาชิกคนอื่นกดอนุโมทนาต่อกระทู้หรือข้อความนั้นๆอย่าง เป็นสาธารณะ นับว่าเป็นการปฏิสัมพันธ์ที่มีนัยยะการแสดงความเป็นตัวตนในโลกอินเทอร์เน็ตทางหนึ่ง กล่าวคือ หากบุคคลใดมีคะแนนสูง จะเป็นที่เข้าใจสมาชิกผู้นั้นมีการปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ดทั้งที่เป็นการตั้งหรือตอบกระทู้หรือเป็นการได้รับการอนุโมทนาบ่อยครั้ง คะแนนที่แสดงดังกล่าวเป็นตัวชี้บ่งได้ว่าสมาชิกผู้นั้นเป็นขาประจำของเว็บบอร์ดหรือชุมชนออนไลน์แห่งนั้นๆ หากมีคะแนนน้อยจะหมายถึงการเป็นขาจรหรือผู้คอยที่อ่านกระทู้เท่านั้น

- ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ตารางที่ 75 เปรียบเทียบเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

หัวข้อ	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด / สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ขायัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	มทสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
เว็บไซต์พลังจิต	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ธรรมจักร	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ดีเอ็มซี	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ฟังธรรม	✓	✓	✓	✓		✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา พบว่าเว็บไซต์พลังจิตนำเสนอประเด็นพระพุทธศาสนาได้ครบถ้วน ในขณะที่เว็บไซต์ฟังธรรมไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องคำศัพท์พุทธศาสนา ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์ และ ข่าวสารโครงการต่างๆของวัด และเว็บไซต์พลังจิตเว็บไซต์เดียวที่มีการนำเสนอเรื่องการชื่อ-ขायัตถุมงคล

ตารางที่ 76 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์พลังจิต

เว็บไซต์พลังจิต	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด / สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ขานวัดกุ่มงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
text-based	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
audio-based	✓					✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
visual-based	✓					✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เว็บไซต์พลังจิตนำเสนอเนื้อหาทั้งหมดด้วยการใช้ตัวอักษรเป็นหลักในการสื่อสาร (Text-based) เนื่องจากรูปแบบของเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอในรูปแบบของเว็บบอร์ด อย่างไรก็ตาม ยังมีการนำเสนอแบบการใช้เสียงเป็นหลัก (Audio-based) และการใช้ภาพเป็นหลัก (Visual-based) ควบคู่ไปด้วย หัวข้อเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่นำเสนอด้วยมัลติมีเดียอย่างครบถ้วนทั้งการนำเสนอด้วยตัวอักษร, การนำเสนอด้วยเสียง และการนำเสนอด้วยภาพเป็นหลัก ได้แก่ เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป ในประเด็นพุทธประวัติและประเด็นประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง, เนื้อหาหลักคำสอน ในประเด็นหลักธรรมทั่วไป, ประเด็นกฎแห่งกรรม, ประเด็นการทำบุญ, ประเด็นนิพพาน และเนื้อหาหลักปฏิบัติทุกประเด็น

ตารางที่ 77 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ธรรมจักร

เว็บไซต์ ธรรมจักร	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการ ศาสนา			หลักธรรมคำสอน				หลักปฏิบัติ					
	พุทธประวัติ	วัด / สถานที่ปฏิบัติ ธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์	พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มี ชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับ วงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับ พระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการ ต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
text-based	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
audio-based	✓					✓						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
visual-based	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เว็บไซต์ธรรมจักรนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ด้วยการใช้ตัวอักษรเป็นหลักในการสื่อสาร (Text-based) อย่างไรก็ดี ยังมีการนำเสนอแบบการใช้เสียงเป็นหลัก(Audio-based) และการใช้ภาพเป็นหลัก (Visual-based) ควบคู่ไปด้วย เนื้อหาที่นำเสนอเกือบครบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นการชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล หัวข้อเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่นำเสนอด้วยมัลติมีเดียอย่างครบถ้วนทั้งการนำเสนอด้วยตัวอักษร, การนำเสนอด้วยเสียง และการนำเสนอด้วยภาพเป็นหลัก ได้แก่ เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป ในประเด็นพุทธประวัติและประเด็นประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง, เนื้อหาหลักคำสอน ในประเด็นหลักธรรมทั่วไป, ประเด็นกฎแห่งกรรม, ประเด็นการทำบุญ, ประเด็นนิพพาน และเนื้อหาหลักปฏิบัติทุกประเด็น

ตารางที่ 78 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ดีเอ็มซี

เว็บไซต์ดีเอ็มซี	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน					หลักปฏิบัติ			
	พุทธประวัติ	วัด / สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวิฑุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่าง ๆ ของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทสวดและคาถาต่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
text-based	✓									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
audio-based										✓		✓	✓		✓	✓	✓		
visual-based	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เว็บไซต์ดีเอ็มซีนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ด้วยการใช้ภาพเป็นหลักในการสื่อสาร (Visual-based) เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่สืบเนื่องมาจากสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมช่อง DMC เนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซต์จึงอยู่ในรูปแบบวิดีโอภาพเคลื่อนไหวเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ยังมีการนำเสนอแบบการใช้ตัวอักษรเป็นหลัก (Text-based) และการใช้เสียงเป็นหลัก (Audio-based) ควบคู่ไปด้วย เนื้อหาที่นำเสนอเกือบครบทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นการชื่อ-ฉายาวิฑุมงคล และประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์ หัวข้อเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่นำเสนอด้วยมัลติมีเดียอย่างครบถ้วนทั้งการนำเสนอด้วยตัวอักษร, การนำเสนอด้วยเสียง และการนำเสนอด้วยภาพเป็นหลัก ได้แก่ เนื้อหาข่าวสารวงการศาสนาในประเด็นข่าวสารโครงการต่างๆของวัด เนื้อหาหลักธรรมคำสอน ในประเด็นหลักธรรมทั่วไปและประเด็นการทำบุญ เนื้อหาหลักปฏิบัติในประเด็นสวดมนต์และคาถาต่างๆ ประเด็นรักษาศีลและประเด็นทำสมาธิ

ตารางที่ 79 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ฟังธรรม

เว็บไซต์ฟังธรรม	เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป							ข่าวสารวงการศาสนา			หลักธรรมคำสอน				หลักปฏิบัติ				
	พุทธประวัติ	วัด / สถานที่ปฏิบัติธรรม	วันสำคัญทางศาสนา	พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	คำศัพท์พุทธศาสนา	ประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง	ชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล	ข่าวสารเกี่ยวกับวงการศาสนา	ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์	ข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด	พระไตรปิฎก	หลักธรรมทั่วไป	กฎแห่งกรรม	การทำบุญ	นิพพาน	บทสวดและคาถาท่าง	รักษาศีล	ทำสมาธิ	กรรมฐาน
text-based	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
audio-based	✓					✓						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
visual-based	✓					✓						✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เว็บไซต์ฟังธรรมนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ด้วยการใช้ตัวอักษรเป็นหลักในการสื่อสาร (Text-based) อย่างไรก็ดี ยังมีการนำเสนอแบบการใช้เสียงเป็นหลัก (Audio-based) และการใช้ภาพเป็นหลัก (Visual-based) ควบคู่ไปด้วย เนื้อหาที่นำเสนอเกือบครบทุกประเด็นยกเว้น ประเด็นชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล ประเด็นคำศัพท์พุทธศาสนา ประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์และประเด็นข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัด เนื่องจากเว็บไซต์ฟังธรรมเป็นเว็บไซต์ที่ไม่มีการให้บริการเว็บอร์ดและห้องแชท นับว่าเป็นเว็บไซต์ที่ไม่ค่อยมีการเคลื่อนไหวปรับเปลี่ยนข้อมูลในเว็บไซต์ ดังนั้นจึงไม่พบการนำเสนอประเด็นดังกล่าว หัวข้อเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่นำเสนอด้วยมัลติมีเดียอย่างครบถ้วนทั้งการนำเสนอด้วยตัวอักษร, การนำเสนอด้วยเสียง และการนำเสนอด้วยภาพเป็นหลัก ได้แก่ เนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป ในประเด็นพุทธประวัติและประเด็นประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง เนื้อหาหลักธรรมคำสอน ในประเด็นหลักธรรมทั่วไป ประเด็นกฎแห่งกรรม ประเด็นการทำบุญและประเด็นนิพพาน เนื้อหาหลักปฏิบัติในประเด็นรักษาศีล ประเด็นทำสมาธิและประเด็นกรรมฐาน

ตารางที่ 80 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์
: หัวข้อพระพุทธศาสนาทั่วไป

หัวข้อ พระพุทธศาสนาทั่วไป	รูปแบบ	เว็บไซต์			
		เว็บไซต์ พลังจิต	เว็บไซต์ ธรรมจักร	เว็บไซต์ ดีเอ็มซี	เว็บไซต์ ฟังธรรม
พุทธประวัติ	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓		✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
วัด / สถานที่ปฏิบัติ ธรรม	text-based	✓	✓		✓
	audio-based				
	visual-based		✓	✓	
วันสำคัญทางศาสนา	text-based	✓	✓		✓
	audio-based				
	visual-based		✓	✓	
พุทธพจน์ พุทธสุภาษิต	text-based	✓	✓		✓
	audio-based				
	visual-based			✓	
คำศัพท์พุทธศาสนา	text-based	✓	✓		✓
	audio-based				
	visual-based			✓	
ประวัติพระสงฆ์ที่มี ชื่อเสียง	text-based	✓	✓		✓
	audio-based	✓	✓		✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
ชื่อ-ฉายาวัตถุมงคล	text-based	✓			
	audio-based				
	visual-based				

การนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาทั้ง 4 เว็บไซต์ ในหัวข้อเนื้อหาพระพุทธศาสนาทั่วไป พบว่าหัวข้อพุทธประวัติและหัวข้อประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและครอบคลุมรูปแบบการสื่อสารมากที่สุด กล่าวคือ มีการนำเสนอทั้งการใช้อักษร, การใช้เสียงและการใช้ภาพในการสื่อสาร ทุกเว็บไซต์ใช้การสื่อสารแบบใช้ภาพในการนำเสนอหัวข้อพุทธประวัติและหัวข้อประวัติพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง ไม่พบว่ามี การนำเสนอในรูปแบบการใช้เสียงเป็นหลักในหัวข้อวัด/สถานปฏิบัติธรรม หัวข้อคำศัพท์พุทธศาสนา และหัวข้อวันสำคัญทางศาสนา เนื่องจากเป็นรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมกับเนื้อหา เพราะในหัวข้อดังกล่าวเป็นการบอกข้อมูลสถานที่เฉพาะและเป็นคำศัพท์

ทางพุทธที่จำเป็นต้องใช้ทักษะการอ่านเพื่อทำการเข้าใจและจดจำ หากแต่ใช้รูปแบบการใช้ตัวอักษรนำเสนอเพราะเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับเนื้อหามากกว่า เว็บไซต์ดีเอ็มซีเป็นเว็บไซต์เดียวที่นำเสนอหัวข้อพุทธพจน์ พุทธสุภาษิตและคำศัพท์พุทธศาสนาด้วยการใช้ภาพในการสื่อสารด้วยรูปแบบรายการโทรทัศน์ ในขณะที่เว็บไซต์อื่นๆใช้การสื่อสารแบบตัวอักษรเป็นหลัก

ตารางที่ 81 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธรศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4
เว็บไซต์ : หัวข้อข่าวสารวงการศาสนา

หัวข้อ ข่าวสารวงการศาสนา	รูปแบบ	เว็บไซต์			
		เว็บไซต์ พลังจิต	เว็บไซต์ ธรรมจักร	เว็บไซต์ ดีเอ็มซี	เว็บไซต์ ฟัง ธรรม
ข่าวสารเกี่ยวกับวงการ ศาสนา	text-based	✓	✓		✓
	audio-based				
	visual-based	✓	✓	✓	
ข่าวสารเกี่ยวกับ พระสงฆ์	text-based	✓	✓		
	audio-based				
	visual-based	✓	✓		
ข่าวสารจากโครงการ ต่างๆของวัด	text-based	✓		✓	
	audio-based			✓	
	visual-based		✓	✓	

การนำเสนอเนื้อหาพระพุทธรศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียในเว็บไซต์พระพุทธรศาสนาทั้ง 4 เว็บไซต์ ในหัวข้อเนื้อหาข่าวสารวงการศาสนา พบว่าเว็บไซต์ดีเอ็มซีเป็นเว็บไซต์เดียว ที่นำเสนอหัวข้อข่าวสารโครงการต่างๆของวัดโดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและครอบคลุมรูปแบบการสื่อสารมากที่สุด ทั้งการสื่อสารด้วยการใช้ตัวอักษร, การใช้เสียง และการใช้ภาพ เนื่องจากเว็บไซต์ดีเอ็มซีเป็นสื่อของวัดพระธรรมกาย ดังนั้นจึงมีสื่อที่มีเนื้อหาประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆของวัดในรูปแบบที่หลากหลาย ในขณะที่เว็บไซต์อื่นๆที่ก่อตั้งโดยกลุ่มบุคคลอิสระ เน้นการนำเสนอหัวข้อข่าวสารและข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์เกี่ยวกับวงการศาสนาด้วยการใช้ตัวอักษรและการใช้ภาพเป็นหลัก

การนำเสนอเนื้อหาพระพุทธรศาสนาในหัวข้อข่าวสารวงการศาสนานี้ยังสัมพันธ์กับรูปแบบการให้บริการของเว็บไซต์อีกด้วย โดยเว็บไซต์ที่มีการให้บริการเว็บบอร์ด เช่น เว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักร และเว็บไซต์ดีเอ็มซี ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าใช้เว็บไซต์ประกาศเนื้อหาประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์และข่าวสารจากโครงการต่างๆของวัดได้ ในขณะที่เว็บไซต์ฟังธรรมเป็นเว็บไซต์ที่ไม่มีการบริการเว็บบอร์ด จึงไม่พบว่ามีกรนำเสนอประเด็นดังกล่าว

ตารางที่ 82 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์ :
หัวข้อหลักธรรมคำสอน

หัวข้อ หลักธรรมคำสอน	รูปแบบ	เว็บไซต์			
		เว็บไซต์ พลังจิต	เว็บไซต์ ธรรมจักร	เว็บไซต์ ดีเอ็มซี	เว็บไซต์ฟัง ธรรม
พระไตรปิฎก	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓			
	visual-based				
หลักธรรมทั่วไป	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓	✓	✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
กฎแห่งกรรม	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓		✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
การทำบุญ	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓	✓	✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
นิพพาน	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓		✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓

การนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา 4 เว็บไซต์ ในหัวข้อหลักธรรมคำสอน มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยประเด็นหลักธรรมทั่วไปและประเด็นการทำบุญเป็นประเด็นที่มีการใช้รูปแบบการนำเสนอครบถ้วน ทั้งการใช้ตัวอักษร(Text-based) การใช้เสียง (Audio-based) และการใช้ภาพ (Visual -based)เป็นหลัก นอกจากนี้ยังพบว่าเว็บไซต์พลังจิตเป็นเว็บไซต์เดียวที่นำเสนอประเด็นพระไตรปิฎกในรูปแบบการใช้เสียงเป็นหลัก และเว็บไซต์ดีเอ็มซีไม่พบว่ามีนำเสนอประเด็นกฎแห่งกรรมและประเด็นนิพพานด้วยการใช้เสียงเป็นหลัก

ตารางที่ 83 สรุปการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์ : หัวข้อหลักปฏิบัติ

หัวข้อหลักปฏิบัติ	รูปแบบ	เว็บไซต์			
		เว็บไซต์พลังจิต	เว็บไซต์ธรรมจักร	เว็บไซต์ดีเอ็มซี	เว็บไซต์ฟังธรรม
บทสวดและคาถาต่าง ๆ	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓	✓	✓
	visual-based	✓	✓	✓	
รักษาศีล	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓	✓	✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
ทำสมาธิ	text-based	✓	✓	✓	✓
	audio-based	✓	✓	✓	✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓
กรรมฐาน	text-based	✓	✓		✓
	audio-based	✓	✓		✓
	visual-based	✓	✓	✓	✓

การนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่อมัลติมีเดียในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา 4 เว็บไซต์ ในหัวข้อหลักปฏิบัติ เว็บไซต์พลังจิตและเว็บไซต์ธรรมจักรมีรูปแบบการนำเสนอครบถ้วน ทั้งการใช้ตัวอักษร(Text-based) การใช้เสียง (Audio-based) และการใช้ภาพ (Visual-based) เป็นหลัก อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ดีเอ็มซีนำเสนอประเด็นกรรมฐานโดยใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยภาพเพียงอย่างเดียวเท่านั้น และเว็บไซต์ฟังธรรมไม่มีการนำเสนอประเด็นบทสวดมนต์และคาถาต่าง ๆ ด้วยรูปแบบการสื่อสารแบบการใช้ภาพ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

• การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารเว็บไซต์

เว็บไซต์พระพุทธศาสนาทั้ง 4 เว็บไซต์ที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารแตกต่างกัน โดยแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศโดยการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริง และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศโดยการเชื่อมโยงเข้ากับ Social Media

ตารางที่ 84 เปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์

เว็บไซต์	เชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาในชีวิตจริง	เชื่อมโยงกับสื่อมวลชน	เชื่อมโยงเข้ากับ Social Media	
			Facebook	Twitter
เว็บไซต์พลังจิต	✓		✓	
เว็บไซต์ธรรมจักร	✓			
เว็บไซต์ดีเอ็มซี	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์ฟังธรรม				

เว็บไซต์พระพุทธศาสนา 3 เว็บไซต์ที่มีการเชื่อมโยงกิจกรรมศาสนาที่มีในชีวิตจริงโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ เว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักร และเว็บไซต์ดีเอ็มซี โดยเว็บไซต์ดังกล่าวมีการให้บริการเว็บบอร์ด ผู้ที่เข้าใช้เว็บไซต์จึงใช้เว็บบอร์ดเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์โครงการการทำบุญและเชิญชวนสมาชิกและผู้สนใจในเว็บไซต์นั้นๆให้รวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆหรือร่วมกันทำบุญไถ่ชีวิตสัตว์ สร้างพระ ร่วมกันซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพื่อเก็บข้อมูลเว็บไซต์ เป็นต้น โดยผู้ที่เข้ามาประโยชน์นี้ทั้งที่เป็นสมาชิกของเว็บบอร์ดและผู้ดูแลเว็บไซต์/เว็บมาสเตอร์

กิจกรรมศาสนาที่เชื่อมโยงไปยังโลกอินเทอร์เน็ตมีแหล่งที่มาที่หลากหลายกันไป ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เว็บไซต์แต่ละคนที่แจ้งกิจกรรมต่างๆ แต่อย่างไรก็ดี ยังมีความแตกต่างด้านความหลากหลายของกิจกรรมศาสนาที่ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำเนินงานของแต่ละเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์ดีเอ็มซีเป็นเว็บไซต์เดียวที่ดำเนินการในรูปแบบองค์กร เพราะเว็บไซต์ดีเอ็มซีเป็นสื่อของวัดพระธรรมกายและได้ใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารกิจกรรมต่างๆของวัดเพื่อให้ผู้ที่เลื่อมใสในวัดพระธรรมกายได้เข้าร่วมพิธีและทราบข่าวกิจกรรมของวัดได้สม่ำเสมอ

นอกเหนือจากการติดตามในโทรทัศน์ดาวเทียม นอกจากนี้ด้วยรูปแบบการดำเนินงานของเว็บไซต์ดีเอ็มซี เอื้อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารในเว็บไซต์ ด้วยการเชื่อมโยงกับสื่อมวลชนทั้งที่เป็นสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ เนื่องจากเว็บไซต์ดีเอ็มซีรับเนื้อหา

ทั้งหมดมาจากสื่อโทรทัศน์ช่องจันทดาวเทียมและยังมีการถ่ายทอดสดจากสถานีโทรทัศน์มายังเว็บไซต์ดีเอ็มซี รวมไปถึงการถ่ายทอดเสียงจากรายการไปยังสถานีวิทยุคลื่นต่างๆ

ในขณะที่เว็บไซต์พระพุทธศาสนาอีก 3 เว็บไซต์ไม่พบว่ามีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการเชื่อมโยงกับสื่อมวลชน

มีเว็บไซต์พระพุทธศาสนา 2 เว็บไซต์ที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการเชื่อมโยงกับ Social Media คือ เว็บไซต์พลังจิตและเว็บไซต์ดีเอ็มซี

โดยทั้ง 2 เว็บไซต์ได้เชื่อมโยงเว็บไซต์ของตนเองกับระบบของการลงทะเบียนกับ Social Media: Facebook เพื่อให้สมาชิกที่มีชื่อบัญชี Facebook สามารถลงทะเบียนเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ได้ทันที และยังสามารถแบ่งปันเรื่องราวไปยัง Social Media ได้อีกด้วย และทั้งสองเว็บไซต์ยังมีชื่อบัญชีของเว็บไซต์ใน Social Media: Facebook ที่เรียกว่าหน้า Profile page และหน้า Fan Page โดยทั้ง 2 เว็บไซต์ได้ใช้ Social Media เป็นช่องทางเสริมในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจด้วยการโพลลิงค์ (Link) จากเว็บไซต์หลักลงใน Social Media

มีเพียงเว็บไซต์ดีเอ็มซีเว็บไซต์เดียวที่ใช้ Social Media: Twitter เพื่อใช้นำเสนอกิจกรรมของวัดพระธรรมกายและบทความที่น่าสนใจอื่นๆ

เว็บไซต์ฟังธรรมไม่ได้เชื่อมโยงไปยังการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารในเว็บไซต์ใดๆ นอกจากการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลพระพุทธศาสนา

จากการศึกษา รูปแบบ เนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ผลการศึกษารูปแบบ แสดงให้เห็นว่า เว็บไซต์ดีเอ็มซี มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่แตกต่างและโดดเด่นจากเว็บไซต์อื่นๆ อย่างชัดเจน ด้วยการนำเสนอด้วยมัลติมีเดียแบบใช้ภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอและแอนิเมชัน) เป็นพื้นฐานในการสื่อสาร (Visual-based Multimedia) ในขณะที่เว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักร และเว็บไซต์ฟังธรรม มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาคล้ายกัน กล่าวคือ เน้นการนำเสนอเนื้อหาด้วยการใช้ตัวอักษรเป็นพื้นฐานในการสื่อสาร (Text-based Multimedia) และการนำเสนอเนื้อหาด้วยการใช้เสียงเป็นพื้นฐานในการสื่อสาร (Audio-based Multimedia)

ผลการศึกษาเนื้อหา แสดงให้เห็นว่า เว็บไซต์ฟังธรรมเป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาน้อยกว่าเว็บไซต์อื่นๆ กล่าวคือ ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาในประเด็น คำศัพท์พุทธศาสน์ และข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์และโครงการต่างๆ และเว็บไซต์พลังจิตเป็นเว็บไซต์เดียวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการซื้อ-ขายวัตถุมงคล

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจากผู้ใ้

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 223 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 117 เป็นเพศชาย 102 และเป็นเพศที่สามจำนวน 4 คน โดยมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธกว่าร้อยละ 96.4 และมีระดับความสนใจในพระพุทธศาสนาที่ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.7 และระดับมากที่สุด ร้อยละ 31.5

กิจกรรมทางศาสนาที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำ เป็นอันดับแรก คือ การสวดมนต์ การอ่านหนังสือธรรมะ และการนั่งสมาธิ ตามลำดับ

ลักษณะพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน และใช้อินเทอร์เน็ตในสถานที่ส่วนตัว (บ้านพักอาศัย)

เว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้เป็นประจำอันดับ 1 ได้แก่ www.google.com รองลงมาคือ www.facebook.com , อันดับ 3 คือ www.hotmail.com และ อันดับ 4 คือ www.pantip.com

พฤติกรรมการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ตสามารถสรุปเป็นตารางความถี่ในการใช้บริการได้ดังนี้

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 85 สรุปพฤติกรรมการใช้บริการต่างๆในอินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมการใช้บริการในอินเทอร์เน็ต	สรุปผล
ใช้ติดตามข่าวสารใน Social Network (Facebook, Twitter, อื่นๆ)	บ่อย พอสมควร
ใช้ค้นหาข้อมูลทางการศึกษา / อาชีพ / ความรู้ทั่วไป	
ใช้รับ-ส่งอีเมล (E-mail)	
ใช้ส่งข้อมูล/download/ upload ข้อมูลต่างๆ	
ใช้ติดตามข่าวสารบ้านเมือง	บางครั้ง
ใช้สนทนากับเพื่อนผ่านโปรแกรมแชท : MSN, G-Talk, Skype หรือโปรแกรมอื่นๆ	
ใช้แสดงความเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ เช่น การใช้Webboard	
ใช้เล่นเกมส์	นานๆครั้ง
ใช้ดูหนัง ดูรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง	
ใช้ฟังเพลงดู มิวสิควิดีโอ	
ทำเว็บไซต์ของตนเอง	ไม่เคยเลย
ใช้เขียนไดอารี่ออนไลน์ เขียนบล็อก(Blog)	
ใช้ซื้อ-ขายสินค้า /ประมูลสินค้า	
ใช้สนทนาในห้องแชท (Chatroom)	

พฤติกรรมการใช้บริการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวันผ่านสื่อสามารถสรุปตามความถี่ได้ตามตาราง 86

ตารางที่ 86 สรุปผลการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน

พฤติกรรมเปิดรับเนื้อหาธรรมะในชีวิตประจำวัน	สรุปผล
สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์)	มาก
สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ)	
สื่อบุคคล (พระสงฆ์)	ปานกลาง
สื่อโทรทัศน์ (เทป/ซีดี)	
สื่อโทรทัศน์ (รายการโทรทัศน์)	น้อย
สื่อวิทยุกระจายเสียง (สถานีวิทยุ)	

ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับเนื้อหาธรรมะออนไลน์จากเว็บไซต์โดยวิธีการอ่านบทความ ธรรมะออนไลน์จากเว็บไซต์มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ฟังธรรมะออนไลน์ ลำดับสุดท้ายคือ การดูคลิปเทศนาออนไลน์จากเว็บไซต์

ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตกับธรรมะ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเชิงบวกในระดับที่เห็นด้วยมากใน 3 ประเด็น คือ

1. ประเด็นการเข้าถึงเนื้อหาธรรมะที่ทำได้สะดวก มีเนื้อหาจำนวนมาก เมื่อมีปัญหาสงสัยก็สามารถหาคำตอบได้ในอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังทำให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรับเนื้อหาธรรมะได้ง่ายขึ้น
2. ประเด็นรูปแบบของสื่อที่ใช้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น ทั้งการใช้ตัวอักษร, การใช้ไฟล์เสียง และการดูวิดีโอธรรมะ
3. ประเด็นสื่ออินเทอร์เน็ตสร้างความใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น รู้สึกว่าธรรมะไม่ใช่เรื่องของคนแก่ และการได้พูดคุยเรื่องธรรมะใน Webboard ช่วยทำให้อยู่ในธรรมะตลอดเวลา

ระยะเวลาในการเปิดรับเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลา 30-60 นาทีและช่วงเวลาที่เปิดรับเว็บไซต์ธรรมะคือ ช่วง 19.00 - 22.00 น.

การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ได้แบ่งออกเป็น 8 ประเด็น

1. การสื่อสารในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Communicating in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดเห็นว่าเว็บไซต์ธรรมะเป็นสถานที่ ที่จะได้พบผู้ที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเหมือนกัน ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เพื่อติดตามข่าวสารโครงการต่างๆของวัด/เว็บไซต์ และเพื่อดูภาพกิจกรรมในโครงการต่างๆของวัด

วิธีการสื่อสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่มีบริการเว็บบอร์ด และห้องแชทนิยมใช้บ่อย ได้แก่ การสนทนาผ่านเว็บบอร์ด การส่ง Private Message (PM) และการแชท ตามลำดับ

2. การให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Information in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 80 เห็นว่าสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาได้สะดวกและมีจำนวนมาก ทั้งข้อมูลสถานที่ปฏิบัติธรรม เนื้อหาหลักธรรม และเนื้อหาการทำสมาธิและการปฏิบัติธรรม

กิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 87 สรุปกิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

กิจกรรมที่ทำในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา	สรุปผล
อ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในเว็บไซต์	มาก
อ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในWebboardในเว็บไซต์	ปานกลาง
ฟัง/ดาวน์โหลด ไฟล์เสียงธรรมเทศนาต่างๆในเว็บไซต์	
ดาวน์โหลดหนังสือธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์	
หาความรู้เกี่ยวกับการทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม ในเว็บไซต์ธรรมะ	
ดูวิดีโอธรรมะเรื่องที่ท่านสนใจในเว็บไซต์	
ดาวน์โหลดพระไตรปิฎกจากเว็บไซต์	น้อย
ดาวน์โหลดสื่อธรรมะต่างๆ เช่น หนังสือธรรมะ ไฟล์เสียงธรรมะเทศนา และวิดีโอธรรมะมาเก็บไว้เพื่อนำไปเผยแพร่	
ดูภาพการ์ตูนธรรมะ/วิดีโอการ์ตูนธรรมะในเว็บไซต์	

ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 38 เคยตั้งกระทู้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา โดยมีจุดประสงค์ เพื่อถามข้อข้องใจเกี่ยวกับธรรมะและเพื่อแบ่งปัน/เผยแพร่หลักธรรม ในขณะที่ร้อยละ 53 เคยตอบกระทู้ด้วยจุดประสงค์คือ เพื่อแบ่งปัน/เผยแพร่หลักธรรม และเพื่อแสดงการอนุโมทนา

โดยรูปแบบการนำเสนอที่ทำให้ศึกษาธรรมะ การทำสมาธิ และการปฏิบัติในระดับมากที่สุดและมาก ในเว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักรและเว็บไซต์ดีเอ็มซี คือ การอ่านเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์ ในขณะที่การศึกษาระบบการฟังจากไฟล์เสียงธรรมะในเว็บไซต์ฟังธรรมในระดับมาก

การดาวน์โหลดข้อมูลธรรมะจากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาพบว่าการดาวน์โหลดไฟล์เสียงเทศนา/เสียงสวดมนต์ในเว็บไซต์ฟังธรรมในระดับมาก ในขณะที่เว็บไซต์พลังจิต เว็บไซต์ธรรมจักรและเว็บไซต์ดีเอ็มซีมีการดาวน์โหลดข้อมูลตัวอักษร/หนังสือออนไลน์/e-book / บทความออนไลน์และไฟล์เสียงเทศนา/เสียงสวดมนต์ ในระดับปานกลาง

3. การเรียนรู้ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Learning in Websites)

การอ่านศึกษาพระไตรปิฎก อ่านหลักธรรม และการฝึกปฏิบัติธรรมและสมาธิด้วยตนเองจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าถึงธรรมะและปฏิบัติได้ด้วยตนเองอยู่ในระดับปานกลาง

4. การให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Experience in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาให้ประสบการณ์ทางธรรมะในระดับมาก เพราะเว็บไซต์พระพุทธศาสนาทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น ทำให้ความเชื่อความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาหนักแน่นขึ้น อีกทั้งการฟัง/ดาวน์โหลดธรรมเทศนาออนไลน์ให้ความรู้สึกฟังธรรมจากพระอาจารย์จริงๆ และการพูดคุยเรื่องธรรมะในเว็บบอร์ดเปรียบได้กับการสนทนาธรรม ในขณะที่การพูดคุยสนทนาเรื่องธรรมะในห้องแชทเปรียบได้กับการสนทนาธรรมอยู่ในระดับปานกลาง

อย่างไรก็ตามมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์นั่งสมาธิขณะฟังไฟล์เทศนาและไม่เคยสวดมนต์หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่ออ่านบทสวดมนต์

5. การค้นหาจิตวิญญาณในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Seeking in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นเครื่องมือในการทำบุญซึ่งเห็นด้วยว่าการอ่านธรรมะ การฟังไฟล์เสียง และการดูวิดีโอธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นบุญอย่างหนึ่ง รวมไปถึงการตั้งและตอบกระทู้ด้วยประสบการณ์ส่วนตัวและหลักธรรมและการแบ่งปันเนื้อหาธรรมะทาง Social Network ก็เป็นบุญอย่างหนึ่ง และการบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนเว็บไซต์หรือซื้อโฆษณาเป็นการทำบุญบำรุงศาสนา ผู้ที่เข้าเว็บไซต์ส่วนใหญ่ได้เริ่มปฏิบัติธรรมเพื่อบรรลุนิพพานหลังจากได้เข้าชมเว็บไซต์ในระดับปานกลาง

6. การทำให้เป็นการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Religion Commodizing in Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อขาย/เช่าซื้อวัตถุมงคลหรือพระเครื่องต่างๆ ในเว็บไซต์ธรรมะ

7. ชุมชนออนไลน์ในเว็บไซต์ธรรมะ (Religion Community in Websites)

ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นสถานที่รวมคนที่มีความสนใจเรื่องธรรมะและทำให้ได้พบกัลยาณมิตรทางธรรมในเว็บไซต์ได้ แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยพัฒนาความสัมพันธ์จากกัลยาณมิตรในโลกออนไลน์มาเป็นกัลยาณมิตรในโลกความจริง ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกในระดับปานกลางในการเป็นส่วนหนึ่งของเว็บบอร์ดธรรมะที่ใช้อยู่ และส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญในการตั้ง/ตอบกระทู้เพื่อการสะสมคะแนนหรือเพิ่มอันดับในเว็บบอร์ดและไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมในโลกความจริงที่เว็บไซต์จัดทำขึ้น

8. การแก้ไขปัญหและการช่วยเหลือเยียวยาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา (Healing and Problem Solving in Religion Websites)

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาช่วยเยียวยาปัญหาทางธรรมและปัญหาชีวิตในระดับปานกลาง

การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและการเชื่อมโยงไปยัง Social Network ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี Social Network ประเภท facebook มากเป็นอันดับหนึ่ง และผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 90 ไม่รู้จัก Social Network ประเภท facebook และ twitter ของเว็บไซต์พลังจิตและเว็บไซต์ดีเอ็มซี ไม่เชื่อมโยงเข้ากับ Social Network ของตนเอง และไม่เคยกดปุ่ม share หรือกด Like เพื่อแบ่งปันบทความไปยัง Social Network ของตนเอง

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการช่วยทำบุญตามแนวบุญกิริยวัตร 10 ได้แก่ การอ่าน/ฟังบทความธรรมะ, การแสดงการอนุโมทนาด้วยการกดปุ่มอนุโมทนา/เขียนข้อความอนุโมทนา , การตั้ง/ตอบกระทู้เพื่อเผยแพร่ธรรมะ, การกดแบ่งปันธรรมะทาง Social Network และการบริจาคเงินสนับสนุนเว็บไซต์

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ทักษะการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาโดยผู้ใช้

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก มีจำนวน 9 คน ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเป็นผู้ที่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาและใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพระพุทธศาสนา ทุกคนมีอายุในช่วง 24-45 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ประเด็นการสื่อสารธรรมะในเว็บไซต์ธรรมะ

ทัศนคติต่อการสนทนาธรรมผ่านเว็บบอร์ดและการแชทรวม

สืบเนื่องจากผลการวิจัยในส่วนที่ 2 ที่การสนทนาธรรมด้วยการแชทสนทนาธรรมทำให้เข้าใจธรรมะในระดับน้อยซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า การแชทเป็นการจำลองวิธีการสนทนาในชีวิตประจำวันของมนุษย์ที่ใกล้เคียงมากที่สุด แต่กลับไม่ได้ใช้ในการสนทนาธรรม จากการสัมภาษณ์เจาะลึกจึงทำให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสนทนาธรรมทางอินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่ทำให้การสนทนาธรรมด้วยรูปแบบการแชทไม่ประสบความสำเร็จ

รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสนทนาธรรมออนไลน์ คือ การสื่อสารในเว็บบอร์ด ด้วยการตั้งและตอบกระทู้ เนื่องจากรูปแบบของเว็บบอร์ดที่เปิดพื้นที่ให้สมาชิกตั้งกระทู้ถามเกี่ยวกับหัวข้อธรรมะที่สนใจหรือมีข้อสงสัย เพื่อให้สมาชิกท่านอื่นเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อท้ายได้ โดยรูปแบบของเว็บบอร์ดที่สำคัญที่เอื้อให้เกิดการสนทนาธรรม คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน Asynchronous Many-to-Many Communication ซึ่งผู้ส่งสารสามารถเขียนข้อความทิ้งไว้ในหน้าเว็บเพจนั้นๆ ได้ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยที่ผู้รับสารรายอื่นๆ สามารถเข้ามาอ่านหรือเขียนข้อความตอบโต้กลับได้ในอีกช่วงเวลาหนึ่ง ในการสื่อสารดังกล่าว มีพื้นที่และเวลาให้กระทำการโต้ตอบผ่านกระบวนการคิด พิจารณาไตร่ตรอง กลั่นกรองความคิด อ่านทวนซ้ำ และเรียบเรียงคำตอบก่อนจะเพิ่มคำตอบลงไปในกระทู้นั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาประเภทธรรมะเป็นเนื้อหาที่มีความละเอียดและต้องการคำอธิบายที่ชัดเจน และการสื่อสารด้วยตัวอักษรทำให้เกิดการตีความได้มาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการเรียบเรียงเนื้อหา ก่อนทำการสื่อสารออกไป อีกทั้งการสนทนาธรรมเป็นการสนทนาแบบที่เน้นเนื้อหา (Content-oriented) มากกว่าการเน้นที่ตัวบุคคล (person-oriented) ในรูปแบบการสนทนาแบบแชท

ในทางกลับกันการแชทในห้องรวม ไม่เหมาะสมสำหรับการสนทนาธรรม แม้ว่าการแชทจะจำลองการสนทนาที่ใกล้เคียงกับการสนทนาในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากที่สุด แต่ไม่ได้รับความนิยมใช้ในการสนทนาธรรม เนื่องจากการสนทนาในห้องแชทรวมเร็วเกินไป ทำให้พิมพ์สนทนาโต้ตอบไม่ทัน ซึ่งเป็นอุปสรรคในการสนทนาที่ต้องการคำอธิบายโดยละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาประเภทธรรมะ นอกจากนี้ผู้สนทนาจะเปลี่ยนไปตลอดเวลา ผู้ใช้จึงไม่รู้ที่กำลังสนทนากับใครและมีความรู้ในระดับใด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการแชทรวมเหมาะกับการสนทนาเรื่องทั่วไปมากกว่าการสนทนาเรื่องธรรมะ

2. ประเด็นการให้ข้อมูลในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ด้วยคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์มีระบบ ระเบียบมากขึ้นด้วยระบบฐานข้อมูล อันส่งผลให้การค้นหาข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลทำได้สะดวกมากขึ้น ตลอดจนการทำให้ข้อมูลที่เคยมีปริมาณจำกัดเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างไม่จำกัดและสามารถเข้าถึงได้หลายคนพร้อมกัน นับว่าเป็นข้อดีและประโยชน์อย่างยิ่งต่อพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการใช้สื่อ Multimedia ในการนำเสนอเนื้อหาธรรมะ

ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง คือ เห็นด้วยกับการใช้สื่อ Multimedia เพราะช่วยให้เข้าใจธรรมะมากขึ้น อีกทัศนคติหนึ่งคือ ไม่เห็นด้วยกับการใช้สื่อ Multimedia เพราะไม่ช่วยให้เข้าใจธรรมะมากขึ้น และทัศนคติที่เป็นกลาง คือ จะมีหรือไม่มีสื่อ Multimedia ก็ได้ ไม่มีความจำเป็น เพราะการเข้าใจธรรมะขึ้นอยู่กับตัวบุคคล และเนื้อหามากกว่ารูปแบบของสื่อ

ทัศนคติต่อความเพียงพอของเนื้อหาธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันมีเนื้อหาธรรมะในปรากฏในสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากและครอบคลุมเนื้อหาธรรมะในส่วนปริยัติธรรม

ทัศนคติต่อการเผยแพร่ธรรมะด้วยชมราวาสและพระสงฆ์ทางเว็บไซต์

ข้อมูลที่ได้มาจากพระสงฆ์โดยตรงจะมีความน่าเชื่อถือสูง เช่น ไฟล์เสียงธรรมจากพระที่มีชื่อเสียง หากแต่เป็นข้อมูลจากชมราวาสในการตั้ง/ตอบกระทู้ต่าง หรือด้วยวิธีการอื่นๆ จะยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลธรรมะที่ให้โดยชมราวาสโดยผู้ใช้ต้องมีวิจารณญาณส่วนบุคคลและการพิจารณาตามเหตุตามผลเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ระเบียบการให้คะแนนและการกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บไซต์โดยสมาชิกและการกำกับดูแลกันเองโดยสมาชิกเว็บไซต์และเว็บมาสเตอร์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยบอกความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้ส่วนหนึ่ง

ในทางตรงกันข้าม พระสงฆ์ออกมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตหรือใช้ Social Media ด้วยตนเอง เพื่อเผยแพร่ธรรมะ จะไม่เพิ่มความน่าเชื่อถือของเนื้อหาธรรมะ แต่จะก่อให้เกิดวิกฤตศรัทธาและความเคลือบแคลงสงสัยในพระสงฆ์รูปนั้นๆ แทน ทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤตศรัทธาคือ พระสงฆ์ควรมีตัวกลางหรือให้ชมราวาสกระทำการในโลกอินเทอร์เน็ตแทน

3. ประเด็นการเรียนรู้ธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการเปิดรับและเรียนรู้เนื้อหาธรรมะทางอินเทอร์เน็ต

การเปิดรับสื่อธรรมะแต่ละรูปแบบขึ้นอยู่กับความชอบ (จริต) ของแต่ละบุคคลและขึ้นอยู่กับกิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคล ดังนั้นวิธีการเปิดรับเนื้อหาธรรมะก็แตกต่างกันไปตามกิจกรรมและวิถีการดำเนินชีวิต แม้ว่าอินเทอร์เน็ตเข้ามาทำให้การสื่อสารเรื่องพระพุทธศาสนามีความรวดเร็ว สะดวก เข้าถึงง่าย เข้ากับวิถีชีวิตในปัจจุบัน เปิดโอกาสให้เรียนรู้ธรรมะได้เพิ่มขึ้น สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเข้ามาเสริมและแทนกิจกรรมทางศาสนาและการฟังธรรมได้บางส่วน แต่

ไม่ได้ช่วยให้เข้าใจธรรมะได้มากขึ้น เพราะมันขึ้นอยู่กับการปฏิบัติของแต่ละบุคคล เนื่องจากพระพุทธศาสนาต้องปฏิบัติ

4. ประเด็นการให้ประสบการณ์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อความใกล้ชิดกับธรรมะโดยสื่ออินเทอร์เน็ต

ด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ทำให้เข้าถึงเนื้อหาธรรมะได้ง่ายขึ้น ทำให้คนรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น ด้วยการฟังไฟล์เสียง การดูวิดีโอ การเปิดรับข้อมูลธรรมะทางเว็บไซต์ และ/หรือ Social Network หรือทางโทรศัพท์มือถือที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

5. ประเด็นชุมชนธรรมะออนไลน์

ทัศนคติต่อการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์และใน Social Media

ชุมชนธรรมะออนไลน์ได้เกิดขึ้นแล้วในเว็บไซต์ เห็นได้จากการสนทนาโต้ตอบกันและมีการบอกบุญ การแจ่งข้าวและนัดสมาธิในเว็บไซต์หรือเว็บบอร์ดให้ออกไปทำกิจกรรมงานบุญร่วมกัน นอกจากนี้ Social Media ยังช่วยให้เกิดชุมชนออนไลน์ที่ใกล้ชิดกับผู้ใช้มากขึ้น อีกทั้งให้ความรู้สึกมีส่วนร่วมกับชุมชนนั้นๆ มากกว่าเว็บไซต์ เพราะปัจจัยพื้นฐานของเครือข่าย Social Media คือ สายสัมพันธ์ของเพื่อนหรือคนรู้จักกันมาเชื่อมโยงกันไว้ และด้วยลักษณะของ Social Media ที่เป็นสื่อเชิงรุก (Active) ที่สามารถส่งข่าวของเพื่อนหรือจากคนที่เชื่อมโยงกันไว้ให้มาถึงผู้ใช้และผู้ใช้ยังสามารถส่งข้อความหรือเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ได้ด้วยตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากเว็บไซต์ที่เป็นสื่อเชิงรับ (Passive) ที่ผู้สนใจต้องเข้าไปหาที่เว็บไซต์นั่นเอง

ทัศนคติต่อการแทนที่กิจกรรมทางศาสนาและใช้เป็นวัดออนไลน์ในสื่ออินเทอร์เน็ต

แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะมีสื่อธรรมะจำนวนมาก เข้าถึงได้ง่าย เหมาะสมกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน และทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น อย่างไรก็ตามสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาแทนกิจกรรมทางศาสนา หรือการไปวัดฟังธรรมได้เพียงบางส่วนเท่านั้น กล่าวคือ สามารถเสริมกิจกรรมนั้นๆ ได้เพียงบางส่วน เพราะศาสนิกชนยังต้องการไปสัมผัสบรรยากาศของพิธีกรรม การทำกิจกรรมร่วมกับศาสนิกชนคนอื่นๆ เพราะจะได้ความอิมเมจ ตอบสนองความศรัทธา และเกิดกำลังใจในการปฏิบัติธรรมต่อไป อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้ามาแทนวัดหรือเป็นวัดออนไลน์ได้โดยสมบูรณ์ เนื่องจากยังขาดปัจจัยเรื่องบรรยากาศ ความร่มรื่น การปลื้มใจเพื่อปฏิบัติธรรมในขั้นสูงและความพร้อมของสื่ออินเทอร์เน็ต

6. ประเด็นการค้นหาทางจิตวิญญาณ

ทัศนคติต่อการค้นหาทางจิตวิญญาณและยกระดับจิตใจ

อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้ทำบุญได้ตามหลักบุญกิริยาวัตถุ 10 ในระดับทานและศีล เช่น การเป็นพื้นที่บอกกิจกรรมงานบุญและเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรม เปิดโอกาสให้อุทิศทานบุญ การร่วมบริจาคทาน การเผยแพร่ไฟล์เสียงธรรมและการโพสต์ข้อความ

เชิงธรรมชาติ แต่ไม่สามารถช่วยให้เกิดการทำบุญในระดับภาวณาได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นการปฏิบัติของแต่ละตัวบุคคลและต้องการสถานที่ที่สงบ

7. ประเด็นการแก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือเยียวยาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

เนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์ช่วยให้เกิดที่พึ่งทางใจ ให้กำลังใจ ช่วยคลายความเครียดได้ เพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจ ใจดีใจใจ ตลอดจนการเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ที่ช่วยแก้ไข้ปัญหาและช่วยเหลือเยียวยาปัญหาด้วยธรรมะ เพราะเมื่อมีปัญหาผู้ที่สนใจธรรมะเข้าไปหาอ่านหรือฟังธรรมะที่ช่วยบำบัดความทุกข์ของตนเอง

8. ประเด็นการทำให้เป็นการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ทัศนคติต่อการค้าในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา พบว่ามี 3 แนวทาง คือ ทัศนคติในแง่ลบ และลดความน่าเชื่อถือและศรัทธาต่อเว็บไซต์ ทัศนคติเป็นกลางการซื้อขายขึ้นอยู่กับเจตนาและความพึงพอใจระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ และไม่เห็นด้วยกับการซื้อขายพระเครื่อง

9. ข้อจำกัดของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

ปริมาณการเปิดรับสื่อ วิธีการนำเสนอเนื้อหา และ วิธีการเปิดรับสื่อ ขึ้นอยู่กับความพร้อมทางอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และความเร็วอินเทอร์เน็ตของแต่ละบุคคล รวมไปถึงความพร้อมของสื่อธรรมะในประเภทต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อไฟล์เสียงมีปริมาณมาก เนื่องจากผลิตได้ง่ายมีเงื่อนไขในการผลิตและการรับสื่อด้วยการดาวน์โหลดง่ายกว่าสื่อประเภทวิดีโอที่มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีเงื่อนไขมากกว่า

ข้อเสียอีกประการหนึ่งคือ ไม่มีการคัดกรองเนื้อหาที่มีในอินเทอร์เน็ต ใครก็สามารถลงข้อความที่ต้องการได้ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องมีความรู้เท่าทันสื่อพอสมควรและต้องมีปัญญาพิจารณาเนื้อหาต่างๆในเว็บไซต์ด้วยตนเอง

ตอบคำถามวิจัย

1. รูปแบบที่ใช้นำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร

เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยม 4 เว็บไซต์ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาล้วนมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ตามทักษะการรับรู้สื่อทั้งการอ่าน การฟังเสียง และการดูภาพเคลื่อนไหวซึ่งจัดทำในรูปแบบบทความออนไลน์สำหรับอ่าน รูปแบบไฟล์เสียงเทศนาและไฟล์เสียงอ่านหนังสือ และรูปแบบของวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับพิมพ์เดือน จากตรงกลุ่ม ที่ได้สรุปว่าการสื่อสารในเว็บไซต์ปัจจุบันเป็นรูปแบบของสื่อประสมมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของสื่อออกได้เป็น 5 ชนิด ได้แก่ ข้อความหรือตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว

เสียง และวิดีโอโดยเรียงตามความสามารถถ่ายทอดความหมายตามรูปแบบการสื่อสารจากน้อยไปมาก อีกทั้งยังมีรูปแบบรายการธรรมะที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมและครอบคลุมกับรสนิยมและความชอบของบุคคล เช่น รายการบทความธรรมะ รายการบันเทิงธรรมะเป็นต้น ความหลากหลายของรูปแบบสื่อมีข้อดีและสอดคล้องกับความชอบ(จริต)ในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น บางคนเข้าใจธรรมะได้ดีด้วยการฟัง ในขณะที่บางคนเข้าใจธรรมะได้ดีด้วยการอ่าน อีกทั้งด้วยรูปแบบสื่อที่หลากหลายนี้เองยังทำให้การเปิดรับสื่อธรรมะมีความยืดหยุ่นตามลักษณะกิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคล เช่น การฟังไฟล์เสียงธรรมะเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในขณะที่เดินทางหรือก่อนนอน หรือการอ่านเนื้อหาธรรมะในเว็บบไซต์เมื่อมีเวลาว่าง

นอกจากนี้ ผู้เข้าใช้เว็บบไซต์พระพุทธศาสนาที่มีอายุต่างกัน คือ ตั้งแต่ช่วงอายุวัยรุ่น, วัยทำงานตอนกลาง และวัยทำงานตอนปลายถึงวัยผู้ใหญ่ มีความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ทุกช่วงอายุชอบเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยการอ่านบทความธรรมะออนไลน์มากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ การฟังธรรมะออนไลน์ และอันดับสุดท้ายคือ การดูคลิปวิดีโอเทศนา

การใช้เทคโนโลยีสื่อประสมมัลติมีเดียที่แตกต่างกันในการนำเสนอเนื้อหาธรรมะแม้จะสร้างความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะ แต่การใช้สื่อที่มากเกินไปอาจไม่มีความจำเป็นสำหรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่เน้นการเข้าใจแก่นพระศาสนาด้วยปัญญาของตนเอง และผู้ที่สนใจ ศึกษาและปฏิบัติธรรมมาระยะหนึ่ง จะเห็นว่าสื่อประสมมัลติมีเดีย สิ่งที่เกิดขึ้นความจำเป็น อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อประสมมัลติมีเดียอาจจะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เพิ่งสนใจพระพุทธศาสนาในระดับเริ่มต้น เพราะเป็นการดึงดูดความสนใจผู้ที่เพิ่งเริ่มหันมาสนใจและศึกษาพระพุทธศาสนาให้มากขึ้น

การปฏิสัมพันธ์ที่พบในทุกเว็บบไซต์คือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน : Asynchronous One-to-Many Communication คือ การอ่านเนื้อหาต่างๆที่นำเสนอในเว็บบไซต์ นอกจากนี้ คุณสมบัติอีกประการที่ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตโดดเด่นและแตกต่างจากสื่อชนิดอื่น คือ การปฏิสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างผู้รับสารและผู้รับสารในส่วนเว็บบอร์ดและหรือห้องแชทของเว็บบไซต์ โดยเป็นการเปิดพื้นที่เสรีให้ผู้ที่มีศรัทธาเข้ามาตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้ต่างๆได้ภายใต้กฎกติกาของเว็บบอร์ดหรือเข้ามาสนทนากัน โดยการสื่อสารในเว็บบอร์ดเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน Asynchronous Many-to-Many Communication และการสื่อสารในห้องแชทเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบพร้อมกัน : Synchronous One-to-One, Many-to-Many Communication ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารโดยการสื่อสารผ่านตัวกลางสอดคล้องกับแนวคิดสื่อปฏิสัมพันธ์ของ Steuer คือการรับรู้ในตัวกลางของกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลแต่ต่างสถานที่ และที่สำคัญคือ การสื่อสารนั้นๆสามารถได้รับการตอบกลับอย่างรวดเร็วและสะดวกกว่าการโต้ตอบกับสื่อชนิดอื่นที่ใช้เวลานานและอาจจะไม่ได้รับการตอบสนอง

นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตยังได้ทำให้เส้นแบ่งระหว่างผู้รับสารและผู้ผลิตสารเลือนลางลง เนื่องจากผู้รับสารสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสาร ผู้รับสาร หรือแม้กระทั่งผู้ผลิตสารในโลกออนไลน์ และผู้ส่งสารก็สามารถเป็นผู้รับสารได้ในเวลาเดียวกันนั้นเองตามคำจำกัดความของ Alvin Toffler ที่ใช้เรียกผู้ผลิตสารและผู้รับสารในคนๆ เดียวว่า Prosumer หรือผู้ใช้สาร ซึ่งเห็นได้ชัดจากรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารในเว็บบอร์ดที่ผู้ส่งสารหรือผลิตสารในกระทู้หนึ่งๆ สามารถเป็นผู้รับสารในอีกกระทู้หนึ่งๆ ได้ในเวลาเดียวกัน

ด้วยรูปแบบการนำเสนอแบบเว็บบอร์ดที่มีการโต้ตอบกันระหว่างกลุ่มผู้ใช้ การแสดงความคิดเห็น การแจ้งประกาศการทำบุญ การร่วมอนุโมทนาบุญในเว็บบอร์ด ล้วนทำให้เกิดชุมชนธรรมะออนไลน์ขึ้น จากการศึกษา เว็บไซต์พลังจิตจัดว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีความเป็นชุมชนสูงและเปิดเป็นสาธารณะมาก เห็นได้จากรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกือบทั้งหมดของเว็บไซต์พลังจิตอยู่ในรูปแบบเว็บบอร์ดและการตั้งกระทู้ โดยเนื้อหาถูกนำเสนอได้อย่างเสรีและมีผู้เข้ามาตอบกระทู้ได้อย่างเสรีเช่นกัน และการนำเสนอข่าวสารข้อมูลทั้งเรื่องทั่วไปและเรื่องในวงการศาสนา โดยที่ยังคงจุดประสงค์ของเว็บไซต์คือ เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ในขณะที่เว็บไซต์ดีเอ็มซีมีความเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์เฉพาะกลุ่มผู้ที่ศรัทธาวัตรพระธรรมกาย เห็นได้จากการการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลและกิจกรรมของวัตรพระธรรมกายเท่านั้น เว็บไซต์ธรรมจักรมีเว็บบอร์ดเป็นของตนเองและจัดว่าเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ชุมชนหนึ่งเช่นกัน เพียงแต่มีขนาดเล็กกว่าชุมชนธรรมะออนไลน์ในเว็บพลังจิต และเว็บไซต์ฟังธรรมไม่มีชุมชนออนไลน์เลย เนื่องจากไม่มีเว็บบอร์ด

2. เนื้อหาที่นำเสนอในเว็บไซตพระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร

จากการศึกษา เว็บไซต์พระพุทธศาสนาทั้ง 4 เว็บไซต์ พบว่าทุกเว็บไซต์มีการนำเสนอประเด็นเนื้อหาพระพุทธศาสนาได้ครบถ้วน ทั้งในประเด็นเนื้อหาพระพุทธศาสนา ข่าวสารวงการศาสนา หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกที่ว่า ปัจจุบันมีเนื้อหาธรรมะเชิงปริยัติในอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก

3. การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซตพระพุทธศาสนาเป็นอย่างไร

Harold Innis กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการสื่อสารย่อมทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมในระดับใดระดับหนึ่งและ Hiltz กล่าวว่า การเข้ามาของการสื่อสารรูปแบบใหม่ จะทำให้เกิดปรากฏการณ์ 3 รูปแบบ ได้แก่ ปรากฏการณ์แทนที่ ปรากฏการณ์เสริม และ ปรากฏการณ์แผ่ขยาย

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงสังคมในระดับปัจเจกบุคคล คือ ผู้ใช้เลือกที่จะเปิดรับเนื้อหาสาระจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับจากสื่อสารมวลชนหรือสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมีความเป็นอิสระและขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ใช้ (on-demand) มากกว่าสื่อมวลชนที่นอกจากจะมีพื้นที่สำหรับเนื้อหาสาระอย่างจำกัดแล้วยังมีข้อจำกัดเรื่องช่วงเวลาที่จะไม่สะดวกสำหรับผู้ใช้งานกลุ่ม แต่ในการเปิดรับเนื้อหาต่างๆในอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้สามารถเลือกเวลาความสะดวกของตนเอง และสามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระในอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rice ที่ได้วิเคราะห์ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีศักยภาพแตกต่างจากสื่ออื่นๆ ด้านความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์ข้อจำกัด (Freedom of constraints) ขอบเขตการสื่อสาร (Mode of technical bandwidth) และการติดต่อกันอย่างเป็นเครือข่าย (Network of flows)

อย่างไรก็ตามการเข้ามาของสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่สร้างผลกระทบไปถึงระดับสังคมหรือระดับสถาบันสังคม เนื่องจากยังมีข้อจำกัดด้านความเหลื่อมล้ำทางสังคมซึ่งส่งผลถึงการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตของสังคมส่วนใหญ่ของประเทศ

สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามาสร้างปรากฏการณ์เสริม (Add-on) และแผ่ขยาย (Expansion) การสื่อสารดั้งเดิม นอกจากการอ่านจากหนังสือธรรมะเพื่อเรียนรู้ธรรมะแล้ว ยังใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งเรียนรู้ธรรมะ ใช้ค้นหาเนื้อหาสาระ ใช้เป็นแหล่งพึ่งพิงทางใจเมื่อมีปัญหาชีวิตหรือเมื่อต้องการกัลยาณมิตรทางธรรม หรือแม้กระทั่งการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการทำบุญตามหลักบุญกิริยาวัตถุ 10 ในระดับทานและศีล ตลอดจนเข้ามาเสริมและแผ่ขยายภารกิจกรรมทางศาสนาบางอย่าง เช่น การฟังเทศน์และการทำบุญทำทาน สื่ออินเทอร์เน็ตได้เปิดโอกาสและแผ่ขยายการเรียนรู้ธรรมะให้กว้างไกลออกไป สำหรับผู้ที่ไม่สะดวกในการเดินทางไปวัดก็สามารถรับฟังธรรมเทศนาเดียวกันกับผู้เดินทางไปฟังที่วัดได้เช่นกัน ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระที่ต้องการอย่างไม่จำกัดตราบเท่าที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ มุมมองจากเว็บไซต์ และมุมมองจากผู้ใช้

การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศจากมุมมองของเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การใช้ประโยชน์ที่ประสบความสำเร็จ คือ การเชื่อมโยงกิจกรรมในเว็บบอร์ดให้ออกไปยังกิจกรรมต่างที่เกิดขึ้นนอกโลกออนไลน์ โดยการประชาสัมพันธ์และประกาศกิจกรรมงานบุญต่างๆในเว็บบอร์ด เพื่อให้ผู้สนใจเข้าร่วมและเกิดเป็นกิจกรรมจริงในโลกความจริง และยังมี การเชื่อมโยงเว็บไซต์ไปยังสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในเว็บไซต์ดีเอ็มซีที่เนื้อหาเกือบทั้งหมดถูกส่งมาจากสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและนำมาจัดเก็บและเผยแพร่ออกสู่สาธารณะด้วยเว็บไซต์ และยังเชื่อมโยงต่อไปถึงสถานีวิทยุอีกด้วย และที่สำคัญที่สุดในช่วงปี 2553-2554 ที่กระแสเครือข่ายสังคม หรือ Social Network กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยและทั่วโลก เป็นการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่ายโดยใช้ความสัมพันธ์เป็นตัวเชื่อมโยงคน

เข้าไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดมิติใหม่ในการสื่อสารที่รวดเร็ว เข้าถึงง่ายกว่าการสื่อสารด้วยระบบอีเมลและเว็บไซต์ และผู้ใช้รู้สึกมีส่วนร่วมและมีความเป็นเจ้าของของสื่อเหล่านั้นๆ เพราะเป็นสื่อเชิงรุกที่ส่งตรงเข้าหาผู้ใช้โดยตรงเมื่อเชื่อมโยงเครือข่ายและความสัมพันธ์กันไว้แล้ว ประกอบกับอุปกรณ์การสื่อสารในยุคปัจจุบันที่สามารถใช้ป็นสื่ออย่างหนึ่งและสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ยิ่งทำให้รู้สึกว่าการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องง่าย เว็บไซต์พระพุทธศาสนาอย่างเว็บไซต์พลังจิตและเว็บไซต์ดีเอ็มซีก็เข้าร่วมในระบบเครือข่ายทางสังคม Facebook และ Twitter ด้วยเช่นกัน ผู้วิจัยพบว่าการเชื่อมโยงกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาต่างๆ เข้ากับรูปแบบสื่อทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสารมวลชนและการสื่อสารในโลกออนไลน์ให้เกิดเป็นกิจกรรมในโลกความเป็นจริง เป็นการบูรณาการการใช้สื่ออย่างรอบด้านและทำให้โลกอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันอย่างไม่เคอะเขินเหมือนอย่างกับการอ่านหนังสือพิมพ์และการฟังวิทยุเป็นช่องทางการรับข่าวสารในอดีต

การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศจากมุมมองของผู้ใช้

Katz ให้ความสำคัญในการศึกษาการใช้สื่อตามความพึงพอใจของผู้รับสาร ตามแนวคิด Uses and Gratifications จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาใช้สื่อเพื่อความต้องการ 3 ประการ ได้แก่

เพื่อความต้องการทางสารสนเทศ ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์และเป็นคุณสมบัติขั้นแรกของสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ส่วนมากเข้ามาอ่านข้อความ บทความธรรมะและคำสอนต่างๆ ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา และยังใช้เพื่อติดตามข่าวสารข้อมูลของวัดหรือสถานปฏิบัติธรรมที่ตนเองศรัทธาตลอดจนข่าวสารงานบุญต่างๆ อีกทั้งยังใช้เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาที่ต้องการได้ตามความสนใจ ผู้ใช้ส่วนมากมีความเห็นว่าเนื้อหาธรรมะที่มีในเว็บไซต์พระพุทธศาสนามีจำนวนมากและครอบคลุมเพียงพอต่อความต้องการของตนเองแล้ว เช่น เมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับธรรมะข้อใดก็สามารถพิมพ์คำค้นที่ต้องการก็จะเจอข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้แทบจะทันที หรือหากต้องการค้นหาข้อมูลจากพระไตรปิฎก ก็สามารถทำได้ในเว็บไซต์พระไตรปิฎกออนไลน์ ที่มีระบบฐานข้อมูลที่ช่วยให้การค้นหาเป็นไปได้ง่าย สะดวกและตรงกับความต้องการโดยใช้เวลาน้อยกว่าการค้นหาจากพระไตรปิฎกที่เป็นเล่มจริง

เพื่อความต้องการการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้ใช้ส่วนมากเชื่อว่าเมื่อเข้าเว็บไซต์ธรรมะ จะได้พบคนที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเช่นเดียวกับตน เช่น ในเว็บไซต์พลังจิตก็มีแนวโน้มจะได้พบความที่มีความศรัทธาในหลวงพ่อกุญชรสิงดำ เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตได้แบ่งกลุ่มคนที่เข้าใช้ตามความสนใจในเรื่องต่างๆ ตามเนื้อหาในเว็บไซต์ คนที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันก็จะรวมตัวและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์นั้นๆ โดยมีเว็บบอร์ดเป็นรูปแบบการสื่อสารหลักที่ทำให้เกิดการแสดงออกร่วมกันและรวมตัวกันเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในเว็บบอร์ดไม่เพียงเป็นกระดานข่าวเพื่อส่งข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างให้มีการพูดคุยซักถาม ปรึกษาปัญหาและเกิดการช่วยเหลือเยียวยา อีกทั้งยังเป็นพื้นฐานในการสร้างสังคมแห่ง

การเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ กล่าวคือ การรวมตัวกันของผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ได้เข้ามาแบ่งปันประสบการณ์ ร่วมแก้ปัญหาต่างๆที่อยู่ในความสนใจและมีความเชี่ยวชาญ จะทำให้การแก้ไขปัญหาต่างๆมีประสิทธิภาพ มีวิธีการแก้ไขปัญหาหรือการแนะนำแนวทางที่หลากหลาย เมื่อมีการพูดคุยถึงปัญหาเรื่องใดๆแล้ว การสนทนานั้นก็ยังคงอยู่ในเว็บบอร์ดนั้นๆ แม้จะพูดจบไปแล้ว แต่บทสนทนานั้นจะคงอยู่และสามารถกลับมาค้นหาได้ภายหลัง ก็จะเกิดเป็นแนวทางการจัดการกับปัญหาทางหนึ่ง

เพื่อความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่เกิดขึ้นมาเป็นแรงเสริมค่านิยมส่วนบุคคล อันได้แก่ ความเชื่อ ความศรัทธาในพระพุทธศาสนา หรือความศรัทธาต่อพระอาจารย์บางรูป อีกทั้งยังช่วยทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะและพระอาจารย์มากขึ้น มีความหนักแน่นต่อพระพุทธศาสนาเพิ่มขึ้น เพราะได้เข้าถึงเนื้อหาธรรมะได้ถี่ขึ้นและสามารถจัดการให้อยู่กับตนเองได้ตลอดตามความสะดวก นอกจากนี้บุคคลยังสามารถแสดงออกค่านิยมร่วมกับผู้อื่นได้ด้วยการตั้ง/ตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดและระบบการกดปุ่มอนุโมทนา การเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ต่างๆในเว็บบอร์ดจะช่วยสร้างความเป็นตัวตน ความเป็นเอกลักษณ์ให้กับบุคคลด้วยระบบคะแนนสะสม ซึ่งเชื่อมโยงต่อไปยังความน่าเชื่อถือของเนื้อหาที่นำเสนอโดยบุคคลนั้นๆในเว็บบอร์ด เพราะเมื่อมีคะแนนมากแสดงว่ามีปฏิสัมพันธ์ในเว็บบอร์ดนี้เป็นประจำและได้รับการยอมรับจากสมาชิกคนอื่น

เพื่อความต้องการความบันเทิง การเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ส่วนหนึ่งเกิดจากความต้องการที่พึง ที่หลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ และการผ่อนคลายจากปัญหาในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธศาสนามีจำนวนมาก ทั้งที่เป็นบทความออนไลน์ ไฟล์เสียงธรรมะหรือแม้กระทั่งวิดีโอที่มีในหลายหัวข้อ ทำให้สามารถค้นหาเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการในช่วงเวลานั้นๆ และยังช่วยให้จิตใจผ่อนคลายจากปัญหาได้ในระดับหนึ่ง รวมไปถึงพื้นที่ในเว็บบอร์ดที่เปิดโอกาสให้ตั้งกระทู้เกี่ยวกับปัญหาที่ตนเองประสบมาได้อย่างเสรี นับว่าเป็นการระบายความเครียด และเมื่อได้รับการตอบสนองจากผู้ใช้เว็บบอร์ดคนอื่นด้วยการให้กำลังใจหรือทางแก้ปัญหาที่ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายและรักษาเยียวยาได้ในระดับหนึ่ง

นอกจากการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาในเชิงนิเทศศาสตร์และการสื่อสารแล้ว ยังมีการใช้ประโยชน์ในเชิงธรรมะที่เห็นได้ชัดเจนในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ได้แก่

การใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นเครื่องมือในการทำบุญอย่างหนึ่ง ตามหลักบุญกิริยาวัตถุ 10 ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือการเป็นแหล่งรวมเนื้อหาธรรมะที่เอื้อให้เกิดการฟังธรรม เทศนา การอ่านหนังสือธรรมะ และการรับเนื้อหาธรรมะในวงกว้างขึ้นอย่างไม่จำกัด เป็นแหล่งรวมโครงการทำบุญทำทาน สร้างพระ สร้างวัดต่างๆและด้วยตัวเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเองก็มีระบบที่น้อมนำใจให้เป็นกุศลอยู่เสมอด้วยการมีระบบปุ่มอนุโมทนา ที่ทำให้การอนุโมทนาบุญและเห็นบุญที่เกิดจากการอนุโมทนาเป็นรูปธรรมมากขึ้น ส่วนหนึ่งก็เพื่อให้เกิดกำลังใจในการทำบุญสะสมกรรมดีต่อไป อีกทางหนึ่งก็เป็นการแสดงเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนและความน่าเชื่อถือของบุคคล อีกทั้งรูปแบบการสื่อสารแบบเว็บบอร์ดยังเปิดโอกาสให้ฆราวาสเข้ามาตั้ง

กระทำเพื่อเผยแพร่ธรรมะในหัวข้อต่างๆหรือเข้ามาแบ่งปันประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการแก้ปัญหาหรือการปฏิบัติธรรมที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ซึ่งการกระทำเช่นนี้ ก็นับว่าเป็นการทำบุญตามหลักบุญกิริยาวัตถุ 10 อย่างหนึ่งด้านการให้ธรรมะเป็นทาน

ทั้งนี้การเผยแพร่ธรรมะโดยชมราวาสอาจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของเนื้อหาข้อมูลที่นำมาเผยแพร่ว่าจะเป็นจริงและตรงหรือไม่ ผู้ใช้สื่อส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้ว่าต้องใช้ปัญญาพิจารณาและใช้วิจารณ์ญาณของตนเองในการเลือกที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อเนื้อหาใดๆ และระบบคะแนนสะสมก็สามารถช่วยเป็นปัจจัยหนึ่งในคัดกรองและเลือกเนื้อหาที่ดูมีความน่าเชื่อถือได้

การใช้เว็บไซต์ในการสร้างบรรยากาศแห่งธรรม เนื่องจากในชีวิตประจำวันคนส่วนใหญ่จะหมดไปกับการทำงานและการเดินทาง ดังนั้นจึงไม่ค่อยมีเวลาและไม่สะดวกในเดินทางไปวัดเพื่อฟังธรรมหรือไปพบพระอาจารย์ที่ตนเองศรัทธา แต่เมื่อมีเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่มีเนื้อหาธรรมะจำนวนมากและสามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ธรรมะสามารถแทรกซึมเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น ทั้งที่เป็นการดาวน์โหลดไฟล์เสียงธรรมะเพื่อเอาไว้ฟังระหว่างเดินทางหรือการเข้าหน้าเว็บไซต์ธรรมะที่สะดวกและใช้เวลาไม่นาน ตลอดจนการปรับแต่งและเลือกติดตามSocial Mediaที่เกี่ยวกับธรรมะเพื่อสร้างบรรยากาศธรรมะให้เกิดขึ้นรอบตัวและเพื่อเตือนใจและระลึกถึงธรรมะตลอด ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้น

การใช้เว็บไซต์เพื่อเสริมกิจกรรมทางศาสนา ด้วยรูปแบบเนื้อหาธรรมะที่มีอยู่อย่างหลากหลายรูปแบบตามทักษะการรับสื่อที่เหมาะสมกับความชอบและกิจกรรมประจำวัน ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเสริมและแผ่ขยายการไปวัดเพื่อฟังเทศน์ฟังธรรมได้เกือบสมบูรณ์ โดยผู้รับสื่อรู้สึกเข้าใจในเนื้อหาและรู้สึกได้บุญเหมือนกับการไปฟังด้วยตัวเองในสถานที่จริง หรือกระทั่งการโอนเงินเพื่อทำบุญทางอินเทอร์เน็ตก็รู้สึกว่าได้บุญเช่นกัน แต่ยังไม่สามารถเข้ามาแทนที่การไปวัดเพื่อทำกิจกรรมทางศาสนาได้ เนื่องจากผู้ใช้ยังต้องการบรรยากาศความร่มรื่นของวัดบรรยากาศของการร่วมพิธีกรรมกับศาสนิกชนคนอื่นๆ ได้เห็นว่ามีคนอื่นอีกมากมายที่มีความเชื่อและศรัทธาเดียวกัน ทำให้เกิดความอบอุ่นใจและความอึดเอิบใจ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสนใจในพระพุทธศาสนาเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้มีเนื้อหาประเภทพระพุทธศาสนาและธรรมะในสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างแท้จริง หากไม่ใช่เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ก่อตั้งขึ้นด้วยองค์กรทางศาสนาหรือองค์กรที่รัฐบาลสนับสนุน เช่น กรมการศาสนา เว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่มีในปัจจุบันรวมถึงเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาส่วนใหญ่ล้วนมีภาคเอกชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ โดยกลุ่มคนเหล่านี้ก่อตั้งเว็บไซต์พระพุทธศาสนาขึ้นจากแรงศรัทธา ในพระพุทธศาสนาส่วนบุคคลทั้งสิ้น จนเกิดการรวมตัวกัน ใช้เงินทุนส่วนตัวและก่อตั้งเป็นเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเว็บไซต์หนึ่งขึ้นมา จากสรุปผลการวิจัยการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาชี้ให้เห็นว่าเว็บไซต์

พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมและมีคนเข้าใช้เว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอเป็นเว็บไซต์ที่ก่อตั้งขึ้นจากกลุ่มคนในภาคเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร

เมื่อมองในมุมของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาสรุปผลการวิจัยพบว่าไม่มีช่องว่างทางอายุสำหรับผู้สนใจเรื่องพระพุทธศาสนาในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ต กล่าวคือ ช่วงอายุของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่มีผลต่อการเพื่อเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต หากบุคคลนั้นสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้และมีความสนใจในพระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ

แม้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารในรูปแบบอินเทอร์เน็ตจะมเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและขอบเขตของการสื่อสาร แต่ตัวเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นตัวกำหนดความต้องการเชิงธรรมชาติและความสนใจในพระพุทธศาสนาของบุคคล หากแต่ความต้องการของบุคคล (Need) เป็นตัวกำหนดและเป็นแรงผลักดัน (Motivation) ให้เลือกใช้สื่ออื่นๆตามความพึงพอใจและเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นของตนเอง (Uses and Gratifications) ซึ่งไม่สามารถอธิบายด้วยแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคม (Technological Determinism) ในกรณีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับเนื้อหาพระพุทธศาสนา

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นผู้เลือกใช้สื่อรูปแบบต่างๆในการตอบสนองความต้องการทางพระพุทธศาสนาและการใช้ประโยชน์เชิงธรรมชาติในประเด็นต่างๆต่อไปนี้

1. แนวทางการเปิดรับเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่เปลี่ยนไปจากอดีตและแนวโน้มต่อไป ในยุคข้อมูลข่าวสาร

จากผลการศึกษา พบว่ามีการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาในสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ซึ่งอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อใหม่และเป็นสื่อทางเลือกที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาและเริ่มจะมีบทบาทในเชิงศาสนามากกว่าสื่อกระแสหลักอย่างสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบอีกว่าคนส่วนใหญ่กลับให้ความสำคัญต่อพระสงฆ์ในฐานะผู้ให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องพระพุทธศาสนาในอันดับรองจากสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์และ สื่อเทป/ซีดี ซึ่งกล่าวได้ว่าแนวทางการศึกษาพระพุทธศาสนาได้เปลี่ยนไปจากวิธีการดั้งเดิม คือ สถาบันสงฆ์มีพระสงฆ์เป็นผู้ประพาดิดี ประพาดิชอบ มีหน้าที่สั่งสอนธรรมะให้แก่ประชาชน แต่ในยุคปัจจุบัน กลับถูกลดบทบาทความสำคัญลง คนเข้าวัดน้อยลง

บทบาทของพระสงฆ์ในเป็นแหล่งข้อมูลธรรมะในระดับเริ่มแรกและบทบาทการสั่งสอนหลักธรรมลดน้อยลงไป จากที่เคยเป็นมาในอดีต มีสาเหตุมาจากวิกฤตศรัทธาต่อพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพระสงฆ์บางรูป ทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับสิกขา เรื่องการเงิน การทำการค้า ฯลฯ จนมีบางคนกล่าวว่าจะนับถือเพียงแค่ 2 รัตนะ คือ พระพุทธ และ พระธรรม ส่วนพระสงฆ์ไม่แน่ใจว่า

จะนับถือต่อไปดีหรือไม่¹ มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมของพระสงฆ์เองเป็นต้นเหตุแห่งการเสื่อมศรัทธาของประชาชน ได้แก่

งานวิจัยเรื่อง บทบาทของพระสงฆ์ปัจจุบันกับผลกระทบต่อสังคม ศาสนา และเศรษฐกิจ โดย ณรงค์ เสียงประชา² ว่าด้วยการศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์พบว่า บทบาทของสงฆ์ที่แสดงบ่อยที่สุดมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ การเสพเมถุนและการประพฤติผิดในกาม ซึ่งสอดคล้องกับข่าวในช่วงปี พ.ศ. 2540 เกี่ยวกับพระสงฆ์ที่มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเรื่องเพศเช่น กรณีพระยันตระมีความสัมพันธ์กับสีกา กรณีพระนิกรมีความสัมพันธ์กับนางอรประวีณา กรณีพระพุทธรักษาภวานามีความสัมพันธ์เสื่อมเสียกับเด็กในวัด หนึ่งในบทบาทของสงฆ์ที่ทำให้เกิดวิกฤตศรัทธาต่อตัวพระสงฆ์เอง ได้แก่ การรับบริจาค ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า สถาบันสงฆ์กำลังตกอยู่ภายใต้อำนาจเศรษฐกิจ เดินสวนทางกับทิศทางแห่งความสุขที่แท้จริงในการเดินทางสู่โลกุตระธรรม³

นอกจากนี้ ในงานวิจัยเรื่องวิกฤตศรัทธาในทางพระพุทธศาสนา ของ บุญศรี พรหมมาพันธ์ และ กิตติพงศ์ วงศ์สุนทร⁴ ในสังกัดสถาบันวัฒนธรรมศึกษา ประชาชนส่วนใหญ่มองเห็นว่า พระสงฆ์บางรูปปฏิบัติตัวไม่เหมาะสม ทำให้ขาดความศรัทธาจากประชาชน และประพฤติหย่อนยานในวินัยสงฆ์ โดยมุ่งไปทางไสยศาสตร์ และมีความเห็นว่า หนึ่งในสาเหตุที่ทำให้เกิดวิกฤตศรัทธา ได้แก่ เรื่องความประพฤติของพระสงฆ์ในเรื่องชู้สาว และ เรื่องการเข้าไปเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์มากเกินไป ไม่ดำเนินชีวิตแบบสมณะ รวมไปถึงการประกอบพิธีกรรมในทางศาสนาที่มีความฟุ่มเฟือย เน้นผลประโยชน์มากเกินไป จนละเลยคำสอนทางศาสนา

สื่อสารมวลชน วิद्यุโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักในสังคม แต่เป็นสื่อที่ให้ความสำคัญกับเนื้อหาพระพุทธศาสนาเพื่อการเผยแพร่ธรรมะค่อนข้างน้อย เห็นได้จากการให้พื้นที่รายการธรรมะโดยไม่พบว่ามีรายการธรรมะในช่วงเวลาที่ได้รับคามนิยม (Prime-time) แต่เป็นรายการประเภทข่าวและละครที่น่าเสนอในช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้งช่วงเวลาสำหรับรายการธรรมะมักจะถูกจัดอยู่ในช่วงเวลาที่ไม่มีคนชม เช่น เช้าเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับกิจวัตรประจำวันของคนส่วนใหญ่ที่มีภาระหน้าที่ในแต่ละวัน จึงไม่ค่อยได้รับชมโทรทัศน์ ประกอบกับการให้พื้นที่กับรายการธรรมะที่น้อยอยู่แล้ว จึงทำให้คนที่มีความสนใจไม่เลือกใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศาสนาเพราะเนื้อหาปริมาณน้อยและไม่สะดวกเรื่องเวลาในการรับชม ในทางตรงกันข้าม สื่อกระแสหลักกลับให้ความสำคัญกับเรื่องราวในแง่ลบของพระสงฆ์ เช่น พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในเรื่องต่างๆ จึง

¹ มานพ นักการเรือน, วิกฤตศรัทธาต่อพระสงฆ์ในยุคโลกาภิวัตน์, พระพุทธศาสนากับโลกปัจจุบัน, เคล็ดไทย, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬายา, 2544, หน้า 60.

² ณรงค์ เสียงประชา, บทบาทของพระสงฆ์ปัจจุบันกับผลกระทบต่อสังคม ศาสนา และเศรษฐกิจ, ปริญา มหาบัณฑิต, สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2544.

³ พิทยา ว่องกุล, พุทธวิบัติ: สถาบันสงฆ์หลงทิศผิดทางจริงหรือ?, พุทธวิบัติ? วิกฤตศาสนายุคหน้าปีใด, กรุงเทพฯ: โครงการวิถีธรรม, 2542.

⁴ บุญศรี พรหมมาพันธ์ และ กิตติพงศ์ วงศ์สุนทร, วิกฤตศรัทธาในทางพระพุทธศาสนา, งานวิจัยและพัฒนา สถาบันวัฒนธรรมศึกษา, 2539

ยังเป็นภาระเน้นให้เห็นว่า พระสงฆ์ผู้ซึ่งเป็นผู้ถ่ายทอดหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาไม่น่าเลื่อมใสอีกต่อไป ซึ่งได้ส่งผลต่อไปยังความเชื่อ ความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาในส่วนรวม

รวมไปถึงการนำเสนอข่าวของสื่อสารมวลชนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่น่าจะเน้นย้ำ พฤติกรรมไม่เหมาะสมของพระสงฆ์⁵ ดังที่รศ.กิติมา สุรสนธิ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า จากงานวิจัยเรื่องบทบาทการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพุทธศาสนาของสื่อมวลชนไทยในสายตาของพุทธศาสนา ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่ถูกนำเสนอเป็นเรื่องเชิงลบค่อนข้างมาก เช่น พระกับเครื่องรางของขลัง ไสยศาสตร์ ไปห่วยประพฤติผิดในกามราคะ ดูวิดีโอลามก เป็นต้น โดยเนื้อหาที่ทำให้พุทธศาสนิกชนรู้สึกไม่ดีมากที่สุดและเลื่อมศรัทธาในพระพุทธศาสนามากที่สุด คือ การมั่วในเรื่องกามราคะของพระสงฆ์ คิดเป็นร้อยละ 51.5 ซึ่งการเลื่อมศรัทธาในสถาบันสงฆ์เป็นต้นเหตุที่ทำให้คนส่วนใหญ่ทำบุญใส่บาตรน้อยลง ส่งผลต่อการทำนุบำรุงศาสนาเนื่องจากพระสงฆ์ต้องอาศัยการอุปถัมภ์ด้านวัตถุปัจจัยจากฆราวาส อีกทั้งพระมหาประเสริฐ อลิโน (ตุ่มทอง) ได้ศึกษา บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ในการนำเสนอเนื้อหาทางพระพุทธศาสนา : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชนและกรุงเทพ 2549⁶ พบว่า การนำเสนอเนื้อหาในบางครั้งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นการนำเสนอที่มีอคติต่อพระพุทธศาสนาและพระสงฆ์ ใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม สื่อความหมายไปในทางดูหมิ่นดูแคลน คำกำกวม คำส่อเสียด และคำไม่สุภาพอื่นๆ โดยเฉพาะภาษาที่ใช้ในการพาดหัวข่าว พร้อมทั้งขาดการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ดังนั้นจึงเห็นได้ชัดเจนว่า สื่อสารมวลชนรวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ ที่เป็นกระแสหลักไม่มีบทบาทในการเผยแพร่ศาสนาและใช้ประโยชน์เพื่อการศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซ้ำยังเป็นสื่อที่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์เสื่อมเสียของพระสงฆ์บางรูปออกไป จนอาจจะสร้างความเข้าใจแบบเหมารวมว่าพระสงฆ์ทุกรูปเป็นเช่นนั้นด้วย ดูเหมือนว่าสื่อวิทยุโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่ทำลายภาพลักษณ์อันดีของพระพุทธศาสนาเสียเอง

ในทางกลับกัน สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือธรรมะ และสื่อประเภทเทปซีดี มีผู้ที่สนใจพระพุทธศาสนาใช้เพื่อเปิดรับเนื้อหาธรรมะมากกว่าสื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อบุคคล ทำให้เห็นว่าแนวโน้มการเรียนรู้อุทิศศึกษาระยะได้เปลี่ยนไปแล้วอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ ผู้ที่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาสนใจค้นหาและเรียนรู้หลักธรรมด้วยตนเอง อีกทั้งประชาชนยังคงชินกับการใช้ทักษะการอ่านและฟังเพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาหลักธรรมได้เป็นอย่างดี

⁵ ผลวิจัยอันข่าวพระฉาวมั่วสีกา ทำคนเลื่อมศรัทธาศาสนาพุทธ, [ออนไลน์] , หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก, 11 กันยายน 2549, แหล่งที่มา

http://www.mediathai.net/module/newsdesk/newsdesk_subcat1.php?board_id=5063

⁶ พระมหาประเสริฐ อลิโน (ตุ่มทอง) , “บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ในการนำเสนอเนื้อหาทางพระพุทธศาสนา : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชนและกรุงเทพ 2549” , พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต (ธรรมนิเทศ) , มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย , 2549.

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า มีรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อประเภทเทปซีดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดแนวโน้มการเรียนรู้หลักธรรมะคำสอนในสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากการเทียบปริมาณของเนื้อหาหลักธรรมคำสอนในสื่อประเภทต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ธรรมะ สื่อประเภทเสียงเทศนา และสื่อวิดีโอรายการธรรมะที่ใช้ในสื่อโทรทัศน์ จะเห็นว่าสื่อวิดีโอ ยังมีปริมาณน้อยกว่าหนังสือธรรมะ อีกทั้งสื่อวิดีโอยังมีความสลับซับซ้อนมากทั้งในแง่การผลิต การจัดเก็บ การแปลงเนื้อหาให้อยู่ในรูปของไฟล์ดิจิทัล ตลอดจนการนำขึ้นไปไว้ในเว็บไซต์เพื่อเปิดดูแบบออนไลน์หรือเพื่อการดาวน์โหลด ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อประเภทเสียง สามารถนำมาแปลงรูปแบบได้ง่ายกว่า ประหยัดเวลาทั้งการอัปโหลด(Upload) และดาวน์โหลด(Download)

ในขณะที่พระสงฆ์ที่จัดว่าเป็นสื่อบุคคลในการให้ความรู้และเผยแผ่ศาสนาและสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่เป็นสื่อกระแสหลักมีบทบาทลดลง แต่สื่ออินเทอร์เน็ตกลับมีบทบาทมากขึ้น ประชาชนให้ความสนใจและยอมรับการเรียนรู้พระพุทธศาสนาจากสื่อชนิดอื่นได้อย่างสนใจและให้ความเชื่อถือ เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ มีเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่หลากหลาย ตรงกับความสนใจ และยังเป็นอิสระในเรื่องของเวลาในการเปิดรับเนื้อหา ทั้งนี้ลักษณะเฉพาะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ส่งเสริมให้คนหันไปใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศานามากขึ้นจะกล่าวโดยละเอียดในหัวข้อถัดไป

2. ลักษณะเฉพาะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ส่งเสริมการเลือกใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์

พระพุทธศาสนา

ความเป็นเจ้าของ (Ownership)

นอกจากสื่ออินเทอร์เน็ตจะให้ความสะดวกในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ในเชิงธรรมะแล้ว ยังให้อำนาจความเป็นเจ้าของแก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอีกด้วย เมื่อเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตผู้ใช้สื่อจะเปลี่ยนสถานภาพใหม่จาก Passive user มาเป็น Active user ทันที โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะเป็นผู้กำหนดและเลือกเนื้อหาที่ตนเองต้องการได้ และในบรรดาผู้ที่เข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ย่อมเป็นผู้ที่มีความสนใจเรื่องพระพุทธศาสนาอย่างเฉพาะเจาะจงจึงเข้ามาใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้ ซึ่งแตกต่างจากสื่อชนิดอื่น เช่น สื่อสารมวลชนจะเป็นผู้เลือกเนื้อหาต่างๆไว้ให้ซึ่งอาจจะไม่ตรงกับความต้องการ

การเลือกใช้สื่อตามความต้องการของผู้ใช้ (Customized Media)

เนื้อหาธรรมะที่มีอยู่ในเว็บไซต์พระพุทธศาสนามีจำนวนมาก หลากหลายระดับและมีรูปแบบสื่อหลากหลายเปรียบเสมือนคลังข้อมูลขนาดใหญ่ที่เปิดให้เข้าถึงได้ตลอดเวลา ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและความถนัดในการเปิดรับเนื้อหาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ตามความต้องการของผู้ใช้ เนื่องจากรูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ซึ่งทำให้การเข้าถึงเนื้อหาพระพุทธศาสนาเมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับประเด็นปัญหาธรรมะสามารถหาคำตอบเพื่อคลายความสงสัยได้ทันที ช่วยประหยัดเวลาในกระบวนการค้นหาคำตอบลง

ให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้ในการเลือกช่วงเวลาในการค้นหาเนื้อหาธรรมะได้ด้วยตนเองตามความสะดวกและปรับให้เข้ากับตารางกิจวัตรประจำวันได้ของแต่ละบุคคลได้อย่างอิสระ ที่สำคัญไม่จำกัดสถานที่ในการเข้าถึงเนื้อหาธรรมะที่ต้องการหากผู้ใช้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ก็จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาธรรมะได้สะดวกในทุกที่ต้องการ อันหมายรวมถึงการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางเครื่องมือสื่อสารและเชื่อมเข้ากับระบบ Social Media ที่ผู้ใช้เลือกติดตาม Social Media เช่น Facebook หรือ Twitter เพื่อให้เข้าถึงเนื้อหาธรรมะที่สนใจได้ตลอดเวลาจากเครื่องมือสื่อสาร

การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแบบส่วนตัว (Personal use)

แม้อินเทอร์เน็ตจะเป็นระบบที่เชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลกเข้าด้วยกัน แต่รูปแบบวิธีในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกลับเป็นรูปแบบส่วนบุคคล กล่าวคือ เป็นการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตผ่านทางตัวกลางคอมพิวเตอร์ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่สามารถใช้ได้ทีละหนึ่งคนต่อหนึ่งเครื่อง วิธีในการใช้คอมพิวเตอร์ดังกล่าวสร้างบริบทการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนบุคคลสูงกว่าการใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ ด้วยสื่ออินเทอร์เน็ตผู้ใช้สามารถเปิดดูเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้โดยไม่ต้องแบ่งปันเนื้อหาหรือต้องมีความสนใจร่วมกับผู้อื่นเหมือนกับการเปิดรับเนื้อหาในสื่อชนิดอื่น ประกอบกับความสามารถของอินเทอร์เน็ตที่ทำให้ค้นหาเนื้อหาที่สนใจได้ด้วยตัวเองก็ยิ่งสนับสนุนบริบทการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล

ระบบการค้นหาและฐานข้อมูล (Search Engine & Database System)

อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนศูนย์รวมสื่อชนิดต่างๆ ในคลังข้อมูลขนาดใหญ่ แต่เนื้อหาที่อยู่ในคลังนั้นจะเป็นประโยชน์และได้ถูกนำออกมาใช้ก็ต่อเมื่อมีระบบการค้นหาและระบบการจัดการฐานข้อมูลที่ดี เพราะข้อมูลทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของไฟล์ดิจิทัลที่ไม่สามารถจับต้องได้ ด้วยระบบการค้นหาและระบบฐานข้อมูลนี้เองทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถค้นหาเนื้อหาธรรมะได้ตรงกับความต้องการ ได้ทดลองอ่านเนื้อหาบางส่วนด้วยการใช้ระบบค้นหาคำที่เกี่ยวข้องและใกล้เคียง และที่สำคัญคือประหยัดเวลาในการสืบค้น ที่สำคัญคือระบบการค้นหาข้อมูลและระบบฐานข้อมูลทำให้ผู้สนใจธรรมะเข้าถึงเนื้อหาธรรมะที่ไม่สามารถเข้าถึงได้มาก่อนหรือเข้าถึงยาก เช่น พระไตรปิฎก ที่มีเนื้อหารายละเอียดปลีกย่อยมากมายและน้อยคนที่จะมีพระไตรปิฎกไว้ในครอบครองเนื่องจากมีราคาสูง และหากไม่รู้วิธีในการอ่านพระไตรปิฎกก็จะไม่สามารถอ่านได้เข้าใจและเกิดประโยชน์ได้ อินเทอร์เน็ตทำให้ทุกคนที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ก็สามารถเข้าถึง เป็นเจ้าของและใช้พระไตรปิฎกได้อย่างเป็นอิสระและสามารถใช้ได้ง่ายและสะดวกมากขึ้นด้วยระบบการค้นหา

3. ลักษณะเฉพาะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละช่วงอายุ

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงเนื้อหาพระพุทธศาสนาในสื่ออินเทอร์เน็ต ในทางตรงกันข้าม ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม

ช่วงอายุที่ 3 (อายุ 41 ปีขึ้นไป) หรือ ช่วงวัยทำงานตอนกลางถึงวัยผู้ใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงศาสนา ทำกิจกรรมต่างๆในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา และมีปริมาณการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการศาสนาเข้มข้นมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น ประกอบกับปัจจัยด้านความสนใจในพระพุทธศาสนาของกลุ่มช่วงอายุที่ 3 ที่มีแนวโน้มที่จะสนใจพระพุทธศาสนาและมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนามากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มช่วงอายุที่ 3 ใช้ Social Media ในปริมาณน้อย ยังเน้นการศึกษาหาความรู้จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ

จากคำกล่าวที่ว่า “พระพุทธศาสนาได้เสื่อมถอยลงแล้ว ไม่ค่อยมีคนสนใจพระพุทธศาสนาเหมือนในอดีต” คำพูดนี้อาจจะไม่ถูกต้องทั้งหมด เพราะจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าไม่เพียงคนในกลุ่มช่วงอายุที่ 3 เท่านั้นที่ให้ความสนใจพระพุทธศาสนา แต่ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มช่วงอายุที่ 2 (อายุ 31-40 ปี) ซึ่งถือว่าเป็นวัยทำงาน ที่มีความสนใจใฝ่รู้ในเรื่องพระพุทธศาสนาด้วยเช่นกัน โดยแสดงออกด้วยพฤติกรรมการเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนา อ่านหนังสือธรรมะ และฟังธรรมะออนไลน์ รู้จักปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการทางธรรมะและสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในวัยทำงาน และยังสามารถกล่าวได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการศึกษาธรรมะ เนื่องจากใช้เว็บบอร์ดธรรมะในการสนทนาธรรมและค้นหาธรรมะในปริมาณที่ค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 2 ยอมรับสังคมออนไลน์ในรูปแบบของเว็บบอร์ด มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดต่อและสานความสัมพันธ์ใน Social Media ที่ใช้เครือข่ายความสัมพันธ์และความรู้สึกใกล้ชิดของบุคคลเป็นพื้นฐาน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 2 ยอมรับโลกออนไลน์เป็นโลกคู่ขนานที่มีความสัมพันธ์และความผูกพันกับการดำเนินชีวิต มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น

ในกลุ่มช่วงอายุที่ 1 (อายุต่ำกว่า 30 ปี) ก็พบว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาพอสมควร ซึ่งแสดงให้เห็นแล้วว่ายังมีคนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงานจำนวนหนึ่งที่สนใจพระพุทธศาสนา

4. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารแบบไม่พร้อมกัน

(Asynchronous) เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมในการสื่อสารและพูดคุยเรื่องพระพุทธศาสนาในเว็บไซต์

เนื้อหาการสอนในพระพุทธศาสนาเป็นอภาลิโก

เนื้อหาพระพุทธศาสนาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเกือบทั้งหมดอยู่ในรูปแบบการปฏิสัมพันธ์แบบไม่พร้อมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือ เนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่ในเว็บไซต์เป็นประเภทบทความธรรมะออนไลน์ ไฟล์เสียงธรรมะออนไลน์ หรือแม้กระทั่งไฟล์ภาพ วิดีโอต่างๆที่ถอดความหรือบันทึกมาจากการเทศนาในที่ต่างๆ ก็สามารถอ่าน ฟังหรือรับชมเนื้อหาเหล่านั้นแบบออนไลน์หรือแบบดาวน์โหลดก็ได้ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ เนื้อหาธรรมะยังเป็นเนื้อหาแบบที่ไม่ต้องการการปรับปรุงหรือปรับแก้เนื้อหาให้ทันสมัย เพราะพระธรรมในพระพุทธศาสนาเป็นอกาลิก หมายถึง ไม่ขึ้นกับกาล และเป็นจริงอยู่เสมอ และเป็นคำสอนที่พระสงฆ์รับสืบทอดต่อมาและมีบันทึกพระธรรมคำสอนไว้ในพระไตรปิฎกอย่างครบถ้วนแล้ว เว้นเสียแต่ว่าจะมีการเพิ่มเติมคำอธิบายและขยายความจากแก่นคำสอนให้เข้าใจง่ายขึ้นหรือเป็นการย่อยแก่นคำสอนและนำมาเรียบเรียงใหม่ให้เข้าใจง่ายขึ้นเพื่อนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งเนื้อหาพระพุทธศาสนาเป็นความรู้ที่ต้องทำควบคู่ไปกับการปฏิบัติธรรมด้วย ดังนั้นเนื้อหาประเภทหลักธรรมคำสอนจึงไม่ใช่เนื้อหาที่ต้องการการตอบสนองและปฏิสัมพันธ์อย่างเร่งด่วนเหมือนกับการสนทนาและติดต่อสื่อสารในเนื้อหาประเภทอื่นๆ

เว็บบอร์ดเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับการสนทนาธรรมในอินเทอร์เน็ต

แม้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารจะพัฒนาก้าวหน้าไปทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น โดยพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้เป็นการสื่อสารแบบพร้อมกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Synchronous One-to-One และ/หรือ One-to-Many Communication) จนกระทั่งสามารถจำลองรูปแบบการสนทนาผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้เหมือนกับการสนทนาในชีวิตประจำวันมากที่สุด เช่น การสนทนาด้วยเสียงผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ (VoIP) และการสนทนาผ่านกล้องวิดีโอ (VDO Conference) ทั้งแบบที่สนทนาผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และสนทนาผ่านเครื่องมือสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารที่เห็นหน้าและได้ยินเสียงคู่สนทนาไปพร้อมๆกันอาจสร้างบรรยากาศความเหมือนจริง และให้ความรู้สึกการสนทนาที่เหมือนกับการสนทนาดังแบบเจอหน้าจริงแบบตัวต่อตัว แต่อย่างไรก็ดีรูปแบบการสนทนาและสื่อสารเช่นนี้ไม่เหมาะกับการสนทนาธรรมหรือการพูดคุยกันเรื่องพระพุทธศาสนา ในขณะที่การสนทนาธรรมผ่านเว็บบอร์ดเป็นวิธีการสนทนาธรรมที่เหมาะสม เนื่องจากเป็นการนำเสนอเนื้อหาด้วยตัวอักษรที่ทั้งผู้ถามและผู้ตอบมีระยะห่างและเวลา ทำให้สามารถอ่านทวนซ้ำได้ มีเวลาในการคิดพิจารณา เรียบเรียงคำตอบ ค้นหาเอกสารหรือพระไตรปิฎกเพื่ออ้างอิงคำตอบ ก่อนจะเพิ่มคำตอบหรือสนทนาธรรมต่อไป เพื่อให้คำตอบหรือการสนทนาธรรมนั้นเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ที่สำคัญ เนื้อหาเรื่องพระพุทธศาสนาเป็นเรื่องที่มีรายละเอียดและต้องการการอธิบายขยายความและยกตัวอย่างเพื่อให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนและลึกซึ้ง หากอธิบายไม่ชัดเจนจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้และนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องต่อไป

อย่างไรก็ดี จากสรุปผลวิจัยพบว่าด้วยรูปแบบของเทคโนโลยีเองเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้ไม่เลือกใช้รูปแบบการสื่อสารดังกล่าว ได้แก่

การสนทนาในห้องรวม (Chatroom) ไม่เหมาะในการใช้พูดคุยเนื้อหาธรรมะหรือการสนทนาธรรม เนื่องจากเป็นการพูดคุยกันในห้องรวมที่มีการพิมพ์คุยกันอย่างรวดเร็ว ไม่สามารถพูดคุยหรือพิมพ์แสดงความคิดเห็นหรือการอธิบายให้อีกฝ่ายเข้าใจได้ชัดเจน และไม่มีเวลาในการคิดกลั่นกรองความคิดก่อนที่จะพิมพ์ออกไปได้ อีกทั้งจำนวนผู้ใช้ในห้องสนทนาธรรมครั้งหนึ่งที่มีจำนวนไม่แน่นอนในบางช่วงเวลาอาจจะมีคนจำนวนมากและในบางช่วงเวลาแทบจะไม่มี

คนร่วมสนทนาด้วยเลย อีกทั้งยังไม่สามารถกำหนดผู้สนทนาและไม่ทราบระดับภูมิความรู้ด้าน
 ธรรมชาติของผู้ที่ร่วมสนทนา ซึ่งอาจทำให้การสนทนาธรรมชาติไม่ประสบความสำเร็จ ไม่มี
 ประสิทธิภาพและเสียเวลาได้ การสนทนาในห้องประชุมเป็นรูปแบบสื่อที่ไม่เหมาะจะนำมาใช้ใน
 การสนทนาธรรมชาติแต่อาจจะเหมาะกับการพูดคุยเรื่องทั่วไป การขอความช่วยเหลือในเรื่องอื่น
 มากกว่าการพูดคุยเรื่องธรรมชาติ

การสนทนาธรรมชาติแบบเห็นหน้า (VDO Conference) เป็นการให้บริการที่ไม่ตรง
 จุดประสงค์ในการสนทนาธรรมชาติ เนื่องจากการสนทนาธรรมชาติเน้นที่ตัวเนื้อหาและความเข้าใจ
 มากกว่าการเห็นรูปร่างหน้าตาของคู่สนทนา เว้นเสียแต่ว่าเป็นการสนทนาเกี่ยวกับคนที่รู้จักกันเป็น
 อย่างดีแล้ว นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่อาจจะไม่สนับสนุนการ
 สนทนาธรรมชาติแบบเห็นหน้า รวมไปถึงเงื่อนไขและความซับซ้อนของการใช้อุปกรณ์และสัญญาณ
 อินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นอุปสรรคที่ไม่อำนวยให้เกิดการสนทนาธรรมชาติแบบเห็นหน้า

5. ความพึงพอใจและความสะดวกของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกำหนดการเลือกใช้ รูปแบบสื่อในการศึกษาและเรียนรู้ธรรมชาติที่แตกต่างกัน

ความถนัดส่วนบุคคลและความชอบ(จริต)

ความแตกต่างด้านความถนัดส่วนบุคคลและความชอบของแต่ละบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญ
 ในการเลือกรูปแบบสื่อในการเปิดรับและเรียนรู้เนื้อหาธรรมชาติ เพราะแต่ละบุคคลมีความถนัดใน
 กระบวนการเรียนรู้และทำความเข้าใจไม่เหมือนกัน ซึ่งทั้งการอ่านเนื้อหาธรรมชาติและ การฟัง
 ธรรมชาติเป็นวิธีในการขวนขวายแสวงหาความรู้(ปัญญา)ทางพระพุทธศาสนา 2 จาก 3 ลักษณะ
 คือ สุตตมยปัญญา ปัญญาที่เกิดจากการได้ยินได้ฟัง และ จินตมยปัญญา ปัญญาที่เกิดจากการ
 คิดไตร่ตรองใคร่ครวญ

รูปแบบสื่อแบบที่ใช้ตัวอักษรเป็นหลัก เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับคนกลุ่มที่มีนิสัย
 รักการอ่าน และมีความถนัดในการศึกษาและเข้าใจเนื้อหาด้วยการอ่านและคิดพิจารณาไปใน
 ขณะที่อ่าน และมีความเห็นว่าการอ่านนั้นทำให้เข้าใจเนื้อหาธรรมชาติได้ง่ายกว่าเพราะสามารถอ่าน
 ทวนซ้ำในจุดที่ไม่เข้าใจได้ สามารถกำหนดความเร็วในการอ่านได้เอง อีกทั้งยังเป็นรูปแบบสื่อที่
 มีมานานและเป็นพัฒนาการลำดับที่สองต่อมาจากการถ่ายทอดธรรมชาติด้วยวิธีการมุขปาฐะที่สืบ
 ทอดเนื้อหาหลักธรรมมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ดังนั้นการอ่านจึงเป็นทักษะในการใช้สื่อที่คนส่วน
 ใหญ่มีความเคยชินอยู่แล้ว ประกอบกับมีเนื้อหาธรรมชาติในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับอ่านเป็น
 จำนวนมากกว่าสื่อชนิดอื่น จึงอาจจะทำให้มีเนื้อหาจำนวนมากหากเทียบกับรูปแบบสื่อชนิดอื่น
 และสื่อในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์สามารถแปรสภาพเป็นระบบดิจิทัลได้ง่ายและสะดวก จึงเป็นปัจจัย
 หนึ่งที่ทำให้เนื้อหาธรรมชาติในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาอยู่ในรูปแบบไฟล์เอกสารสำหรับอ่านเป็น
 จำนวนมาก นอกจากนี้การอ่านจากหน้าเว็บไซต์ก็คล้ายกับการอ่านจากหนังสือที่เป็นเล่ม

ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้ที่ชอบเรียนรู้เนื้อหาธรรมะด้วยการฟังให้เหตุผลว่าเป็นทักษะการเปิดรับเนื้อหาที่สะดวก สบายและเข้าใจได้ง่ายกว่าการอ่าน เพราะมีคนมาพูดเนื้อหาให้ฟังทำให้สามารถคิดพิจารณาต่อได้ทันที อีกทั้งรูปแบบการรับรู้เนื้อหาธรรมะด้วยการฟังคล้ายกับการถ่ายทอดธรรมะในยุคแรกๆ ที่เป็นการนั่งฟังพระพุทธรูปเจ้าไตรศกเทศนาธรรม ในยุคหลังที่เริ่มมีเครื่องมือบันทึกเสียงก็เริ่มมีการผลิตไฟล์เสียงธรรมเทศนาออกมาแต่อาจจะไม่ได้มีจำนวนมากเท่ากับไฟล์เอกสารสำหรับอ่าน อย่างไรก็ตามเมื่อเทคโนโลยีพัฒนาขึ้นก็ทำให้การบันทึกเสียง การบีบอัดไฟล์เสียงให้เล็กลงและการเผยแพร่ไฟล์เสียงในอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ในขณะที่ยูนิตอุปกรณ์ที่ใช้ฟังไฟล์เสียงในปัจจุบันมีอย่างแพร่หลาย ราคาขอมเยา และมีขนาดเล็กพกพาสะดวกและยังรวมเข้ากับเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเป็นได้ทั้งเครื่องบันทึกเสียงและเครื่องเล่นเสียงในอุปกรณ์เดียว ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีเช่นนี้ส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณการผลิตไฟล์เสียงธรรมเทศนาและปริมาณการฟังไฟล์เสียงให้เพิ่มขึ้น สุดท้าย ประเด็นการใช้สื่อธรรมะด้วยการฟังที่สำคัญคือ เป็นการนำเอาธรรมะเข้าไปผนวกรวมเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันได้อย่างผสมผสานกลมกลืน อีกทั้งยังเป็นการสร้างบรรยากาศแห่งธรรมให้อยู่รอบตัวได้อีกด้วย ข้อได้เปรียบของการรับเนื้อหาธรรมะด้วยการฟังอีกข้อหนึ่งคือ ในระหว่างที่รับฟังไฟล์เสียงธรรมะยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆควบคู่ไปด้วยได้ เช่น การนั่งสมาธิ หรือฟังในระหว่างการเดินทาง อีกทั้งยังสามารถเปิดรับเนื้อหาธรรมะในช่วงเวลาที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้ เช่น ในเวลาเดินทางหรือในช่วงเวลาที่ต้องการการพักผ่อนอิริยาบถ ซึ่งการเปิดรับเนื้อหาธรรมะด้วยรูปแบบการฟังจะเหมาะกับผู้ที่มีความสนใจธรรมะแต่ไม่มีเวลาเดินทางไปฟังเทศน์ที่วัดหรือไม่มีเวลาศึกษาธรรมะด้วยการอ่าน เพราะมีภารกิจที่ไม่สามารถปลีกตัวไปได้ จึงใช้สื่อธรรมะในรูปแบบเสียงแทรกซึมในชีวิตประจำวันเช่นนี้

ทั้งนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่ได้สรุปว่ารูปแบบการสื่อสารชนิดใดทำให้เข้าใจเนื้อหาธรรมะได้มากกว่ากัน ทั้งนี้เพราะการเข้าใจเนื้อหาธรรมะนั้นขึ้นอยู่กับความตั้งใจ สมาธิในการเปิดรับสาร ความใส่ใจและการปฏิบัติของผู้ใช้สารนั้นๆ ซึ่งทั้งหมดเป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือปัจจัยด้านความแตกต่างและรูปแบบของสื่อ

กิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคล

นอกเหนือจากปัจจัยด้านความชอบและความถนัดในการเปิดรับสื่อธรรมะแล้ว ยังมีปัจจัยด้านกิจวัตรประจำวันของแต่ละบุคคลซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อชนิดใดในการเปิดรับเนื้อหาธรรมะในช่วงเวลาที่แตกต่างของวันและตามรูปแบบกิจวัตรประจำวัน ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถรองรับและตอบสนองความต้องการที่แตกต่างหลากหลายของแต่ละบุคคลได้เป็นอย่างดี เช่น ในเว็บไซต์พระพุทธรูปศาสนามีเนื้อหาธรรมะ ไฟล์เสียงรวมถึงไฟล์ภาพวิดีโอธรรมเทศนาต่างๆให้ผู้ที่สนใจได้เลือกค้นหา เปิดรับและดาวน์โหลดได้ไม่จำกัดช่วงเวลา ซึ่งผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดเสียงที่ต้องการมาเก็บไว้ฟังในระหว่างการเดินทางไปทำงานหรือก่อนนอนก็สามารถทำได้ ในขณะที่บางคนอาจจะใช้เวลาว่างจากการทำงานหรือการเรียนเข้าเว็บไซต์เพื่อหาความรู้ด้านธรรมะในเว็บไซต์พระพุทธรูปศาสนา

6. รูปแบบของสื่อและการให้บริการในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาสามารถตอบสนองความต้องการเชิงธรรมะและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์

ด้วยความพร้อมของเนื้อหาพระพุทธศาสนาที่มีจำนวนมากและรูปแบบสื่อที่หลากหลาย ในด้านการนำเสนอที่เป็นทางเลือกให้ผู้ใช้เลือกศึกษาธรรมะให้ตอบสนองความสนใจทางพระพุทธศาสนาและรสนิยมในการรับเนื้อหา และพร้อมที่จะรองรับความถนัดของแต่ละบุคคล ความชอบและจริตที่หลากหลายของบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการในเชิงธรรมะได้เป็นอย่างดี เช่น บทความออนไลน์ ไฟล์เสียงธรรมะเทศนา ไฟล์เสียงอ่านหนังสือธรรมะ วิดีโอธรรมเทศนา วิดีโอการ์ตูนธรรมะ ฯลฯ เนื้อหาธรรมะที่มีจำนวนมากและหลากหลายเช่นนี้ได้ตอบสนองความต้องการอยากรู้ ไขข้อสงสัย และเสริมสร้างการชวนขยายเรียนรู้เนื้อหาธรรมะด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดปัญญาในทางพระพุทธศาสนา กล่าวคือ จินตามยปัญญา ปัญญาที่เกิดจากการคิดไตร่ตรองใคร่ครวญ นอกจากนี้ระบบฐานข้อมูลและระบบค้นหาในเว็บไซต์ยังเพิ่มความสะดวกในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ตรงความต้องการและมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ตลอดจนเนื้อหาธรรมะที่มีในอินเทอร์เน็ตเป็นข้อมูลที่ไม่คิดมูลค่าใดๆทั้งสิ้น ประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตในเชิงนี้นับว่าเป็นประโยชน์ต่อการค้นหาข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจทางธรรมะแล้วยังปลูกฝังนิสัยการสืบค้นและชวนขยายหาความรู้ด้วยตนเองในสื่ออินเทอร์เน็ตอีกด้วย

นอกจากเนื้อหาที่มีในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาแล้ว เว็บไซต์ยังเป็นอีกแหล่งข้อมูลทางธรรมะอีกแหล่งหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยากรู้เรื่องธรรมะได้อีกด้วย

เว็บไซต์ยังตอบสนองความต้องการการแสดงออกความเป็นตัวตนในสังคมของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ ด้วยระบบสมาชิกในเว็บไซต์ นับว่าเป็นกระบวนการแรกในการสร้างตัวตนเสมือนในโลกออนไลน์ แม้จะเป็นการแสดงตัวตนในสังคมออนไลน์ แต่เป็นสังคมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็น แสดงจุดยืนและความเป็นตัวได้อย่างอิสระภายใต้กฎกติกาของเว็บไซต์ ด้วยการตั้งกระทู้และตอบกระทู้ จัดว่าเป็นการแสดงออกซึ่งค่านิยมความเชื่อที่ตนเองยึดถืออยู่ และได้ร่วมแสดงออกกับผู้มีค่านิยมเดียวกัน เมื่อเกิดการโต้ตอบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และมีปฏิสัมพันธ์กันระยะหนึ่งจนเกิดความสัมพันธ์และรู้จักกันในเว็บไซต์เกิดเป็นชุมชนธรรมะออนไลน์ ซึ่งนับว่าเป็นการตอบสนองความต้องการสร้างเอกลักษณ์และตอบสนองความต้องการปฏิสัมพันธ์กับสังคมไปพร้อมๆกัน

นอกจากจะมีระบบสมาชิกที่ใช้สร้างความเป็นตัวตนและสร้างเอกลักษณ์ในชุมชนธรรมะออนไลน์แล้ว เว็บไซต์พระพุทธศาสนาส่วนใหญ่ยังมีระบบที่เก็บสถิติการตั้งกระทู้และการตอบกระทู้ของสมาชิกแต่ละคนแล้วนำคะแนนนั้นมาแสดงไว้ให้สมาชิกคนอื่นๆเห็น เพื่อแสดงออกถึงระดับความน่าเชื่อถือของสมาชิกคนนั้นๆ อีกทั้งเว็บไซต์พระพุทธศาสนาส่วนใหญ่ยังมีระบบการคะแนนที่สมาชิกให้กันเอง ด้วยระบบการกดปุ่มอนุโมทนาให้กับข้อความหรือกระทู้ที่เป็นประโยชน์หรือข้อความที่เป็นการบอกบุญซึ่งเป็นระบบที่ประยุกต์แนวทางการทำบุญตามหลัก

บุญกิริยาวัตถุ 10 ในข้อการแสดงความยินดีในบุญของผู้อื่นหรือการอนุโมทนาให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งแต่ละเว็บไซต์ก็จะมีชื่อเรียกคะแนนในส่วนนี้แตกต่างกันไป

ระบบการเก็บคะแนนจากสถิติการตั้งและตอบกระทู้และระบบคะแนนที่ได้จากการกดปุ่มอนุโมทนาโดยสมาชิกล้วนเป็นการใช้งานที่ตอบสนองความต้องการในการแสดงตัวตนของบุคคลในแง่ความน่าเชื่อถือ สมาชิกคนไหนที่มีคะแนนในส่วนการตั้งกระทู้และการให้การอนุโมทนา มากก็จะได้รับการยอมรับจากสมาชิกในชุมชนออนไลน์ว่าเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือพอสมควรซึ่งเป็นระบบที่ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์และสร้างความเป็นตัวตนให้เกิดขึ้นในโลกออนไลน์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากรูปแบบการให้บริการในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาและเนื้อหาธรรมะที่ตอบสนองความต้องการทางสารสนเทศ ความต้องการการรวมตัวละปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและความต้องการด้านเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว เว็บไซต์พระพุทธศาสนายังตอบสนองความต้องการในเชิงธรรมะที่ส่งผลต่อจิตใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์อย่างชัดเจน จากสรุปผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนาเพื่อตอบสนองความต้องการการรับรู้เนื้อหาธรรมะและใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาการทำบุญตามแนวทางบุญกิริยาวัตถุ 10 ในระดับทาน และ ศีล โดยในระดับภวานายังไม่เห็นชัดเจน ทั้งในส่วนที่เป็นการใช้ประโยชน์ด้วยการเรียนรู้และศึกษาเนื้อหาธรรมะที่มีในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา เช่น บทความธรรมะ ไฟล์เสียงธรรมเทศนาออนไลน์และการดูวิดีโอธรรมะ การเปิดรับเนื้อหาต่างๆจากเว็บไซต์พระพุทธศาสนายังช่วยกล่อมเกลาจิตใจและช่วยให้จิตใจสงบลงเมื่อมีปัญหาหรือความเครียด นอกจากนี้การฟังไฟล์เสียงธรรมเทศนาและการติดตาม Social Media ของเว็บไซต์สามารถสร้างความรู้สึกลึกซึ้งกับธรรมะให้กับผู้รับฟังได้ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารรูปแบบเว็บบอร์ดที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถนำเสนอและแบ่งปันเนื้อหาธรรมะที่เป็นประโยชน์และช่วยเหลือคนที่มีความทุกข์ทั้งทางธรรมะและปัญหาในชีวิตเพื่อให้เป็นธรรมทานต่อไป ตลอดจนการระบบการอนุโมทนาที่เป็นเครื่องเตือนให้มีจิตใจที่เป็นกุศลอยู่เสมอ

7. ความผูกพันกับพระพุทธศาสนาและการเติมเต็มศรัทธาในโลกความเป็นจริงที่โลกความจริงเสมือนยังไม่สามารถสร้างได้

อินเทอร์เน็ตมีคุณูปการต่อวงการพระพุทธศาสนาอย่างมากในแง่การตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้พระพุทธศาสนา โดยการเป็นสื่อที่ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ศาสนิกชนเข้าถึงเนื้อหาหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาได้เป็นจำนวนมาก สะดวกรวดเร็วมากขึ้นด้วยระบบฐานข้อมูลที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูล และความยืดหยุ่นด้านเวลาและสถานที่ที่เอื้อให้เปิดรับธรรมได้ตามความสะดวกของผู้ใช้ อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการทางจิตใจในระดับต้น เช่น ความต้องการที่พึ่งทางจิตใจจากความทุกข์ทางโลก หรือเพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจจากปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือแม้กระทั่งการพูดคุยสนทนาในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา จนเกิดเป็นชุมชน

ออนไลน์และ/หรือสังคมออนไลน์ใน Social Media ที่ส่งเสริมเรื่องการเรียนรู้ธรรมะในทางหนึ่ง และเสริมความต้องการทางสังคมได้ในระดับหนึ่ง

แต่อย่างไรก็ตามอินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้าไปตอบสนองความต้องการทางจิตใจและเสริมความต้องการทางจิตวิญญาณได้ในระดับสูงและมีความละเอียดอ่อน เช่น การเติมเต็มความศรัทธา บรรยากาศความศักดิ์สิทธิ์ของศาสนพิธีหรือพิธีกรรม และศาสนพิธียังให้ความรู้สึกที่เป็นจริง นอกจากนี้ ศาสนพิธียังตอบสนองศาสนิกชนที่เข้าร่วมพิธีกรรมด้วยความรู้สึกอึดอัดใจ⁷ ความซาบซึ้งใจและความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีที่ได้จากการได้กระทำการที่แสดงออกถึงความเชื่อ ความศรัทธา การมารวมตัวกันในที่แห่งหนึ่งของผู้ที่มีความศรัทธาในทางเดียวกัน ยิ่งกระตุ้นให้เกิดความมั่นใจและให้กำลังใจในการปฏิบัติต่อไป อีกทั้งการมาอยู่ร่วมกันเพื่อร่วมทำศาสนพิธี ยังสร้างบรรยากาศทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อจิตใจโดยตรง ทำให้ผู้ที่มาร่วมงานมีความสบายใจ มีความอบอุ่น ความเป็นกันเอง สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ตลอดจนมีความรักความศรัทธาต่อผู้สอน ในที่นี้คือพระสงฆ์ผู้อยู่ในพิธี และเติมเต็มความผูกพันกับทางจิตวิญญาณของคนต่อพระพุทธศาสนา ต่อวัดและพระสงฆ์ได้ เพราะยังมีความจำเป็นทางกายภาพอยู่ วัดออนไลน์จึงยังไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์

ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดและมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในอนาคตต้องเดินหน้าควบคู่ไปกับการพัฒนาสถาบันสงฆ์และวัด เพื่อตอบสนองความต้องการทางพระพุทธศาสนาได้อย่างรอบด้านและบรรลุความต้องการของพุทธศาสนิกชน

8. ความสนใจในพระพุทธศาสนาเป็นตัวกำหนดการรับรู้และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา ชี้ให้เห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ กล่อมเกล่าจิตใจและเสริมพลังการเรียนรู้เนื้อหาพระพุทธศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีสามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันได้อย่างผสมผสานกลมกลืน อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นเครื่องมือหนึ่งในการช่วยเปิดโอกาสให้คนที่มีความสนใจธรรมะสามารถเข้าถึงเนื้อหาธรรมะได้มากและหลากหลายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือช่วยในการทำบุญตามหลักบุญกิริยาวัตถุ 10 ในระดับ ทาน และศีลได้ อีกทั้งยังสร้างบรรยากาศธรรมะให้เกิดขึ้นได้บางส่วน

ทั้งนี้การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลยหากบุคคลไม่มีความสนใจที่จะเป็นแรงผลักดันตั้งต้นให้เปิดใช้เว็บไซต์พระพุทธศาสนา เพราะลำพังเพียง

⁷ สุมณ อมรวิวัฒน์, การสอนโดยสร้างศรัทธาและโยนิโสมนสิการ, กรุงเทพฯ : โครงการตำรา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

เว็บไซต์พระพุทธศาสนาเพียงสื่อเดียวยังไม่สามารถสร้างและกระตุ้นให้เกิดความสนใจในพระพุทธศาสนาให้กับคนที่ไม่มี ความสนใจในพระพุทธศาสนาให้มาสนใจและเริ่มต้นเปิดรับและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้ เนื่องจากประเด็นการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา เริ่มต้นจากตัวบุคคลที่มีความสนใจอยู่ก่อนแล้วจึงค้นหาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจทางธรรมของตนเอง เทคโนโลยีจึงไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจของผู้ใช้ หากแต่บุคคลเป็นผู้เลือกใช้เทคโนโลยีนั้นเอง และด้วยพัฒนาการที่ก้าวไกลของเทคโนโลยี ทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่ในการเข้าถึงเนื้อธรรมะได้ง่าย มีจำนวนมาก และมีความหลากหลาย ครอบคลุมความสนใจและจริตความชอบการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสในการเข้าถึงเนื้อหาธรรมะอย่างเหมาะสมกับกิจวัตรประจำวันได้เป็นอย่างดี และเว็บไซต์พระพุทธศาสนายังถูกใช้เป็นช่องทางเสริมให้มีบรรยากาศธรรมะอยู่ในชีวิตประจำวันแม้จะไม่ได้เข้าวัดทำกิจกรรมทางศาสนาก็สามารถซึมซับบรรยากาศธรรมะได้เสมอ

การที่จะส่งเสริมให้การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาให้ได้ประสิทธิผลสูงสุดและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุดต่อคนจำนวนมาก ควรเริ่มต้นจากการสร้างบรรยากาศธรรมะให้เกิดขึ้นในสังคมในภาพรวมก่อน พัฒนาสถาบันสงฆ์และวัดให้เป็นที่น่าเลื่อมใสศรัทธา ทำให้เรื่องธรรมะและพระพุทธศาสนาเป็นเรื่องทั่วไปที่ไม่ได้มีความพิเศษกว่าเรื่องอื่น ๆ ในสังคมเพื่อให้คนส่วนใหญ่รู้สึกว่าการเรื่องธรรมะเป็นเรื่องใกล้ตัวและไม่ใช่เรื่องของคนแก่เท่านั้น หากแต่ธรรมะเป็นเรื่องธรรมดาที่คนในทุกช่วงอายุควรเรียนรู้และศึกษาเพื่อประกอบการดำเนินชีวิตที่สงบและเป็นสุข จากนั้นบุคคลจะเริ่มหาช่องทางในการศึกษาและเรียนรู้ธรรมะเพิ่มเติมต่อไปด้วยตนเองซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตมีความพร้อมและประสิทธิภาพในการรองรับและตอบสนองความต้องการการใช้ประโยชน์ทางพระพุทธศาสนา

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอแนะแนวโน้มในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับแต่ละช่วงอายุให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และผู้วิจัยยังได้พบปัญหาและข้อกังวลที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนาและการใช้เทคโนโลยีบางประการ ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะแนวทางต่อปัญหาดังกล่าวเป็น 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. แนวโน้มในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเว็บไซต์เพื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคข้อมูลข่าวสาร

จากลักษณะเฉพาะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละช่วงอายุ ผู้วิจัยพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ประโยชน์เป็นแหล่งข้อมูลพระพุทธศาสนา ใช้ศึกษาหาข้อมูล และที่สำคัญ คือ ใช้เผยแพร่พระพุทธศาสนาได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ การใช้ประโยชน์ต่างๆ ที่กล่าว

มา งานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า สามารถใช้ได้จริงเป็นผลสำเร็จแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้การใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศในเชิงศาสนาได้มีประโยชน์สูงสุดและขยายเติบโตต่อไปในวงกว้าง ผู้วิจัยเห็นว่าควรพิจารณาถึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแต่ละช่วงอายุเพื่อนำมาปรับใช้และวางแนวทางสำหรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้มีประสิทธิภาพ ดังต่อไปนี้

1.1 สำหรับกลุ่มช่วงอายุที่ 3 (อายุ 41 ปีขึ้นไป) มีความสนใจพระพุทธศาสนาในระดับที่มากอยู่แล้วและสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อศึกษาระยะได้เป็นอย่างดีและเข้าถึงกลุ่มคนที่มีความสนใจด้านพระพุทธศาสนาได้จริง แต่ทั้งนี้ยังมีปริมาณการใช้ Social Media ในจำนวนที่น้อย ดังนั้นแนวทางการพัฒนาที่สามารถทำได้ต่อไป คือ การเพิ่มความนิยมในการใช้ Social Media ในเชิงธรรมะให้มากขึ้น เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งธรรมให้เกิดขึ้นเสมอและผสมผสานการเปิดรับและการรับรู้เนื้อหาธรรมะเข้าไปในชีวิตประจำวันอย่างเป็นธรรมชาติ

1.2 สำหรับกลุ่มช่วงอายุที่ 2 (อายุ 31-40 ปี) เป็นกลุ่มที่มีความสนใจพระพุทธศาสนาพอสมควรและมีพฤติกรรมการใช้ชุมชนออนไลน์และ Social Media พอสมควรและรู้สึกสะดวกใจที่จะใช้ชุมชนออนไลน์เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ดังนั้น แนวโน้มการเผยแผ่พระพุทธศาสนาอีกแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจและมีศักยภาพสำหรับกลุ่มนี้ คือ การนำเสนอเนื้อหาพระพุทธศาสนาโดยใช้พื้นฐานของชุมชนออนไลน์และ Social Media โดยจัดการการพูดคุยสนทนาธรรมในเว็บบอร์ดที่เป็นเสมือนชุมชนออนไลน์ในโลกอินเทอร์เน็ตให้มีเนื้อหาที่มีประโยชน์และมีความถูกต้องชัดเจน และใช้ Social Network ที่โดดเด่นด้านความถี่ในการเข้าถึงบุคคล ความรู้สึกใกล้ชิดและความรู้สึกมีส่วนร่วมที่มีพื้นฐานจากระบบความสัมพันธ์ของบุคคล นำมาสร้างบรรยากาศแห่งธรรมให้เกิดขึ้นอยู่เสมอและสามารถกระตุ้นเตือนสติให้ตั้งอยู่ในธรรมเสมอ

นอกจากนี้ กิจกรรมทางศาสนาบางอย่างอาจเพิ่มจำนวนและแผ่ขยายให้สามารถทำได้ในโลกอินเทอร์เน็ต เช่น การทำบุญบริจาค การสวดมนต์ กาศนทนาธรรม การปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาธรรมที่มีลักษณะเป็นทางการและมีความเหมาะสมในการดำเนินการ โดยไม่มีเรื่องการค้าการพาณิชย์

1.3 สำหรับกลุ่มช่วงอายุที่ 1 (อายุไม่เกิน 30 ปี) เป็นกลุ่มที่มีความสนใจในพระพุทธศาสนาแต่มีปริมาณการเข้าใจเนื้อหาและทำกิจกรรมในระดับที่ไม่โดดเด่นนัก แต่ได้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนที่อายุน้อยไม่ได้ละทิ้งหลักธรรมคำสอน ดังนั้นจึงควรสนับสนุนให้มีเนื้อหาพระพุทธศาสนาในระดับที่หลากหลาย เพื่อความเข้าใจหลักพระพุทธศาสนาในระดับเบื้องต้นและนำไปสู่ความเข้าใจในระดับแก่นธรรมในที่สุด ตลอดจนควรส่งเสริมให้ใช้สื่อประสมมัลติมีเดียเป็นหนึ่งในสื่อการสอนวิชาพระพุทธศาสนาในทุกโรงเรียนและทุกระดับชั้น เพื่อดึงดูดความสนใจในเนื้อหาพระพุทธศาสนาและน้อมนำให้เกิดความสนใจใฝ่รู้ด้วยตนเองต่อไป โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ทุกคนสามารถเรียนรู้เนื้อหาที่ต้องการได้ด้วยตนเอง เพื่อเป็นการปลูกฝังเรื่องพระพุทธศาสนาตั้งเริ่มต้น

การเติบโตและความนิยมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์และ Social Media เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผลักดันให้เนื้อหาพระพุทธศาสนาได้รับความนิยมมากขึ้นตามกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ต และสามารถเข้าถึงคนในกลุ่มช่วงอายุที่ 1 และ 2 มากขึ้น นับว่าเป็นการเร่งจำนวนผู้ที่สนใจพระพุทธศาสนาให้เพิ่มจำนวนมากขึ้นด้วยช่วงเวลาที่น้อยลง เมื่อเทียบกับการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคก่อน ที่ใช้สื่อบุคคล เป็นหลักสำคัญ

2. การจัดการและการป้องกันวิกฤตศรัทธาอันเนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยีและพุทธพาณิชย์

วิกฤตศรัทธากับการใช้เทคโนโลยี

สืบเนื่องจากการศึกษาพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีทัศนคติในแง่ลบต่อการใช้เทคโนโลยีของพระสงฆ์ในแง่ที่เป็นผู้เล่น/ผู้ใช้และมีการปฏิสัมพันธ์และดำเนินการต่างๆในอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตมีนัยยะของการ “เล่นเพื่อความบันเทิง” (เล่นอินเทอร์เน็ต) แฝงอยู่และมีเนื้อหาเป็นจำนวนมากและหลากหลายในเว็บไซต์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีข้อบกพร่องของพระสงฆ์ใน Social Media ซึ่งอาจจะขัดแย้งกับศีลแปด ในข้อที่ว่า “นัจจตีตวาทิตวิสุกทสสนา มาลาคนฺธวิเลปนธารณมณฺฑทนวิภูสณฺฏฐานา เวรมณี สิฏฺขาปทํ สมมาทียา” หมายถึง การเว้นจากพูด ฟัง พ้อนรำ ขับร้องและประโคมเครื่องดนตรีต่าง ๆ และดูการเล่นที่เป็นข้าศึกแก่กุศล และตัดทรงตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับและดอกไม้ของหอม เครื่องทาเครื่องย้อม ผัด ผิวให้งามต่าง ๆ ดังนั้นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงมีข้อสงสัยและความเคลือบแคลงใจต่อการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์และการได้มาซึ่งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีเรื่องของปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง

ทางแก้ไขและป้องกันการเกิดวิกฤตศรัทธาต่อพระสงฆ์ในกรณีนี้ คือ การมีตัวกลางซึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กรเข้ามาประสานงานและลงมือใช้สื่อเหล่านั้นเองแทนพระสงฆ์ โดยพระสงฆ์เป็นผู้ส่งสารไปยังตัวกลางเพื่อให้นำไปเผยแพร่ลงในอินเทอร์เน็ตอีกทอดหนึ่ง โดยวิธีการเช่นนี้เป็นที่ยอมรับและได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่า อย่างที่มีตัวอย่างจากการใช้สื่อของท่าน ว. วชิรเมธี ที่มีเนื้อหาธรรมที่ต้องการนำเสนอผ่านสื่อ แต่ทำการเผยแพร่โดยส่งให้ตัวกลางเป็นผู้ทำการถ่ายทอดออกไปยังช่องทางการสื่อสารในอินเทอร์เน็ต

วิกฤตศรัทธากับพุทธพาณิชย์

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีทัศนคติที่หลากหลายต่อการค้าขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระเครื่องในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา โดยมีทัศนคติไม่เห็นด้วยค่อนข้างชัดเจนและยังลดความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์โดยรวมลงอีกด้วย

ทางแก้ไขและป้องกันการเกิดวิกฤตศรัทธาต่อการซื้อขายสินค้าต่างๆในเว็บไซต์ ควรจะแยกการค้าออกจากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาให้มากที่สุด เช่น การแยกส่วนที่เกี่ยวกับการซื้อขายออกหน้าเว็บไซต์ ไม่ให้ความสำคัญกับตำแหน่งการวางข้อความหรือลิงค์ที่เกี่ยวกับการค้า การทำเป็นลิงค์เชื่อมโยงออกไปอีกเว็บไซต์หนึ่งที่ไม่มียุทธธรรมอยู่เลย นอกจากนี้ผู้ดูแลเว็บไซต์

ควรแสดงเจตนาที่ยอมให้มีการค้าขายในเว็บไซต์อย่างชัดเจน เพื่อคลายข้อสงสัยผู้ที่เข้ามาใช้เว็บไซต์และทราบถึงวัตถุประสงค์ของผู้ก่อตั้งเว็บไซต์

3. การสนทนาธรรมในห้องแชทรวมให้ประสบความสำเร็จ

จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารรูปแบบการแชทในเว็บไซต์พระพุทธศาสนายังไม่ค่อยได้รับความนิยมในการสนทนาธรรมจากผู้ใช้งานใหญ่ เนื่องจากมีรูปแบบเดียวกับการแชทในเว็บไซต์เพื่อความบันเทิงหรือเว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์อื่นๆ ที่ใช้การสนทนาเพื่อผ่อนคลายและใช้พูดคุยในเรื่องสัพเพเหระในชีวิตประจำวัน แต่หากต้องการใช้ห้องแชทเพื่อการสนทนาธรรมให้ได้ประสิทธิภาพและมีคนใช้ประโยชน์จากรูปแบบการสื่อสารชนิดนี้ ควรปรับเปลี่ยนเงื่อนไขบางประการเพื่อให้เหมาะสมกับการสนทนาธรรมทางห้องแชท ดังต่อไปนี้

1. ตั้งหัวข้อหรือประเด็นการสนทนาธรรมในแต่ละครั้ง เพื่อให้การสนทนาเป็นไปในทางเดียวกัน ไม่สับสน
2. กำหนดจำนวนผู้ที่สามารถเข้ามาร่วมสนทนาได้ในครั้งหนึ่งๆ ให้อยู่ในจำนวนน้อย เช่น 3-5 คน เพื่อไม่ให้เกิดการแย้งกันตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็น
3. มีผู้รอบรู้เกี่ยวกับหัวข้อหรือประเด็นธรรมะนั้นๆ เป็นผู้นำในการสนทนาหรือเป็นผู้ดำเนินการสนทนา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้รับประโยชน์จากข้อมูล
4. มีการแจ้งให้ทราบถึงแนวทางการปฏิบัติและประวัติในการปฏิบัติธรรมของผู้รอบรู้ที่ทำหน้าที่ในการนำการสนทนาพอสมควร เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้พบผู้ที่มีแนวทางปฏิบัติในแนวเดียวกันและหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและความไม่น่าเชื่อถือที่เกิดจากการเห็นต่างในทางปฏิบัติ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อจำกัดในการศึกษา

ข้อจำกัดในการศึกษาเว็บไซต์ คือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเว็บไซต์และเนื้อหาที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว รูปแบบการให้บริการที่อาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง รวมไปถึงการเพิ่มหรือลดเนื้อหาต่างๆในเว็บไซต์ที่ทำได้โดยง่ายและใช้เวลาไม่นานเช่นกัน อย่างเช่น ในกรณี ปุ่มอนุโมทนาที่ในระหว่างช่วงทำการศึกษามีให้บริการเว็บไซต์ต่างระดับการให้บริการระบบนี้ชั่วคราวหลังจากให้บริการมาสักระยะหนึ่ง ดังนั้นรูปแบบการใช้งานและเนื้อหาบางที่ปรากฏในเว็บไซต์กับข้อมูลที่มีผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างและทำการวิเคราะห์อาจจะมีความคลาดเคลื่อน หรือไม่ครอบคลุมตามช่วงเวลาที่ยื่นไป

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้ยังไม่ได้ทำการศึกษาถึงการเข้าใจเนื้อหาธรรมะชุดเดียวกันด้วยการนำเสนอด้วยรูปแบบที่ต่างกัน จะส่งผลต่อระดับการจดจำและระดับความเข้าใจต่อเนื้อหาธรรมะในเชิงประจักษ์อย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะรูปแบบการวิจัยในหัวข้อดังกล่าวด้วยวิธีการวิจัยแบบทดลอง (Experimental Research) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสื่อธรรมะต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้เน้นศึกษาเฉพาะเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมเท่านั้น ยังไม่ได้ศึกษาการเนื้อหาพระพุทธศาสนากับเครือข่าย Social Media ที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นและถูกใช้ประโยชน์ในหลายด้าน ทั้งการเมืองและเศรษฐกิจ การศึกษาการใช้ประโยชน์ในเชิงพระพุทธศาสนา น่าจะเป็นแนวโน้มที่น่าสนใจและมีความสำคัญต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรรณก กมลรัตน์. บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

กาญจนา แก้วเทพ. สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2551.

คมสัน รัตนะสิมากุล. รูปแบบของสื่อกับความน่าเชื่อถือที่มีต่อแหล่งสารเปรียบเทียบสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จริมา ทองสวัสดิ์. ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาคนิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

เจษฎา เจนพิทักษ์ชาติ. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืนในฐานะสื่อประชาสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต,ภาควารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม. ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงพยาบาลนตรีของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ชลิตา ชื่อตรง. การเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตของผู้พิการทางสายตาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ณรงค์ เส็งประชา. บทบาทของพระสงฆ์ปัจจุบันกับผลกระทบต่อสังคม ศาสนา และเศรษฐกิจ. สถาบันราชภัฏนครปฐม, 2544.

ดวงแข ชาราสมบัติ. ศักยภาพในการให้บริการเพื่อการสืบค้นข้อมูลทางเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ตุลยา สุขนอก. กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจเว็บไซต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

นิยะดา เหล่าสุนทร. ไตรภูมิพระร่วง การศึกษาที่มา, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แม่คำผาง, 2543.

บุญศรี พรหมมาพันธุ์ และ กิตติพงศ์ วงศ์สุนทร. วิกฤตศรัทธาในทางพระพุทธศาสนา. งานวิจัยและพัฒนา สถาบันวัฒนธรรมศึกษา, 2539

ปิยวรรณ หอมถวิล. การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

พระมหาประเสริฐ อลีโน (ตุ่มทอง). บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเนื้อหาทางพระพุทธศาสนา : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชนและกรุงเทพ 2549. พุทธศาสตรมหาบัณฑิต(ธรรมนิเทศ) มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย, 2549.

พิทยา ว่องกุล. "พุทธวิบัติ: สถาบันสงฆ์หลงทิศผิดทางจริงหรือ?". ใน พุทธวิบัติ? วิกฤติศาสนายุคชนาธิปไตย, กรุงเทพฯ : โครงการวิถีทรรศน์, 2542.

พิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล. "มัลติมีเดียเพื่องานนิเทศศาสตร์". ใน เอกสารประกอบการสอน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2550.

พุฒิรัตน์ กมลชัยสกุล. รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

มณฑิรา อินคชสาร. การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ : ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำ และความพึงพอใจของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

สุนน อมรวิวัฒน์. การสอนโดยสร้างศรัทธาและโยนิโสมนสิการ. กรุงเทพฯ : โครงการตำรา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

สรชัย กมลลิมสกุล. การใช้สารสนเทศจากสำนักข่าวและอินเทอร์เน็ตเพื่อการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาคการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สิริพร วงศ์อุไร. การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ทางการแพทย์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สุวัฒน์ ศิริจันทร์ และ ภาวนา สายชู. MBA Handbook. กรุงเทพฯ : ออฟเซ็ท, 2552.

สายชล บุรณกิจ. บทบาทของเว็บไซต์ไทยในกระบวนการประสานสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาคการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เสกสรร สายสีเสด. การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา อาจารย์ และผู้บริหารสถาบันราชภัฏอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

อัญชลี ธรรมวิจารณ์. อนาคตของการใช้อินเทอร์เน็ตทางเว็ลด์ไวด์เว็บเพื่อการโฆษณาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อริศรา รัชฎาวิชกุล. การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

กระทู้ ครอบรอบปีที่ 6 เว็บไซต์ธรรมจักร 1 สิงหาคม 2552 [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา:
<http://www.dhammadjak.net/forums/viewtopic.php?f=62&t=24546> [2553, มกราคม 9]

ข้อมูลสถิติอาชญากรรมจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (สตช.). [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:
<http://news.hunsa.com/detail.php?id=17623> [2553, กันยายน 27]

ผลวิจัยยืนยันว่าพระนางมัวสีกา ทำคนเสื่อมศรัทธาศาสนาพุทธ. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา
http://www.mediathai.net/module/newsdesk/newsdesk_subcat1.php?board_id=5063 [2554, พฤษภาคม 7]

เปิดมิติใหม่ให้ ซีรีส์ ช่อง 3 บันทึกกรรม.[ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:
http://www.thaitv3.com/ch3/drama/news_detail.php?dn_id=90&drama_id=68
 [2553, มกราคม 9]

ละครเรื่อง ละครชีวิตจริง ชุด 84000. [ออนไลน์].2553. แหล่งที่มา:
<http://portal.tv5.co.th/tabid/976/language/en-US/Default.aspx> [2553, มกราคม 9]

พ่อแม่กว่าพันครอบครัวในโครงการ 'จิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์.[ออนไลน์]
 แหล่งที่มา :<http://www.ryt9.com/s/bmnd/985104> [2553, ตุลาคม 29]

Social Media มันคืออะไร ? . [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:
<http://www.marketingoops.com/digital/social-media/what-is-social-media/> [2553,
 พฤศจิกายน 23]

[ออนไลน์] แหล่งที่มา http://truehits.net/faq/f_about.php#about1 [2553, มีนาคม 1]

แนะนำตัวของ DMC . [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา:
<http://www.dmc.tv/pages/about/page02.html> [2550, สิงหาคม 20]

เกี่ยวกับผู้จัดทำ. [ออนไลน์]. 2553. แหล่งที่มา <http://www.fungdham.com/aboutus.html>
 [2553, มิถุนายน 8]

คลังความรู้ ศูนย์สารสนเทศ กรมชลประทาน. [ออนไลน์]. 2553.แหล่งที่มา :

http://kmcenter.rid.go.th/kcitic/2009/index.php?option=com_content&view=article&id=14:-vdo-streaming&catid=5:2009-08-21-10-12-56&Itemid=9 [2554, มกราคม 18]

ภาษาอังกฤษ

Altheide D.L., Snow R.P.. Media Logic. London: Sage Publications, 1979.

CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online [Online]. Available from:

<http://www.pewinternet.org/Reports/2001/CyberFaith-How-Americans-Pursue-Religion-Online.aspx> [2010, January 31]

David Morgen et. al., Key words in Religion. Media and Culture, New York, Routledge, 2008.

December, J. Notes on defining of computer-mediated communication. Computer-Mediated Communication Magazine, [Online], , Available from :

<http://www.december.com/john/study/cmc/what.html> [2010, January 31]

Kim Mun-Cho. Online Buddhist Community. In M. Hojsgaard(ed.), Religion and Cyberspace, New York, Routledge , 2005.

Knott Kim. Religion and Information Technology. In King Ursula, Turning Point in Religion Studies, Edinburgh, T&T Clark, 1990.

Maslow Abraham H., Religions, Values, and Peak Experiences, Kappa Delta Pi and The Viking Press, 1964.

McLuhan Marshall, Understanding Media: The Extensions of Man, New York, McGraw-Hill Book Company, 1964.

McQuail Denis, McQuail's Mass Communication Theory, London , Saga Publications, 2005.

Morten T. Hoisgaard and Margit Warburg et. al, Religion and Cyberspace, New York: Routledge, 2005.

Owen Robert, Humphrey Patricia. The structure of online marketing communication channels. Journal of Management and Marketing Research, [Online], Available from: <http://www.aabri.com/manuscripts/09135.pdf> [2010, February 3]

Rogers, Everett M., Communication Technology : The New Media in Society, New York : Free Press,1986.67

Santoro, G. M.. What is computer-mediated communication? In Z. L. Berge & M. P. Collins (Eds.) Computer mediated communication and the online classroom. Vol 1: Overview and perspectives., Cresskill, NJ: Hampton,1995.

Toffler Alvin, Heidi, Revolutionary Wealth, New York, Alfred A. Knopf 2006.

What is TV-on demand?. [Online] Available from:

<http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/tv-on-demand/3708498/What-is-TV-on-demand.html> [2011, January 18]

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิจัยแบบสอบถาม

พฤติกรรมที่เกี่ยวกับศาสนา

กิจกรรมทางศาสนาที่ปฏิบัติเป็นประจำ

กิจกรรมทางศาสนาที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำเป็นอันดับแรก คือ การสวดมนต์ มีผู้ตอบจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ การอ่านหนังสือธรรมะ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 (ดูตารางที่ 88)

ตารางที่ 88 แสดงลำดับ ร้อยละ และจำนวนของกิจกรรมทางศาสนาที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำ

ลำดับที่	กิจกรรมทางศาสนา	ร้อยละ	จำนวน
1	สวดมนต์	68.0	140
2	อ่านหนังสือธรรมะ	66.0	136
3	นั่งสมาธิ	52.4	108
4	ฟังเทศ/ซีดีธรรมะที่บ้าน/ที่ทำงาน/ในรถ	42.7	88
5	ทำสังฆทาน	37.9	78
6	ไปวัด ฟังเทศน์	30.9	63
7	ใส่บาตรเป็นประจำ	28.6	59
8	ปฏิบัติธรรมตามสถานที่ปฏิบัติธรรม	27.2	56
9	ไถ่ชีวิตสัตว์	14.1	29
10	บวชชี พรหมณ์	10.7	22

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากกิจกรรมทั้ง 10 ข้อในข้างต้นนี้ ได้แก่

1. การทำบุญ ทำทาน
2. รักษาศีล 5
3. สวดมนต์และดูการสนทนาธรรมะทางอินเทอร์เน็ต
4. เติบงกลม

กิจกรรมทางศาสนาที่ปฏิบัติเป็นประจำบางตามเกณฑ์อายุ

จากตารางที่ 88 เมื่อผู้วิจัยได้เปรียบเทียบพฤติกรรมการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาที่ทำเป็นประจำแบ่งตามเกณฑ์อายุ พบว่ามีบางกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติแตกต่างกันตามช่วงอายุต่างๆอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ได้แก่ กิจกรรมทางศาสนาดังต่อไปนี้

กิจกรรมการอ่านหนังสือธรรมะ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำกิจกรรมการอ่านหนังสือธรรมะ แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมนี้ พบว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 2 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 23.65 , sig. = 0.00) (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 89 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมอ่านหนังสือธรรมะโดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: อ่านหนังสือธรรมะ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	59	46	105	23.65	0.00*
	(56.20)	(43.80)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	9	38	47		
	(19.10)	(80.90)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	14	38	52		
	(26.90)	(73.10)	(100)		
รวม	82	122	204		
	(40.20)	(59.80)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

กิจกรรมการนั่งสมาธิ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยทำกิจกรรมนั่งสมาธิ แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมนี้ พบว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 29.51, sig. = 0.00) (ดูตารางที่ 8)

ตารางที่ 90 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานกิจกรรมการนั่งสมาธิ โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: นั่งสมาธิ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	73	32	105	29.51	0.00*
	(69.50)	(30.50)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	18	29	47		
	(38.30)	(61.70)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	14	38	52		
	(26.90)	(73.10)	(100)		
รวม	105	99	204		
	(51.50)	(48.50)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

กิจกรรมการฟังเทป/ซีดีธรรมะที่บ้าน/ที่ทำงาน/ในรถ

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยทำกิจกรรมการฟังเทป/ซีดีธรรมะที่บ้าน/ที่ทำงาน/ในรถ แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมนี้ พบว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 2 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 21.78, sig. = 0.00) (ดูตารางที่ 91)

ตารางที่ 91 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานกิจกรรมการฟังเทป/ซีดีธรรมะที่บ้าน/ที่ทำงานในรถโดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: ฟัง เทป/ซีดีธรรมะที่บ้าน/ ที่ทำงาน/ในรถ		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	79	26	105	21.78	0.00*
	(75.20)	(24.80)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	19	28	47		
	(40.40)	(59.60)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	24	28	52		
	(46.20)	(53.80)	(100)		
รวม	122	82	204		
	(59.80)	(40.20)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

กิจกรรมการทำสังฆทาน

ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าไม่ค่อยทำกิจกรรมสังฆทาน แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมสังฆทานเป็นประจำ พบว่าช่วงอายุที่ 2 ทำกิจกรรมนี้มากกว่าช่วงอายุกลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 6.69, sig. = 0.35) (ดูตารางที่ 92)

ตารางที่ 92 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการทำกิจกรรมทำสังฆทานโดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: ทำสังฆทาน		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	75	30	105	6.69	0.35*
	(71.43)	(28.57)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	24	23	47		
	(51.1)	(48.94)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	37	15	52		
	(71.15)	(28.85)	(100)		
รวม	136	68	204		
	(66.67)	(33.33)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

กิจกรรมปฏิบัติธรรมตามสถานที่ปฏิบัติธรรม

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทำกิจกรรมการปฏิบัติธรรมตามสถานที่ปฏิบัติธรรม แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมนี้พบว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 17.74, sig. = 0.00) (ดูตารางที่ 93)

ตารางที่ 93 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมปฏิบัติธรรมตามสถานที่ปฏิบัติธรรม โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: การปฏิบัติธรรมตามสถานที่ปฏิบัติธรรม		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	92	13	105	17.74	0.00*
	(87.60)	(12.40)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	31	16	47		
	(66)	(34)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	31	21	52		
	(59.60)	(40.40)	(100)		
รวม	154	50	204		
	(75.50)	(24.50)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

กิจกรรมการไถ่ชีวิตสัตว์

ในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าไม่ค่อยทำกิจกรรมไถ่ชีวิตสัตว์ แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมสังฆทานเป็นประจำ พบว่าช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่าช่วงอายุกลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 6.36, sig. = 0.04) (ดูตารางที่ 94)

ตารางที่ 94 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมการไถ่ชีวิตสัตว์ โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: ไถ่ชีวิตสัตว์		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	98	7	105	6.36	0.04*
	(93.33)	(6.67)	(100)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	38	9	47		
	(80.85)	(19.15)	(100)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	43	9	52		
	(82.69)	(17.31)	(100)		
รวม	179	25	204		
	(87.75)	(12.25)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

กิจกรรมการบวชชี-พราหมณ์

ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามไม่ค่อยทำกิจกรรมบวชชี พราหมณ์ แต่เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มที่ทำกิจกรรมนี้ พบว่ากลุ่มช่วงอายุที่ 3 ทำกิจกรรมนี้มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Chi-square = 6.23, sig. = 0.04) (ดูตารางที่ 95)

ตารางที่ 95 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำกิจกรรมการบวชชี-พราหมณ์ โดยแบ่งตามกลุ่มช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถาม	กิจกรรมทางศาสนา: บวชชี พราหมณ์		จำนวน (ร้อยละ)	ค่า Chi-square	Sig.
	ไม่ทำ	ทำ			
ช่วงอายุ 1 (0-30 ปี)	100	5	105	6.23	0.04*
	(95.20)	(4.80)	(51.50)		
ช่วงอายุ 2 (31- 40 ปี)	40	7	47		
	(85.10)	(14.90)	(23.00)		
ช่วงอายุ 3 (41 ปีขึ้นไป)	44	8	52		
	(84.60)	(15.40)	(25.50)		
รวม	184	20	204		
	(100)	(100)	(100)		

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

สรุปจากตารางที่ 89 ถึง 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุที่ 2 มีพฤติกรรม การทำกิจกรรมทางศาสนาที่เป็นการศึกษาเนื้อหาพระพุทธศาสนา เช่น การอ่านหนังสือธรรมะและ การฟังซีดีธรรมะในสถานที่ต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นอย่างมีนัยยะสำคัญ ในขณะที่ผู้ตอบ แบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุที่ 3 มีพฤติกรรมการทำกิจกรรมทางศาสนาที่เป็นการปฏิบัติธรรม เช่น การนั่งสมาธิ การปฏิบัติธรรมในสถานที่ปฏิบัติธรรมและการบวชชีพราหมณ์มากกว่ากลุ่มช่วง อายุอื่นอย่างมีนัยยะสำคัญ

พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 62.11 รองลงมาคือ 2 ชั่วโมงแต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง มีจำนวน 44คน คิดเป็นร้อยละ 19.38 (ดูตารางที่ 96)

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน

จำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ต	ร้อยละ	จำนวน
มากกว่า 3 ชั่วโมง	62.11	141
2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	19.38	44
1 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	12.78	29
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	5.73	13
รวม	100	227

สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะใช้สถานที่ส่วนตัว (บ้านพักอาศัย) ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต มากที่สุด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 (ดูตารางที่ 97)

ตารางที่ 97 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	ร้อยละ	จำนวน
บ้านพักอาศัย	62.38	131
ที่ทำงาน	34.29	72
สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	1.90	4
สถานศึกษา	1.43	3
รวม	100	210

เว็บไซต์ที่เข้าใช้เป็นประจำ

เว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้เป็นประจำมากที่สุด คือ เว็บไซต์ google มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 87.3 รองลงมาคือ facebook จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 และเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใช้มากเป็นอันดับ 3 คือ เว็บไซต์ hotmail มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 (ดูตารางที่ 98)

ตารางที่ 98 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าใช้เว็บไซต์ต่าง ๆ

เว็บไซต์	ร้อยละ	จำนวน
www.google.com	87.3	185
www.facebook.com	66.5	141
www.hotmail.com	51.4	109
www.pantip.com	22.6	48
www.sanook.com	13.7	29
www.kapook.com	7.5	16
www.matichon.co.th	6.1	13
www.twitter.com	2.4	5

สรุปพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามจากตารางที่ 96-98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นของตนเองที่บ้านพักอาศัย ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตระยะเวลาานาน คือ มากกว่า 3 ชั่วโมง และเว็บไซต์ที่เข้าใช้เป็นเว็บไซต์สำหรับการค้นหาข้อมูลและเว็บไซต์สำหรับใช้ทำการติดต่อสื่อสาร รวมไปถึงเว็บไซต์ประเภท Social Media

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

“การสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนา”

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เพื่อการศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปประกอบการศึกษาวิเคราะห์ในภาพรวม มิได้เป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจงบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ดังนั้นคำตอบที่ได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน จะไม่ถูกเปิดเผยและไม่มีผลใดๆต่อตัวท่านทั้งสิ้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ใช้

(กรุณากรอกข้อมูลหรือทำเครื่องหมาย X หน้าข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด)

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง	<input type="checkbox"/> เพศที่สาม
------------------------------	-------------------------------	------------------------------------
2. อายุปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท
<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	
4. นับถือศาสนา / ลัทธิ

<input type="checkbox"/> ศาสนาพุทธ	<input type="checkbox"/> ศาสนาอิสลาม	<input type="checkbox"/> ศาสนาคริสต์
<input type="checkbox"/> ไม่นับถือศาสนา	<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	
5. ท่านมีความสนใจเรื่องพระพุทธศาสนามากน้อยเพียงใด

<input type="checkbox"/> มากที่สุด	<input type="checkbox"/> มาก	<input type="checkbox"/> ปานกลาง
<input type="checkbox"/> น้อย	<input type="checkbox"/> น้อยที่สุด	
6. กิจกรรมทางศาสนาที่ท่านปฏิบัติเป็นประจำ มีอะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

<input type="checkbox"/> ใส่บาตรเป็นประจำ	<input type="checkbox"/> ไปวัด ฟังเทศน์
<input type="checkbox"/> ทำสังฆทาน	<input type="checkbox"/> ไล่ชีวิตสัตว์
<input type="checkbox"/> สวดมนต์	<input type="checkbox"/> นั่งสมาธิ
<input type="checkbox"/> บวชชี พรหมณ์	<input type="checkbox"/> อ่านหนังสือธรรมะ
<input type="checkbox"/> ฟังเทป/ซีดีธรรมะที่บ้าน/ที่ทำงาน/ในรถ	
<input type="checkbox"/> ปฏิบัติธรรมตามสถานที่ปฏิบัติธรรม	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	

ตอนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

(กรุณารอกข้อมูลหรือทำเครื่องหมาย X หน้าข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด)

7. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อวัน โดยเฉลี่ยนานเท่าใด

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	<input type="checkbox"/> 1 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง
<input type="checkbox"/> 2 ชั่วโมง ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ชั่วโมง
8. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่ใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> บ้านพักอาศัย	<input type="checkbox"/> สถานศึกษา	<input type="checkbox"/> ที่ทำงาน
<input type="checkbox"/> สถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....		
9. เว็บไซต์ที่ท่านเข้าเป็นประจำ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> www.google.com	<input type="checkbox"/> www.hotmail.com	<input type="checkbox"/> www.sanook.com
<input type="checkbox"/> www.matichon.co.th	<input type="checkbox"/> www.pantip.com	<input type="checkbox"/> www.kapook.com
<input type="checkbox"/> www.facebook.com	<input type="checkbox"/> www.twitter.com	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ		
10. ท่านเคยเข้าเว็บไซต์พระพุทธศาสนาเว็บได้บ้าง (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> www.palungjit.com	<input type="checkbox"/> www.dmc.tv	<input type="checkbox"/> www.dhammadjak.net
<input type="checkbox"/> www.fungdham.com	<input type="checkbox"/> www.larndham.org	<input type="checkbox"/> www.mindcyber.com
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....		
11. ท่านใช้บริการเหล่านี้ในอินเทอร์เน็ตบ่อยแค่ไหน
(ทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด)

บริการในอินเทอร์เน็ต	เป็นประจำ	บ่อยพอสมควร	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
ใช้ค้นหาข้อมูลทางการศึกษา / อาชีพ / ความรู้ทั่วไป					
ใช้ติดตามข่าวสารบ้านเมือง					
ใช้ส่งข้อมูล/download/ upload ข้อมูลต่างๆ					
ใช้ติดตามข่าวสารใน Social Network (Facebook, Twitter, อื่นๆ)					
ใช้สนทนากับเพื่อนผ่านโปรแกรมแชท : MSN, G-Talk, Skype หรือ โปรแกรมอื่นๆ					
ใช้สนทนาในห้องแชท (Chatroom)					
ใช้รับ-ส่งอีเมล (E-mail)					
ใช้แสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวสารต่างๆ เช่น การใช้ Webboard					
ทำเว็บไซต์ของตนเอง					
ใช้เขียนไดอารี่ออนไลน์ เขียนบล็อก(Blog)					

คำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อกับเนื้อหาธรรมะ

19. ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้ในระดับใด

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเข้าถึงธรรมะได้ง่าย					
การมีเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเจอเนื้อหาธรรมะมากมาย					
ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรับเนื้อหาด้านธรรมะได้และแลกเปลี่ยนความเห็นและรับเนื้อหาด้านธรรมะได้ง่ายขึ้น					
การมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกว่ธรรมะเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว					
การมีเว็บไซต์ธรรมะในอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรู้สึกว่าธรรมะไม่ใช่เรื่องของคนแก่อีกต่อไป					
เมื่อท่านมีคำถามที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ท่านจะเข้าไปหาคำตอบในเว็บไซต์ธรรมะ					
เมื่อท่านอยากได้บทสวดมนต์ ท่านจะสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต					
เมื่อท่านรู้สึกอยากทำบุญ ท่านจะสืบค้นว่ากำลังจะมีงานบุญที่ไหนในอินเทอร์เน็ต					
ท่านคิดว่าการใช้ตัวอักษรสื่อสารเนื้อหาธรรมะทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่าย					
ท่านคิดว่าการรับฟังเนื้อหาธรรมะด้วยเสียง ทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่าย					
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอรายการที่นำเสนอเนื้อหาธรรมะ ทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น					
ท่านคิดว่าการรับฟังเนื้อหาธรรมะด้วยเสียง ทำให้ท่านรับเรื่องธรรมะได้สะดวก					
ท่านคิดว่าการดูภาพการ์ตูนธรรมะทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น					
ท่านคิดว่าการดูวิดีโอการ์ตูนธรรมะทำให้ท่านเข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น					
ท่านคิดว่าการได้พูดคุยเรื่องธรรมะในชีวิตประจำวันผ่าน Webboard ธรรมะช่วยเตือนใจท่านให้อยู่ในศีลในธรรมเสมอ					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนา

คำชี้แจง : กรุณาตอบคำถามทุกข้อ

1.1 การสื่อสารในเว็บไซต์ธรรมะ Religion Communicating in Websites

1. ท่านคิดว่าเว็บไซต์ธรรมะเป็นสถานที่ที่ท่านจะได้พบผู้ที่มีความสนใจเรื่องธรรมะเหมือนกันกับท่าน
() ใช่ () ไม่ใช่
2. ท่านเคยพบเห็นการว่าร้าย โจมตี แนวทางปฏิบัติ แนวคิดทางปฏิบัติที่ท่านยึดถือในเว็บไซต์ธรรมะ
() เคย โปรดระบุ..... () ไม่เคย

3. ท่านใช้เว็บไซต์ในการติดตามข่าวสารกิจกรรม/โครงการต่างๆของวัดและเว็บไซต์
() ใช่ () ไม่ใช่
4. ท่านเข้าเว็บไซต์ธรรมะเพื่อดูภาพกิจกรรมในโครงการต่างๆของวัด
() ใช่ () ไม่ใช่
5. ท่านได้รับทราบข่าวสารโครงการของวัด/เว็บไซต์ จากทางหน้าเว็บไซต์
() ใช่ () ไม่ใช่
6. ท่านได้รับทราบข่าวสารโครงการของวัด/เว็บไซต์ จากอีเมลล์
() ใช่ () ไม่ใช่
7. ท่านได้รับทราบข่าวสารโครงการของวัด/เว็บไซต์ จากจดหมายข่าว Newsletter
() ใช่ () ไม่ใช่
8. ท่านคิดว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ต่อท่าน เพราะทำให้ท่านทราบข่าวการทำบุญหลายแห่ง
() ใช่ () ไม่ใช่

1.2 การให้ข้อมูลในเว็บไซต์ธรรมะ Religion Informing in Websites

9. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา เช่น บทสวดมนต์ ความสำคัญของศาสนพิธี พุทธประวัติ วันสำคัญ ได้จำนวนมากในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
10. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา เช่น บทสวดมนต์ ความสำคัญของศาสนพิธี พุทธประวัติ วันสำคัญ ได้สะดวกในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
11. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ปฏิบัติธรรม “ได้มาก” ในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
12. ท่านสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ปฏิบัติธรรม “ได้สะดวก” ในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
13. ท่านพบว่าเนื้อหาเรื่องหลักธรรม คำสอนพระพุทธศาสนา “เป็นจำนวนมาก” ในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
14. ท่านพบว่าเนื้อหาเรื่องหลักธรรม คำสอนพระพุทธศาสนา “ได้สะดวก” ในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
15. ท่านพบว่าเนื้อหาเรื่อง การทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม “เป็นจำนวนมาก” ในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
16. ท่านพบว่าเนื้อหาเรื่อง การทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม “ได้สะดวก” ในเว็บไซต์ธรรมะ
() ใช่ () ไม่ใช่
17. ท่านทำกิจกรรมเหล่านี้ในเว็บไซต์บ่อยแค่ไหน

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านเข้าไปอ่าน/ดาวน์โหลดพระไตรปิฎกจากเว็บไซต์					
ท่านมักจะเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในเว็บไซต์					
ท่านมักจะเข้าไปหาอ่านธรรมะ คำสอนต่างๆในWebboardในเว็บไซต์					

ท่านมักจะเข้าไปหาฟัง/ดาวน์โหลด ไฟล์เสียงธรรมเทศนาต่างๆใน เว็บไซต์					
ท่านมักจะเข้าไปหาดาวนโหลดหนังสือธรรมะออนไลน์ในเว็บไซต์					
ท่านมักจะดาวน์โหลดสื่อธรรมะต่างๆ เช่น หนังสือธรรมะ ไฟล์เสียง ธรรมะเทศนา และวีดีโอธรรมะมาเก็บไว้เพื่อนำไปเผยแพร่					
ท่านมักเข้าไปหาความรู้เกี่ยวกับการทำสมาธิและวิธีปฏิบัติธรรม ใน เว็บไซต์ธรรมะ					
ท่านมักจะเข้าไปหาดูวีดีโอธรรมะเรื่องที่ท่านสนใจในเว็บไซต์					
ท่านมักจะเข้าไปหาดูภาพการ์ตูนธรรมะ/วีดีโอการ์ตูนธรรมะในเว็บไซต์					

18. ท่านเคยตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ดหรือไม่

() เคย () ไม่เคย >> ข้ามไปทำข้อ 20

19. ท่านตั้งกระทู้ในเว็บบอร์ด เพื่อจุดประสงค์ใด

(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () แบ่งปันเผยแพร่หลักธรรม () แบ่งปันเผยแพร่คำสอนจากพระอาจารย์
 () แบ่งปันเรื่องทั่วไปที่น่าสนใจ () ถามข้อข้องใจเกี่ยวกับธรรมะ
 () ถามคำถามเกี่ยวกับปัญหาชีวิต/ส่วนตัว () ขอความช่วยเหลือ/ขอคำปรึกษา
 () ต้องการสะสมบุญ สร้างบารมี
 () ขอข้อมูลและสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาหลักธรรม คำสอน การทำสมาธิและการปฏิบัติ
 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

20. ท่านเคยตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดหรือไม่

() เคย () ไม่เคย >>> ข้ามไปทำข้อ 22

21. ท่านตอบกระทู้ในเว็บบอร์ดอย่างไร

(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () แสดงความเห็น () แสดงการอนุโมทนา
 () ตอบด้วยประสบการณ์ส่วนตัว () ตอบด้วยการยกหลักธรรมที่เกี่ยวข้อง
 () ตอบด้วยการให้กำลังใจ () ช่วยแก้ปัญหาและหาทางออกให้
 () ตอบเพื่อสะสมบุญ สร้างบารมี () เพื่อแบ่งปันและเผยแพร่ธรรมะ
 () เพื่อขอโหสิกรรม () อื่นๆ โปรดระบุ.....

22. ท่านพบว่าท่านยังสามารถขอข้อมูลและสอบถามเกี่ยวกับเนื้อหาหลักธรรม คำสอน การทำสมาธิและ
การปฏิบัติได้จากการตั้งกระทู้ใน Webboard

() ใช่ () ไม่ใช่

1. 3 การเรียนรู้ Religion Learning in Websites

23. ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้หรือไม่

	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ท่านคิดว่าการอ่านและศึกษาพระไตรปิฎกด้วยตนเองทำให้เข้าใจ และเข้าถึงธรรมะได้					

ท่านคิดว่า การอ่านหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาด้วยตนเองทำให้เข้าใจและเข้าถึงธรรมะได้เช่นกัน					
ท่านคิดว่า การฝึกปฏิบัติธรรมและสมาธิด้วยตนเองจากการใช้สื่อทำให้ท่านเข้าใจและสามารถปฏิบัติธรรมได้ด้วยตนเอง					

1.4 การให้ประสบการณ์ : Religion Experience in Websites

24. ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้หรือไม่

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมะมากขึ้นหลังจากเข้าเว็บไซต์ธรรมะ					
ท่านคิดว่า การเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ความเชื่อความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาของท่านหนักแน่นยิ่งขึ้น					
ท่านคิดว่า การพูดคุยเรื่องธรรมะใน Webboard ธรรมะ เปรียบได้กับการสนทนาธรรม					
ท่านคิดว่า การพูดคุยเรื่องธรรมะในห้องแชท เปรียบได้กับการสนทนาธรรม					
ท่านคิดว่า การฟังธรรมเทศนาออนไลน์หรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ให้ความรู้สึกเหมือนได้นั่งฟังธรรมจากพระอาจารย์จริงๆ และเหมือนอยู่ในสถานที่จริง					

25. ท่านเคยฟังธรรมเทศนาออนไลน์แล้วนั่งสมาธิตาม

() ใช่ () ไม่ใช่

26. ท่านเคยสวดมนต์หน้าเครื่องคอมพิวเตอร์ เพราะอ่านบทสวดมนต์ในหน้าเว็บไซต์

() ใช่ () ไม่ใช่

27. ท่านเคยดูวิดีโอบันทึกการธรรมะแล้วทำให้ท่านรู้สึกว่าท่านได้ไปอยู่ในสถานที่นั้นจริงๆ และมีความรู้สึกร่วมไปกับพิธีที่กำลังเกิดขึ้นในหน้าจอคอมพิวเตอร์

() ใช่ () ไม่ใช่

1.5 การค้นหาทางจิตวิญญาณ Religion Seeking in Websites

28. ท่านคิดว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่ทำให้ท่านได้ทำบุญบ่อยครั้งขึ้น

() ใช่ () ไม่ใช่

29. ท่านคิดว่า การอ่านศึกษาธรรมะจากเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง

() ใช่ () ไม่ใช่

30. ท่านคิดว่า การฟังธรรมะจากไฟล์เสียงออนไลน์ในเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง

() ใช่ () ไม่ใช่

31. ท่านคิดว่า การดูวิดีโอที่มีเนื้อหาธรรมะในเว็บไซต์ธรรมะเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง

() ใช่ () ไม่ใช่

32. ท่านคิดว่า การตั้งกระทู้เพื่อนำเสนอหลักธรรมบางประการใน Webboard เป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง เพราะเป็นการเผยแพร่ธรรมะอีกทางหนึ่ง

() ใช่ () ไม่ใช่

33. ท่านคิดว่าการตอบกระทู้ด้วยการให้คำปรึกษาจากประสบการณ์เป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง
 ใช่ ไม่ใช่
34. ท่านคิดว่าการตอบกระทู้ด้วยหลักธรรมจะทำให้ได้บุญ
 ใช่ ไม่ใช่
35. ท่านคิดว่าการกดปุ่มอนุโมทนาในเว็บบอร์ดเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง
 ใช่ ไม่ใช่ ไม่เคยกด
36. ท่านคิดว่า การเข้ามาตั้ง/ตอบกระทู้ด้วยหลักธรรม เป็นการทำบุญ/การสะสมบารมีทางหนึ่ง
 ใช่ ไม่ใช่
37. ท่านคิดว่าการบริจาคเงินค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือการซื้อพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์เป็นการทำบุญและทำนุบำรุงศาสนาทางหนึ่ง
 ใช่ ไม่ใช่
38. หลังจากท่านเข้าเว็บไซต์ธรรมะทำให้ท่านเริ่มปฏิบัติธรรมเพื่อบรรลุนิพพาน
 มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
39. ท่านเคยกดปุ่ม Share เพื่อแบ่งปันเรื่องราวธรรมที่ท่านกำลังอ่าน/ดู ไปยัง Social Network ที่ท่านมี เช่น facebook หรือ twitter.
 ใช่ ไม่ใช่ >>> ข้ามไปข้อ 39
40. ท่านคิดว่าการ share หรือแบ่งปันเรื่องราวธรรมะใน social network เป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง
 ใช่ ไม่ใช่

1.6 การทำให้เป็นการค้า –Commodizing in Religion Websites

41. ท่านเคยเช่าซื้อ หรือขายวัตถุมงคลหรือพระเครื่องต่างๆในเว็บไซต์ธรรมะ
 ใช่ โปรดระบุเว็บไซต์ ไม่ใช่

1.7 ชุมชนออนไลน์ Religion Community in Websites

42. ท่านคิดว่าเว็บไซต์ธรรมะเป็นสถานที่รวมผู้ที่มีความสนใจเรื่องธรรมะ
 ใช่ ไม่ใช่
43. หลังจากท่านเข้าเว็บไซต์ธรรมะท่านได้พบกัลยาณมิตรทางธรรมที่ท่านสามารถพูดคุยซักถามเรื่องธรรมะได้
 ใช่ ไม่ใช่
44. ท่านเคยพัฒนาความสัมพันธ์จากเพื่อนที่รู้จักและคุยในเว็บไซต์ธรรมะมาเป็นเพื่อนในโลกความเป็นจริง
 ใช่ ไม่ใช่
45. ท่านเคยร่วมทำบุญกับสมาชิกเว็บไซต์ที่บอกบุญในกระทู้ต่างๆ
 ใช่ ไม่ใช่
46. ท่านให้ความสำคัญกับการตอบกระทู้ในกระดานข่าวต่างๆเพื่อสะสมคะแนนและเพิ่มอันดับ/ตำแหน่งในชื่อบัญชี (user account) ของท่านในเว็บไซต์
 ใช่ ไม่ใช่
47. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมในโลกความเป็นจริง เช่น การทำบุญ หรือกิจกรรมอื่นๆที่เว็บไซต์ธรรมะจัดขึ้น
 ใช่ ไม่ใช่
48. ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน Webboardธรรมะ ที่ท่านใช้อยู่
 มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

1.7 การแก้ไขปัญหาและการช่วยเหลือเยียวยา Healing and Problem-solving in Religion

Websites

49. เมื่อท่านมีปัญหาสงสัยเกี่ยวกับธรรมะหรือแนวทางการปฏิบัติ ท่านรู้สึกสบายใจและปลอดภัยที่จะสอบถามปัญหาดังกล่าวด้วยการตั้งกระทู้ถามในเว็บไซต์ธรรมะ
- () มากที่สุด () มาก () ปานกลาง
 () น้อย () น้อยที่สุด () ไม่เคยตั้งกระทู้
50. เมื่อท่านมีปัญหาสงสัยเกี่ยวกับปัญหาชีวิตส่วนตัว ท่านรู้สึกสบายใจและปลอดภัยที่จะสอบถามปัญหาดังกล่าวด้วยการตั้งกระทู้ถามในเว็บไซต์ธรรมะ
- () มากที่สุด () มาก () ปานกลาง
 () น้อย () น้อยที่สุด () ไม่เคยตั้งกระทู้
51. ท่านเคยตั้งกระทู้ถามเกี่ยวกับธรรมะและแนวทางปฏิบัติ หรือปัญหาชีวิตในเว็บไซต์ธรรมะ
- () เคย ถามเรื่องธรรมะ และ/หรือแนวทางปฏิบัติ
 () เคย ถามปัญหาชีวิตส่วนตัว
 () เคยถามทั้งสองอย่าง
 () ไม่เคยถาม
52. ท่านเคยตอบกระทู้ด้วยการให้คำแนะนำหลักธรรมหรือแนวทางการปฏิบัติ หรือให้กำลังใจ แก่ผู้มาตั้งกระทู้ถามในกระดานสนทนา
- () ใช่ () ไม่ใช่

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการประเมินการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พระพุทธศาสนาต่างๆ และการเชื่อมโยงไปยัง Social Media

1. ท่านเคยเข้าชม “ทุก” เว็บไซต์ต่อไปนี้ www.palungjit.com, www.dhammadjak.net, www.dmc.tv, และ www.fungdham.com
 () ใช่ () ไม่ใช่
2. ถ้าท่านเข้าชมบางเว็บ ท่านเคยเข้าชมเว็บไซต์ใดบ้าง (ทำเครื่องหมาย X หน้าข้อ)
 () www.palungjit.com
 () www.dhammadjak.net
 () www.dmc.tv
 () www.fungdham.com
3. จากเว็บไซต์ที่ท่านเข้าชม กรุณาเรียงลำดับเว็บไซต์พระพุทธศาสนาที่ท่านเข้าบ่อยที่สุดไปยังน้อยที่สุด (เรียงลำดับ 1, 2, 3, 4 = มากที่สุดไปน้อย)
 () www.palungjit.com
 () www.dhammadjak.net
 () www.dmc.tv
 () www.fungdham.com
4. ท่านเลื่อมใสหลวงพ่อดำ วัดท่าซุงเป็นพิเศษ
 () ใช่ () ไม่ใช่
5. ท่านเลื่อมใสพระธัมมชโย วัดพระธรรมกายเป็นพิเศษ
 () ใช่ () ไม่ใช่

6. ท่านเลื่อมใสหลวงพ่ोजรัญฐิตธัมโม วัดอัมพวันเป็นพิเศษ
 ใช่ ไม่ใช่
7. ท่านไม่ได้เลื่อมใสพระอาจารย์ท่านใดเป็นพิเศษ
 ใช่ ไม่ใช่
8. หากไม่มีในแบบสอบถาม กรุณาระบุชื่อพระอาจารย์ที่ท่านศรัทธา
 1)..... 2).....
 3).....
9. ท่านมีชื่อบัญชี ใน Social network หรือไม่
 มี ไม่มี (หากท่านไม่มีชื่อบัญชี Social Media – จบบแบบสอบถาม)
10. ท่านมีชื่อบัญชี ใน Social network ใดบ้าง
 Hi5 Facebook Twitter
 Youtube LinkedIn Flickr
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
11. ท่านเชื่อมโยงชื่อบัญชี Social Media ของท่านเข้ากับเว็บไซต์ธรรมะใดบ้าง
 www.palungjit.com www.dmc.tv
 ไม่เชื่อมโยง
12. ท่านรู้จัก Social Media ของเว็บไซต์พลังจิต ใน Facebook
 ใช่ ไม่ใช่
13. ท่านรู้จักและติดตาม Social Media ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี ใน Facebook
 ใช่ ขอเป็นเพื่อนแล้ว แต่ยังไม่ได้รับการตอบกลับ ไม่ใช่
14. ท่านรู้จักและติดตาม Social Media ของเว็บไซต์ดีเอ็มซี ใน Twitter
 ใช่ ไม่ใช่
15. ท่านเคยกดปุ่ม share หรือ กด like เพื่อแบ่งปันบทความในเว็บไซต์ดีเอ็มซี และเชื่อมโยงไปยังบัญชี Social Media ของท่าน
 ใช่ ไม่ใช่

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ศูนย์วิทยพัชร์พยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ค

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางการถ่ายทอดสด DMC ทางสถานีวิทยุ FM

ข้อมูล ณ วันที่ 22 มกราคม 2554

จังหวัด	เขต/อำเภอ	ความถี่	ช่วงเวลา
กทม.	ประเวศ สวนหลวง พระราม 2 บางนา	F.M.96.25 MHZ	08.00-22.00
	ภาษีเจริญ บางแค บางขุนเทียน สำเพ็ง พาทูร์ดี เขาวราช วงเวียนใหญ่	F.M.94.75 MHZ	
	ประตุน้ำ อนุสาวรีย์ชัย มาบุญครอง สยามสแควร์	F.M.102.75 MHZ	
ปทุมธานี	อ.เมือง อ.ธัญบุรี อ.ลำลูกกา รังสิต ดอนเมือง	F.M.91.75 MHZ	ทั้งวัน
	อ.คลองหลวง บางซันท์	F.M.96.25 MHZ	
	อ.คลองหลวง บางซันท์	F.M.102.25 MHZ	
สระบุรี	อ.พระพุทธบาท	F.M.101.25 MHZ	08.00-09.00
ฉะเชิงเทรา	อ.บางปะกง (บางวัว)	F.M.102.25 MHZ	ทั้งวัน
ชลบุรี	อ.สัตหีบ	F.M.93.50 MHZ	05.00-06.00
จันทบุรี	อ.เมือง	F.M.101.75 MHZ	05.00-22.00
ปราจีนบุรี	อ.กบินทร์บุรี	F.M.106.75 MHZ	06.00-08.00
กาญจนบุรี	อ.เมือง	F.M.99.75 MHZ	05.00-22.00
นครราชสีมา	อ.เมือง	F.M.92.75 MHZ	ทั้งวัน
	อ.ปักธงชัย	F.M.97.00 MHZ	
สุรินทร์	อ.เมือง ศีขรภูมิ	F.M.91.00 MHZ F.M.92.25 MHZ	05.00-22.00 06.00-22.00
ขอนแก่น	อ.เมือง	F.M.93.30 MHZ	ทั้งวัน
หนองคาย	อ.ท่าบ่อ	F.M.101.50 MHZ	19.00-22.00
อุดรธานี	อ.เมือง	F.M.105.00 MHZ	06.00-07.00/
			13.00-14.00
หนองบัวลำภู	อ.เมือง	F.M.103.50 MHZ	18.00-19.00
เชียงใหม่	อ.เมือง (จุดคงสถานล้านนา)	F.M.104.00 MHZ	ทั้งวัน
	อ.ฮอด (สวนเพชรแก้ว, มูลนิธิศึกษาธรรม)	F.M.104.75 MHZ	05.00-23.00
	อ.ฮอด (วัดแม่สะนาม)	F.M.106.25 MHZ	09.00-11.00/ 19.30-22.00
	อ.จอมทอง (วัดห้วยตองสัก)	F.M.98.75 MHZ	05.00-24.00
พะเยา	กิ่งอำเภอภูซาง	F.M.107.75 MHZ	ทั้งวัน
พิษณุโลก	อ.เมือง	F.M.101.00 MHZ	07.00-22.00
ภูเก็ต	อ.เมือง	F.M.95.5 MHZ	ทั้งวัน
สงขลา	อ.หาดใหญ่	F.M.100.25 MHZ	ทั้งวัน
ยะลา	อ.เมือง	F.M.103 MHZ	ทั้งวัน

ตารางการถ่ายทอดสด DMC ทางสถานีวิทยุ AM เวลา 20.00-24.00 น.

ข้อมูล ณ วันที่ 22 มกราคม 2554

จังหวัด	ความถี่
กทม., นนทบุรี, ปทุมธานี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร, อ่างทอง, อุทัยธานี, ออยุธยา	A.M.1521 KHZ
พิษณุโลก, อุตรดิตถ์, พิจิตรบางส่วน, สุโขทัย, กำแพงเพชร	A.M.1188 KHZ
ลพบุรี, นครสวรรค์	A.M.1521 KHZ
จันทบุรี, ตราด, ระยอง, ชลบุรี สัตหีบ, สระแก้ว	A.M.954 KHZ
ขอนแก่น	A.M.1107 KHZ
อุดรธานี, กาฬสินธุ์	A.M.1107 / 1369 KHZ
หนองคาย บางส่วน	A.M.1107 KHZ
สกลนคร	A.M.1369 KHZ A.M.1440 KHZ
ยโสธร, อำนาจเจริญ, นครพนม	A.M.1440 KHZ
มหาสารคาม	A.M.1107 KHZ
สุพรรณบุรี, กาญจนบุรี	A.M.1539 KHZ
สมุทรสงคราม, สุพรรณบุรี, นครปฐม, เพชรบุรี, ราชบุรี	A.M.1521 KHZ
สงขลา	A.M.1080 KHZ
ทุ่งสง นครศรีธรรมราช, ตรัง	A.M.828 / A.M.1350 KHZ
ชุมพร, ประจวบคีรีขันธ์, หัวหิน	A.M.954 KHZ
สุราษฎร์ธานี	A.M.828 KHZ
กระบี่	A.M.1350 KHZ
สตูล	A.M.1080/1350 KHZ
ยะลา, นราธิวาส, ปัตตานี	A.M.1080 KHZ

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว ภาวิณี วัชรประเสริฐชัย เกิดเมื่อวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2527 สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2548 และเข้าศึกษาต่อหลักสูตร ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2551



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย