

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์พระสงฆ์ กับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน นี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ภาพลักษณ์ ของพระสงฆ์ ที่ปรากฏทางสื่อมวลชน
2. ศึกษาการรับรู้ของชาวพุทธที่มีต่อภาพลักษณ์ ของพระสงฆ์ โดยทั่วไป
3. เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่ผ่านสื่อมวลชนกับภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่ผ่านการรับรู้ของชาวพุทธ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัย 2 ลักษณะคือ 1. การวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของชาวพุทธที่มีต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ 2. การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของพระสงฆ์

การวิจัยเชิงสำรวจได้สำรวจจากกลุ่มชาวพุทธในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการสุ่มแบบ accidental sampling จำนวน 200 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจในวัด จำนวน 100 คน และกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจนอกวัด จำนวน 200 คน

ส่วนการวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์นั้น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐตลอดปี 2539

ผลการวิจัยพอสรุปได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มชาวพุทธ

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มชาวพุทธในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่มีต่อพระสงฆ์พอสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจในวัด และกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจนอกวัดอย่างละเท่าๆกัน แบ่งเป็นเพศหญิง และเพศชาย โดยกระจายตามกลุ่มอาชีพต่างๆ คือ นักเรียน/นักศึกษา กรรมกร /ใช้แรงงาน รับราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน และแม่บ้าน เป็นต้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-40 ปี มีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาท มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าวัดเป็นบางครั้งบางคราว โดยมีวัตถุประสงค์ไปวัดเพื่อตั้งใจไปทำบุญ และมีระดับศรัทธามากที่สุด-มากต่อหลักธรรมะ ระดับศรัทธาปานกลาง-น้อยต่อพระสงฆ์โดยรวม และระดับศรัทธาน้อยมาก-ไม่ศรัทธาเลยต่อพระสงฆ์บางรูป

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภททีวีมากที่สุด และเปิดรับสื่อมวลชนทุกวันมากที่สุด ใช้เวลาการเปิดรับสื่อมวลชนช่วงครึ่งถึงหนึ่งชั่วโมงต่อวันมากที่สุด โดยมีเหตุผลการเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อทราบข่าวสารประจำวันมากที่สุด

4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์

4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์จากสื่อหลักประเภทต่างๆ คือ ทีวีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ จำนวนใกล้เคียงกัน และมีความถี่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์ ไม่บ่อยมากที่สุด

4.2 การทดสอบการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์จากข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในปี 2539 จำนวน 10 หัวเรื่อง จากผลการวิจัยพบว่า ในขณะที่กลุ่มชาวพุทธส่วนใหญ่รับรู้หัวเรื่องข่าวเกี่ยวกับหลวงพ่อดุณ ปริสุทโธ เจ้าอาวาสวัดบ้านไร่ จังหวัดนครราชสีมา เกจิอาจารย์ชื่อดังประสพอุบัติเหตุรถพลิกคว่ำ แต่หลวงพ่อดุณภัยมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์ทั้ง 10 หัวเรื่อง จากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด

5. การรับรู้ภาพลักษณ์

5.1 การรู้จักพระสงฆ์ จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุชื่อพระสงฆ์ที่ตนมองว่าปฏิบัติดีมากกว่าพระสงฆ์ที่ตนมองว่าปฏิบัติไม่ดี โดยรายนามพระสงฆ์โดยรวมที่ชาวพุทธรู้จักส่วนใหญ่เป็นรายนามพระเกจิอาจารย์ที่มีรณภาพ หลวงพ่อดุณ ปริสุทโธ เจ้าอาวาสวัดบ้านไร่ จังหวัดนครราชสีมา เป็นพระสงฆ์ที่มีจำนวนชาวพุทธมองว่าเป็นพระสงฆ์ปฏิบัติดีมากที่สุด

ส่วนพระสงฆ์ปฏิบัติไม่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระบุชื่อ นายวินัย ละอองสุวรรณ หรืออดีตพระยันตระ อดีตเจ้าสำนักสงฆ์ สุธัญตาราม จังหวัดกาญจนบุรีมากที่สุด อย่างไรก็ตามมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหลายคนที่จะระบุว่าอดีตพระยันตระ และอดีตพระสงฆ์จำนวนอีกหลายรูปเช่น กิตติคุณโช (พระเทพ กิตติปัญญาคุณ) วัดมหาธาตุ รั้งสุขุฎี จังหวัดกรุงเทพฯ ที่สื่อมวลชนประโคมข่าวว่าทำผิดพระวินัยยังคงเป็นพระปฏิบัติดีอยู่

การประเมินบทบาทของพระสงฆ์ จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าพระสงฆ์ มีบทบาทแหล่งศรัทธาด้านธรรมะ และความประพฤติมากที่สุด รองลงมาคือ บทบาทจรโลงวัฒนธรรมไทย บทบาทพัฒนาสังคมท้องถิ่น บทบาทให้การศึกษาแก่ประชาชน และบทบาทผู้นำความคิดเห็นตามลำดับ

สำหรับบทบาทในด้านลบนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินบทบาทพุทธพาณิชย์สูงสุด รองลงมา ได้แก่ บทบาทผู้ปฏิบัติผิดวินัยสงฆ์ บทบาทแหล่งศรัทธาด้านอกินหาร บทบาทสืบทอดไสยศาสตร์ และ บทบาทผู้ปฏิบัติผิดกฎหมาย ตามลำดับ

5.3 การประเมินภาพลักษณ์ด้านบุคลิกภาพ และพฤติกรรมของพระสงฆ์ จากการสำรวจการรับรู้ของกลุ่มชาวพุทธพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินภาพลักษณ์พระสงฆ์ทางบวกมากกว่าภาพลักษณ์ทางลบ

เมื่อเปรียบเทียบการประเมินภาพลักษณ์ของกลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดบ่อยกว่า และกลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดน้อยกว่า พบว่า ภาพลักษณ์พระสงฆ์ทางบวก กลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดบ่อยกว่าประเมินสูงกว่ากลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดน้อยกว่า ส่วนภาพลักษณ์พระสงฆ์ทางลบ กลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดบ่อยกว่าประเมินต่ำกว่ากลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดน้อยกว่า

เมื่อแจกแจงการประเมินภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ตามคุณลักษณะต่างๆ ผลการวิจัยระบุว่า ภาพลักษณ์ทางบวก ทั้งกลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดบ่อยกว่า และกลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดน้อยกว่า ประเมินคุณลักษณะพระสงฆ์มีคุณธรรมสูงสุด ในขณะที่ภาพลักษณ์พระสงฆ์ทางลบ กลุ่มชาวพุทธทั้งสองกลุ่มดังกล่าวประเมินคุณลักษณะพระสงฆ์เน้นวิตถุนิยมมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชน

จากการวิเคราะห์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับวันที่ 1 มกราคม 2539 ถึงฉบับวันที่ 31 ธันวาคม 2539 พบว่า การนำเสนอข่าวหรือเรื่องราวเกี่ยวกับพระสงฆ์รวม 114 ฉบับ จำนวน 178 ชิ้น ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปเกี่ยวกับภาพลักษณ์พระสงฆ์ได้ดังนี้

1. สื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์ เพียงรูปแบบข่าว และสื่ूपข่าวเท่านั้น โดยนำเสนอเป็นรูปแบบข่าวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.62 แบ่งเป็นข่าว ร้อยละ 58.98 ภาพข่าว ร้อยละ 14.60 และภาพประกอบข่าว ร้อยละ 14.04 ส่วนรูปแบบสื่ूपข่าวมีการนำเสนอเพียงร้อยละ 12.35 เท่านั้น

2. สื่อมวลชนให้ความสำคัญกับเนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์มาก โดยสังเกตจากเนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์เกือบร้อยละเจ็ดสิบห้านำเสนอในพื้นที่หน้าหนึ่ง ส่วนที่เหลือเพียงเล็กน้อยนำเสนอในหน้าอื่นๆ ส่วนประเภทข่าวที่นำเสนอเป็นข่าวธรรมดามากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวพาดหัว และข่าวพาดหัวรองตามลำดับ

3. การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์เป็นไปทางลบมากที่สุด รองลงมา คือการนำเสนอภาพลักษณ์ทางบวก และภาพลักษณ์เป็นกลางตามลำดับ โดยหัวข้อข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์นำเสนอในหัวข้อข่าวด้านอาชญากรรมมากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อข่าวสังคม ศาสนา และการเมืองตามลำดับ

4. ฐานะพระสงฆ์ผู้เป็นข่าว สื่อมวลชนนำเสนอในฐานะผู้กระทำมากที่สุด ตามมาด้วยผู้ถูกกระทำ และผู้เกี่ยวข้องในข่าว มีสัดส่วนการนำเสนอที่ใกล้เคียงกัน ส่วนตำแหน่งพระสงฆ์ที่นำเสนอมากที่สุด คือ ตำแหน่งเจ้าอาวาส ซึ่งส่วนใหญ่ล้วนเป็นเกจิอาจารย์ ที่อยู่ในกระแสความสนใจของกลุ่มชาวพุทธส่วนใหญ่ สอดคล้องกับที่ชัชฎี กาญจนอุไรวัจน์ (2537) กล่าวว่าหนังสือพิมพ์จะเลือกนำเสนอข่าวหรือบุคคลในข่าวที่มีความเด่น และอยู่ในกระแสความสนใจของผู้อ่าน

5. บทบาทของพระสงฆ์ที่สื่อมวลชนนำเสนอเน้นบทบาททางลบเป็นหลัก เช่น บทบาทผู้ปฏิบัติผิดกฎหมาย บทบาทผู้ปฏิบัติผิดวินัยสงฆ์ แม้ว่าบทบาทที่สื่อมวลชนนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับแรกจะเป็นบทบาทแหล่งศรัทธาด้านธรรมะ และความประพฤติ ซึ่งเป็นบทบาททางบวกก็ตาม

6. ภาษาหรือสรรพนามที่สื่อมวลชน มักเป็นถ้อยคำหรือข้อความรุนแรงที่แสดงถึงการตำหนิพฤติกรรมทางลบของพระสงฆ์ สอดคล้องกับที่จำนง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธ์ (2526) กล่าวว่าการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์นั้นมีข้อจำกัดเรื่องเวลาและเนื้อที่ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์จะต้องใช้ภาษาที่มีความกระชับ รัดกุม สะดุดตา ดึงดูดความสนใจและจำได้ง่าย โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ประชานิยม เสนอข่าวสารสนองอารมณ์ผู้อ่านเป็นหลักนั้น ภาษาที่ใช้จึงมีลักษณะห้วนหรือหยาบ ถ้อยคำรุนแรงทั้งใช้คำแสลงและคำกำกวม และนอกจากนี้ยังมีประเด็นสอดคล้องกับที่ Dennis & Merrill (1988) กล่าวว่านโยบายของหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวและภาษาที่สร้างความตื่นเต้นเร้าใจให้ผู้อ่านเพื่อผลในการเพิ่มจำนวนจำหน่าย

ผลการวิจัยทั้งสองวิธีข้างต้นคือการสำรวจภาพลักษณ์ ของกลุ่มชาวพุทธและการวิเคราะห์เนื้อหา สื่อมวลชน อาจสรุปประเด็นที่สอดคล้องและแตกต่างกันของภาพลักษณ์ต่อพระสงฆ์ดังนี้

1. ภาพลักษณ์พระสงฆ์ที่กลุ่มชาวพุทธรับรู้ไม่สอดคล้องกับการนำเสนอของสื่อมวลชน กล่าวคือ กลุ่มชาวพุทธรับรู้ภาพลักษณ์ในทิศทางบวกมากที่สุด ในขณะที่สื่อมวลชนจะนำเสนอภาพลักษณ์พระสงฆ์ในทิศทางลบมากที่สุด

2. กลุ่มชาวพุทธประเมินบทบาทต่างๆของพระสงฆ์ทางบวกสูงกว่าบทบาททางลบ เช่น บทบาทผู้เผยแผ่ศาสนาและธรรมะ บทบาทให้การศึกษาแก่ประชาชน บทบาทแหล่งศรัทธาด้านธรรมะและความประพฤติ บทบาทพัฒนาท้องถิ่น บทบาทผู้นำความคิดเห็น มีระดับการประเมินสูงกว่าบทบาทด้านลบ เช่น บทบาทแหล่งศรัทธาด้านอกินหาร บทบาทผู้ปฏิบัติผิดวินัยสงฆ์ บทบาทผู้ปฏิบัติผิดกฎหมาย บทบาทพุทธพาณิชย์ บทบาทสืบทอดไสยศาสตร์

ในขณะที่สื่อมวลชนนำเสนอบทบาททางลบเป็นหลัก เช่น นำเสนอบทบาทผู้ปฏิบัติผิดกฎหมาย บทบาทผู้ปฏิบัติผิดวินัยสงฆ์ บทบาทแหล่งศรัทธาด้านอกนินหาร บทบาทเหยื่อฆาตกรรม บทบาทความขัดแย้งกับประชาชน บทบาทสืบทอดไสยศาสตร์ บทบาทมิชชันนารีในคราวผ้าเหลือง คิดโดยรวมมีจำนวนมากกว่าการนำเสนอบทบาททางบวกโดยรวม เช่น บทบาทการเป็นแหล่งศรัทธาด้านธรรมะและความประพฤติ บทบาทผู้เผยแพร่ศาสนาและธรรมะ บทบาทจรรโลงวัฒนธรรมไทย บทบาทผู้นำความคิดเห็น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาภาพลักษณ์พระสงฆ์โดยผ่านการรับรู้ของกลุ่มชาวพุทธในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน และภาพลักษณ์พระสงฆ์ที่หนังสือพิมพ์ไทยนำเสนอฉบับที่ออกจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2539 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2539 พบว่า

1. กลุ่มชาวพุทธรับรู้ภาพลักษณ์พระสงฆ์ในทิศทางบวกมากที่สุด ทั้งที่สื่อมวลชนนำเสนอในทิศทางลบมากที่สุด ผลการวิจัยปรากฏในลักษณะดังกล่าว อาจอธิบายได้ว่า พระสงฆ์เป็นเนืองนิตย์ของโลกมาเป็นเวลายาวนาน และชาวพุทธส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกเกรงใจพระสงฆ์ ไม่อยากวิพากษ์วิจารณ์พระสงฆ์ ประกอบกับผู้รับสารส่วนใหญ่มักเชื่อประสบการณ์ตรงมากกว่าประสบการณ์ที่ผ่านสื่อมวลชน ดังนั้นการที่กลุ่มชาวพุทธได้สัมผัสกับพระสงฆ์โดยประสบการณ์ตรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรับรู้ภาพลักษณ์พระสงฆ์ที่แสดงบทบาททางบวกมากกว่าบทบาททางลบ ทำให้ชาวพุทธรับรู้ภาพลักษณ์ทางบวกต่างจากที่สื่อมวลชนนำเสนอภาพลักษณ์ทางลบ

2. กลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดบ่อยกว่า รับรู้ภาพลักษณ์พระสงฆ์ทางบวกมากกว่ากลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดน้อยกว่า ทั้งนี้อาจคาดเดาได้ว่า ความถี่ในการเข้าวัด ที่แตกต่างกัน เป็นตัวแปรชี้ให้เห็นความสนใจและทัศนคติที่มีต่อศาสนา และพระสงฆ์ ดังนั้นกลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดบ่อยกว่าจึงมีทัศนคติที่ดีต่อพระสงฆ์มากกว่ากลุ่มชาวพุทธที่เข้าวัดน้อยกว่า สอดคล้องกับที่ ชุมพร ยงกิตติกุล (2529) กล่าวว่า กระบวนการรับรู้เป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ การตีความนี้ขึ้นกับตัวแปรหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้เดิม ความคาดหวังในขณะนั้น ทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมรอบๆ ของสิ่งเร้าที่เรารับรู้

3. สื่อมวลชนนำเสนอภาพลักษณ์พระสงฆ์ในพื้นที่หน้าหนึ่งมากที่สุด ซึ่งภาพลักษณ์พระสงฆ์ที่สื่อมวลชนนำเสนอในหน้าหนึ่งจะเป็นไปในทิศทางลบมากที่สุด เพราะ ชาวพระสงฆ์ทำผิดพระวินัยเป็นข่าวที่มีคุณค่าของความเป็นข่าวสูง โดยเฉพาะพระสงฆ์ กับสิกขาเป็นคู่ตรงกันข้าม เมื่อมาโยงเป็นเรื่องเดียวกันจึงถือเป็นเรื่องฉฉฉฉฉฉ ผิดปกติ ประกอบกับหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์มักเน้นนำเสนอประเด็นเนื้อหาด้านปฏิกุศลสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องในด้านลบ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน สอดคล้องกับที่ Sandra (1984) กล่าวว่า หน้าหนึ่งเป็นหน้าที่สำคัญที่สุด เป็นเหมือนตู้โชว์สินค้าที่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้ซื้อหนังสือพิมพ์ได้ทันที ในขณะที่เดียวกันหนังสือพิมพ์ก็ทำหน้าที่ด้านการตลาด โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์จะทำเพื่อหลัก 2 ประการ คือ 1. เพื่อขาย และ 2.

เพื่อรักษามลประโยชน์ของสังคม และการที่จะรักษามลประโยชน์ให้สังคมได้อย่างเต็มที่ ก็ต้องขายให้ได้มากที่สุด (เครือวัลย์ ชัชกุล , 2534)

4. สื่อมวลชนนำเสนอภาพลักษณ์พระสงฆ์ในรูปแบบข่าวมากที่สุด สอดคล้องกับหลักสากลที่ว่าหน้าหนึ่ง จะมีการนำเสนอข่าวมากกว่าภาพ เนื่องจากการนำเสนอด้วยข่าวจะใช้พื้นที่น้อยกว่าการใช้ภาพ โดยการดึงประเด็นที่เด่นๆ มาเขียนพาดหัวซึ่งสามารถให้พลังดึงดูดใจต่อผู้อ่านได้ดีกว่าภาพ กรณีที่เป็นข่าวที่ปลุกเร้าสนใจ (Human Interest) ในหน้าหนึ่งสามารถใช้ถ้อยคำที่รุนแรง หรือหวาด กระแทบใจผู้อ่านได้ในทันที เพื่อช่วยยั่วให้ผู้อ่านสนใจและอยากซื้ออ่านในทันที ดังนั้นรูปแบบที่นำเสนอในหน้าหนึ่งมากที่สุดจึงเป็นรูปแบบข่าวมากกว่าภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์พระสงฆ์ ในหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพและหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ควรศึกษาสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร แล้วนำมาเปรียบเทียบภาพลักษณ์พระสงฆ์ที่นำเสนอผ่านสื่ออื่นๆว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร
3. ควรมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพระสงฆ์ เพื่อทราบภาพลักษณ์ที่พระสงฆ์มีต่อตนเอง
4. ควรศึกษาว่าระดับความสนใจศาสนา และพฤติกรรมทางศาสนาของผู้เขียนข่าวหรือคอลัมนิสต์ต่างๆมีผลต่อการนำเสนอภาพลักษณ์พระสงฆ์หรือไม่
5. ควรมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกถึงบรรณาธิการ หรือหัวหน้าข่าว เพื่อทราบถึงนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์ เพื่อประกอบการวิจัย
6. ควรศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ในสายตาของชาวพุทธ โดยเลือกกลุ่มประชากรในเขตพื้นที่จังหวัดอื่นๆ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

สำหรับสถาบันสงฆ์

1. สถาบันสงฆ์ เช่น พระสงฆ์ มหาเถรสมาคม ควรเร่งหาแนวทางสร้างภาพลักษณ์ทางบวก ในสายตาของสื่อมวลชน เพราะ สื่อมวลชนเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์พระสงฆ์ในสายตาชาวพุทธ

2. พระสงฆ์ควรแสดงบทบาทในด้านบวก และทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมให้มากขึ้นเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชาวพุทธ เพราะ การรับรู้ภาพลักษณ์พระสงฆ์จะมีผลต่อระดับความศรัทธาที่ชาวพุทธมีต่อพระสงฆ์ ซึ่งเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความรุ่งเรืองหรือความตกต่ำของสถาบันสงฆ์

สำหรับสื่อมวลชน

1. หนังสือพิมพ์ หรือองค์กรสื่อมวลชนควรมีการกำหนดนโยบายอย่างชัดเจนด้านการเสนอข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวกับพระสงฆ์ เพื่อความเป็นกลาง และไม่อคติ

2. หนังสือพิมพ์หรือองค์กรสื่อมวลชนควรจัดอบรมผู้สื่อข่าวเกี่ยวกับเรื่องจิตสำนึกของวิชาชีพ เพื่อปฏิบัติงานด้วยความเป็นกลาง และมีประสิทธิภาพในการเสนอข่าว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย