

บทที่ 2

กรอบความคิดและแนวทฤษฎี

สังคมไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรมาเป็นสังคมอุตสาหกรรม จากสังคมชนบทมาเป็นสังคมเมือง ซึ่งแต่เดิมมีพระพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานของความคิด ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย การติดต่อแลกเปลี่ยนในสังคมเป็นไปในลักษณะใกล้ชิด บุคคลต่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงใกล้ชิด มีวัดและพระภิกษุซึ่งเป็นสถาบันทางพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์กลางของชุมชน เป็นที่ยึดเหนี่ยวของจิตใจ เป็นสถาบันการศึกษาของคนในสังคม เป็นที่ที่ปูพื้นฐานคุณธรรมให้กับคนในสังคม

การเติบโตของเทคโนโลยี นำพาให้สังคมมีขนาดใหญ่ มีการติดต่อระหว่างกันที่ซับซ้อน เป็นทางการ การแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของปัจเจกชนมีมากขึ้น ผู้คนให้ความสำคัญกับวัตถุมาก และพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นตามความก้าวหน้าที่ไม่หยุดยั้ง มีสถาบันใหม่ๆ ผุดขึ้นมาในสังคมไม่หยุดหย่อน จากความสัมพันธ์เชิงใกล้ชิดของสถาบันครอบครัว วัด และชุมชนขนาดเล็ก เติบโตเป็นสถาบันทางการค้า มีสื่อกลางระหว่างกัน การแข่งขันมิใช่เพียงการแข่งขันระหว่างความสามารถ แต่เป็นการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่มากขึ้น วิถีชีวิตของคนในสังคมจึงออกห่างจากการพิจารณาเรื่องราวภายในตัว หรือการคิดถึงส่วนรวม คุณธรรมที่มีต่อกันระหว่างคนในสังคมตกต่ำลงทุกที

สถาบันสื่อมวลชน สถาบันที่มาใหม่แต่มาแรงขึ้นตามการเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศ จากการส่งเพียงข้อความตัวอักษรจากทางไกล มาเป็นส่งข้อมูลเสียงและภาพให้รับรู้กันแม้จะอยู่คนละซีกโลก ปรากฏการณ์ "ย่อโลก" จึงกลายเป็นเรื่องสามัญสำหรับสังคมปัจจุบัน ด้วยการที่เทคโนโลยีเข้ามารองรับและตอบสนองของผู้คนทั้งในด้านความรู้และความบันเทิง วิถีชีวิตของคนจึงย้ายความสนใจมาอยู่ที่การรับและแลกเปลี่ยนข่าวสาร สารบันเทิงผ่านสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเผยแพร่สารไปยังผู้รับจำนวนมาก ตั้งแต่สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสารสนเทศ ฯลฯ

สภาพการณ์ดังกล่าวได้เปลี่ยนสำนึกของคนไทยในเรื่องเกี่ยวกับการแสวงหาภูมิปัญญา ซึ่งแต่เดิมนั้นอาจจะกำกวมอยู่ระหว่าง "ความเพียรพยายามฝึกฝนด้วยตนเอง" กับ "การแสวงหาของวิเศษ" มาใช้ แต่ปัจจุบันนี้เมื่อของวิเศษนั้นกลายเป็น "ของอภิมหาวิเศษอมตะนิรันดร์กาล" ไปแล้ว ก็ไม่มีความหมายอันใดที่คนไทยจะต้องเพียรพยายามฝึกฝนตนเอง สำนึกดังกล่าวสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดการพึ่งพาเทคโนโลยีอย่างสูง¹ สถาบันพระพุทธศาสนาซึ่งยืนหยัดคู่มากับการ

¹ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสองวัฒนธรรม. (กรุงเทพฯ : มุลินธิภูมิปัญญา, 2539) หน้า 39 – 40.

สร้างชาติไทย เป็นรากฐานของวิถีชีวิตคนไทย จำต้องปฏิรูประบบการเผยแผ่จากวัดเข้ามาสู่สื่อมวลชน แม้เดิมที่หากคนในสังคมต้องการรับรู้พระธรรมใดๆ ต้องเข้าไปศึกษาจากพระภิกษุในวัด เมื่อวิถีชีวิตเปลี่ยนหมุนไปตามกระแสของสังคมที่มีการแข่งขันสูง เวลาของผู้คนจึงไปจมอยู่กับการทำมาหากิน เรื่องของศาสนาจะกลายเป็นเรื่องไกลตัว ยากที่จะปฏิบัติให้ถึงเป้าหมาย และไม่จำเป็นไป การถ่ายทอดความคิดเรื่องศาสนาภายในครอบครัวที่เคยมีมาแต่ก่อนนั้นได้ขาดตอนไป เนื่องจากระบบสังคมเปลี่ยนไป พ่อแม่ผู้ปกครองไม่ได้สร้างระบบการเข้าวัด ทำบุญทำทาน กลายเป็นคนรุ่นปู่ย่าตายายที่หันหน้าเข้าวัด ธรรมะจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของคนแก่ ซึ่งไม่ว่าจะได้รับการถ่ายทอดวิถีชีวิตแบบชาวพุทธมาอย่างไร ก็ไม่สามารถส่งทอดไปให้ลูกหลานได้อีก วิธีเดียวที่วัดจะสื่อสารกับคนคือดึงคนให้มาฟังสิ่งที่พระท่านสอน จะโดยการดึงให้ "เข้าวัดเข้าวา" หรือไปเทศน์ทางสื่อสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพราะวัดไม่มีสังคมที่จะรองรับการเผยแผ่คำสอนอย่างที่เคยมีมาอีกแล้ว"²

สื่อมวลชนที่แวดล้อมผู้คนอยู่ แม้นในถิ่นที่ห่างไกลความเจริญก้าวหน้าแบบสมัยใหม่ ก็ได้รับข้อมูลข่าวสารเช่นเดียวกับบุคคลในสังคมพัฒนา สื่อมวลชนเป็นทางเลือกที่สะดวกที่พระธรรมจะเป็นปรากฏให้คนได้เห็นและเลือกสรรที่จะรับรู้ได้ง่ายขึ้น องค์การทางพระพุทธศาสนาล้วนเห็นความสำคัญอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการรับรู้ของมวลชนในปัจจุบัน ดังนั้นทุกวันนี้ นอกจากในวัดแล้ว พระธรรมในพระพุทธศาสนายังจำเป็นต้องแพร่กระจายไปในสื่อมวลชนแขนงต่างๆ อีกด้วย

การศึกษาเรื่องสื่อมวลชนและการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน มีทฤษฎีที่นำมาพิจารณา เป็น 2 ส่วนตามหัวข้อของงานวิจัย คือ ทฤษฎีสื่อมวลชน และการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ทฤษฎีทางสื่อมวลชน

เลือกศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม ซึ่งจะนำไปพิจารณาถึงบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อสถาบันศาสนาต่อไป

บทบาทหน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชน

ความเป็นสังคมของมนุษย์เกิดจากความสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่มีภาษา วัฒนธรรมและความเป็นอยู่ที่ใกล้เคียงกัน การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมโยงของคนในสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้กิจกรรมทางสังคมต่างๆ นั้นดำเนินไปได้ สื่อมวลชนจึงนับเป็นสิ่งที่แสดงบทบาทด้านสังคมได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีลักษณะเกี่ยวข้องกับผู้คนจำนวนมากมาย เป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมวลชนเป็นผู้ให้ทั้งข่าวสารข้อมูลในรูปแบบต่างๆ แก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้บริโภคข้อมูลนั้นๆ ถึงแม้

² นิธิ เอียวศรีวงศ์, พุทธศาสนาในความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย. (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2544) หน้า 113.

ว่าจะมีผลโดยตรงต่อผู้บริโภค แต่ในขณะเดียวกันก็จะมองเห็นสื่อเป็นตัวนำสารที่เป็นกลางในเรื่องราวต่างๆ

สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับสังคมไปใน 3 ทิศทาง คือ

ความสัมพันธ์ส่วนที่ 1 คือ สื่อมวลชนสะท้อนภาพสังคม (Media reflect society) สื่อมวลชนสามารถสะท้อนภาพสังคมออกมาได้หลายทาง เช่น "วัฒนธรรม" (Culture) บรรทัดฐานทางสังคม (Norms) ค่านิยม (Values)

ความสัมพันธ์ส่วนที่ 2 คือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อสังคม (Media affect society) ในที่นี้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อสังคมในหลายทางจากผลที่มีต่อพฤติกรรมของปัจเจกชนและการรับรู้ไปจนถึงความสัมพันธ์ในกลุ่มและสถาบันทางสังคม³

ความสัมพันธ์ส่วนที่ 3 คือ สื่อมวลชนและสังคมต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน (Media and society affect to each other)

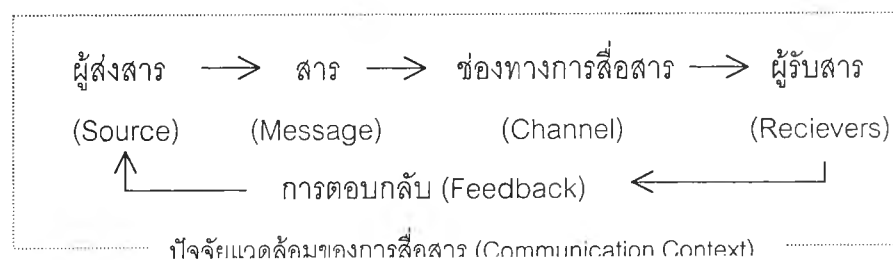
แนวทฤษฎีดังกล่าว ล้วนมีผลต่อการพิจารณาเรื่องการเผยแพร่พระพุทธศาสนากับสื่อมวลชน เนื่องจากสิ่งที่ปรากฏในสื่อมวลชนนั้นสะท้อนภาพสถานการณ์ของพระพุทธศาสนาในสังคม ซึ่งการสะท้อนภาพ และอิทธิพลดังกล่าวนี้สามารถโยงไปถึงการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏในสื่อต่างๆ อีกด้วย

การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

1. การวิเคราะห์ประเภทของเนื้อหาทางพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในการนำเสนอของสื่อแต่ละประเภท
2. การวิเคราะห์ค่านิยมในการนำเสนอเนื้อหาทางพระพุทธศาสนา

เมื่อเราศึกษาเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนและวิเคราะห์ด้านเนื้อหาของ การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อมวลชน จะนำพาให้เราเห็นภาพรวมของระบบการสื่อสารมวลชนในตัว เนื่องจากปัจจัยในการสื่อสารมวลชนล้วนมีผลซึ่งกันและกัน

แบบจำลองการสื่อสารมวลชน



³ ณรงค์ สมพงษ์, สื่อสารมวลชนเพื่อการส่งเสริม. (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543) หน้า

ในงานวิจัยฉบับนี้เริ่มต้นที่การศึกษาจากช่องทางสื่อสาร นั่นก็คือประเภทของสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกัน เมื่อศึกษาสิ่งที่ปรากฏบนสื่อดังกล่าวแล้ว จะทำให้เห็นความเชื่อมโยง การมีผลซึ่งกันและกันในการสื่อสารมวลชนทั้งหมดไปในตัว สิ่งที่เป็นการแสดงผลของการสื่อสารที่เห็นเป็นรูปธรรม คือ สารในสื่อ เนื้อหาที่เผยแพร่จะเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะและความสัมพันธ์ในกระบวนการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะผู้รับสารและผู้ส่งสาร

การเผยแพร่พระพุทธศาสนา

การเผยแพร่ศาสนาแต่เดิมที่เป็นการสื่อสารระดับบุคคล ซึ่งแบ่งได้เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารในกลุ่ม (Group Communication) และการพูดในที่สาธารณะ (Public Speaking) การสื่อสารระดับบุคคลนี้ปรากฏอยู่ทุกรูปแบบในทางเทศนาของพระพุทธเจ้าสู่พระสาวกและเวไนยสัตว์ การสั่งสอนพระธรรมของพระสาวกสู่ผู้คน การฟังธรรม คือ ปรีชาติและการนำธรรมะนั้นมาปฏิบัติจนเกิดผล คือ ปฏิเวธเป็นการปฏิบัติตามสิกขา 3 คือการศึกษาพระพุทธศาสนาตามลำดับขั้นเพื่อให้สัมฤทธิ์ผล เป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เกิดขึ้นภายในเฉพาะตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นกระบวนการที่บุคคลแต่ละคนสื่อสารได้ตอบกับตนเอง โดยระบบประสาทส่วนต่างๆ ได้ตอบกันภายใน ในทางพระพุทธศาสนา นั่นก็คือกระบวนการเรียนรู้ ชัดเกลากิเลสในใจตนและแสดงออกมาเป็นคุณธรรมในระดับขั้นต่างๆ ได้แก่ ทาน ศีล และภาวนา การสื่อสารทั้งสองแบบนี้เป็นการสื่อสารที่ได้ผลมากที่สุดในการศึกษาพระพุทธศาสนา

แต่ปัจจุบันด้วยสภาพการณ์ของสังคมดังที่กล่าวมาแล้ว ทำให้การเผยแพร่พระพุทธศาสนาต้องขยายตัวมาสู่สื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคม

การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อมวลชน

ปัจจุบันการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อมวลชนเป็นไปอย่างกว้างขวาง ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับวงการพระพุทธศาสนา มีคอลัมน์ธรรมะในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่างๆ การออกสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ของสถาบันศาสนา (มูลนิธิ มหาวิทยาลัยสงฆ์ เป็นต้น) ทั้งในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ นิตยสารและวารสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาโดยเฉพาะ ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการตั้งคลื่นเพื่อพระพุทธศาสนาทางช่อง เอเอ็ม 2 คลื่น และแทรกรายการธรรมะสั้นๆ ทั้งช่อง เอเอ็ม และ เอฟเอ็ม ด้านสื่อวิทยุโทรทัศน์นอกจากการบรรยายธรรมในวันธรรมสวนะ และมีรายการธรรมะในเช้าวันอาทิตย์ ช่วง 8.00 – 8.30 น. ตามนโยบายของรัฐบาลแล้ว แต่ละสถานีก็ผลิตรายการธรรมะเพื่อสนับสนุนการสร้างเสริมคุณธรรมขึ้นด้วย สื่อมวลชนลำดับล่าสุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เป็นสื่อของมวลชนอย่างแท้จริง เพราะคนจำนวนมากที่กำลังเพิ่มจำนวนขึ้นไปไม่

หยุดยั้ง สามารถใช้สื่อนี้สื่อสารและรับสารได้โดยไม่มีการควบคุมจากรัฐ หรือมีก็ทำได้ในขอบเขตจำกัด⁴ เป็นสื่อใหม่ที่มีการขยายตัวอย่างมาก ผู้สื่อสารเป็นเจ้าของสื่ออย่างแท้จริง สามารถสร้างรูปแบบการสื่อสารให้หลากหลายได้ด้วยระบบหลายสื่อ (Multimedia) มีเว็บไซต์ทางพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นมากมาย เป็นการเผยแพร่รูปแบบใหม่ที่น่าสนใจมาก

ความสำคัญการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อมวลชนอยู่ที่ผู้เผยแพร่ซึ่งมีสื่ออยู่ในมือสามารถปรับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ให้เข้ากับสื่อแต่ละประเภทและการรับสารของคนหมู่มาก ในยุคแห่งการบริโภคข่าวสารข้อมูล สื่อมวลชนเป็นสื่ออันทรงพลัง มีอิทธิพลต่อการรับรู้และความเชื่อของคนหมู่มาก ข้อมูลที่ผ่านสื่อมวลชนมานั้น ย่อมถูกยอมรับโดยปริยายว่าผ่านการกลั่นกรองมาแล้ว น่าจะมีความถูกต้อง แต่ในความเป็นจริง สื่อมวลชนนั้นถูกควบคุมโดยองค์กรเจ้าของสื่อ มีปัจจัยด้านความต้องการของตลาดเข้ามาจำกัดทิศทางและความเป็นไปได้ของการเผยแพร่ การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อมวลชน ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวโดยส่วนมาก ผู้เผยแพร่จึงควรมีฐานความรู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนาที่ถูกต้อง การพิจารณาเรื่องดังกล่าวจึงเน้นความสำคัญที่ตัวสื่อ ผู้เผยแพร่และเนื้อหาพระธรรมที่ผ่านสื่อเหล่านั้น

คุณสมบัติของผู้สื่อสารหรือผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนา

การเผยแพร่ศาสนาเป็นเรื่องละเอียดอ่อน เกี่ยวข้องกับจิตใจของผู้รับโดยตรง คุณสมบัติของผู้เผยแพร่ศาสนาตามพระไตรปิฎก ผู้ที่ควรแก่การเป็นผู้เผยแพร่ศาสนา มีอยู่ 3 จำพวกคือ

1. พระพุทธเจ้า
2. พระสาวกผู้บรรลุนิพพานเป็นพระอรหันต์ของพระพุทธเจ้า
3. พระสาวกที่แม้ยังไม่บรรลุนิพพาน แต่เป็นผู้ที่ศึกษามีศีลและวัตรปฏิบัติดี

...พระศาสดาแล ผู้แสวงหาคุณอันใหญ่ เป็นบุคคลที่ ๑ ในโลก พระสาวกผู้เกิดตามพระศาสดานั้นผู้มีตนอันอบรมแล้ว ต่อมาพระสาวกอื่นอีกแม้ยังศึกษาปฏิบัติอยู่ ได้สดับมามาก ประกอบด้วยศีลและวัตร บุคคล ๓ จำพวกเหล่านั้น เป็นผู้ประเสริฐสุดในเทวดาและมนุษย์ บุคคล ๓ จำพวกเหล่านั้นส่องแสงสว่าง แสดงธรรมอยู่ ย่อมเปิดประตูแห่งอมตนิพพาน ย่อมช่วยปลดเปลื้องชนเป็นอันมากจากโยคะชนทั้งหลายผู้ปฏิบัติตามอริยมรรคที่พระศาสดาผู้นำพวก ผู้ยอดเยี่ยมทรงแสดงดีแล้ว เป็นผู้ไม่ประมาทในศาสนาของพระสุคต ย่อมกระทำสิ่งที่สูงสุดแห่งทุกขในอภิปาณนี้ได้แท้⁵

ในปัจจุบันผู้เผยแพร่ มีเพียงผู้ที่ศึกษาและปฏิบัติตามพระพุทธเจ้าและพระอรหันตสาวกเท่านั้น ได้แก่ บริษัท 4 คือภิกษุ ภิกษุณี อุบาสก และอุบาสิกา ผู้เผยแพร่ในประเทศไทยที่เป็นที่ยอมรับ มี

⁴ สมควร กวียะ, สื่อมวลชนดลชีวิต, (กรุงเทพ : สำนักพิมพ์แก้วน้ำ, 2540), หน้า 205.

⁵ มหิดล, พระไตรปิฎกฉบับคอมพิวเตอร์, ขุททกนิกาย ขุททกปาฐะ ข้อ 263, กรุงเทพ

เพียงบริษัท 3 คือ ภิกษุ อุบาสก และอุบาสิกา คือ ผู้ส่งสาร (ซึ่งต่อไปจะใช้แทนด้วยคำว่า ผู้เผยแพร่) อันเป็นส่วนสำคัญที่กำหนดให้ทิศทางของการเผยแพร่พระพุทธศาสนา เนื่องจากเมื่อเนื้อหาพระธรรมนั้นจะต้องเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนไปยังคนหมู่มาก ผู้เผยแพร่ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในพระธรรมดี มากพอที่จะนำเนื้อความส่วนใดๆ ในพระพุทธศาสนากระจายออกไปได้อย่างถูกต้อง การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนนั้นจะมีผลกระทบต่อประชาชนจำนวนมาก ผลกระทบอาจเกิดขึ้นได้ทั้งด้านบวก และด้านลบ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคม ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ไม่เท่ากัน โดยส่วนมากมีความสนใจในศาสนาน้อยลง การที่จะทำให้เนื้อหาธรรมะเป็นที่น่าสนใจ และสามารถเข้าใจได้ง่ายในวงกว้าง จึงต้องมีการค้นหาแนวทางการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนที่ดี ทั้งนี้ ควรสร้างรูปแบบตามวิธีการเผยแพร่ของพระพุทธเจ้า คือ

1. สันทัสสนา แสดงเรื่องอะไรก็ตาม จะต้องพูดให้ชัดเจน จากง่ายไปหายาก จากตื้นไปหาลึก จากใกล้ไปหาไกล จากรูปธรรมไปสู่นามธรรม จากสิ่งที่เขารู้แล้วไปหาสิ่งที่เขายังไม่รู้ เป็นต้น
2. สมหาทปนา จะต้องมียุทธวิธีชวน ชักชวนให้เห็นคล้อยตาม จนมีการยอมรับนับถือศรัทธาในคำสอนนั้นๆ
3. สมุตเตชนา ปลุกเร้ากระตุ้นเตือนให้เกิดความสำนึก เกิดความกระตือรือร้น เกิดความเชื่อมั่นที่จะป้องกันความชั่ว ละความชั่ว ปฏิบัติความดีและรักษาความดีของตนไว้
4. สัมปหังสา ต้องให้ความรู้สึกเพลิดเพลินไม่เคร่งเครียด จิตใจก็โปร่งเบาสบาย เปี่ยมล้นด้วยความปิติ ความสุข ความสงบ⁶

คำสอนของพระพุทธศาสนา

พระไตรปิฎกคือคัมภีร์หรือตำราอันบันทึกคำสอนของพระพุทธศาสนาไว้ แบ่งเป็น 3 ปิฎก

คือ

1. พระวินัยปิฎก ว่าด้วยวินัยหรือศีลของพระภิกษุ ภิกษุณี
2. พระสุตตันตปิฎก ว่าด้วยพระธรรมเทศนาต่างๆ ไป
3. พระอภิธรรมปิฎก ว่าด้วยธรรมะล้วนๆ หรือธรรมะที่สำคัญ⁷

⁶ พระไตรปิฎก, ที่มณีกาย สีลขันธวรรค. อ้างถึงใน คุณ โทษณ์, พุทธศาสนากับสังคมและวัฒนธรรมไทย. (กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2545) หน้า 226.

⁷ สุชีพ ปุณฺณานุภาพ, พระไตรปิฎกสำหรับประชาชน. (กรุงเทพฯ : มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2539) หน้า

มีคำอธิบายพระไตรปิฎกอย่างย่อๆ โดยพระอรรถกถาจารย์ คือ ท่านผู้แต่งอรรถกถาคำอธิบายพระไตรปิฎก เพื่อเป็นแนวทางพิจารณา ดังนี้⁸

1. พระวินัยปิฎก เป็น อาณาเทศนา คือการแสดงธรรมะในลักษณะตั้งเป็นข้อบังคับโดยส่วนใหญ่
2. พระสุตตันตปิฎก เป็น โวหารเทศนา คือการแสดงธรรมยกย้ายสำนวนให้เหมาะสมแก่จริตอัธยาศัยของผู้ฟัง
3. พระอภิธรรมปิฎก เป็น ปรมัตถเทศนา คือการแสดงธรรมเจาะจงเฉพาะประโยชน์อย่างยิ่ง ซึ่งเป็นธรรมะชั้นสูง ไม่เกี่ยวข้องกับทอเรื่องหรือโวหาร

ว่าโดยรวมพระสังฆธรรมหรือคำสอนของพระพุทธเจ้าเป็นปริยัติที่ต้องศึกษาให้เข้าใจ แล้วจึงนำไปปฏิบัติเพื่อปลดเปลื้องทุกข์ในระดับต่างๆ การทำความดี ละความชั่วซึ่งเป็นเหตุแห่งทุกข์ ทำจิตใจให้บริสุทธิ์ในระดับต่างๆ ชั้นสูงสุดคือเข้าถึงความหลุดพ้น คือ พระนิพพาน อันเป็นแก่นของศาสนา หลักปฏิบัติกว้างๆ สำหรับฆราวาส คือ ทาน ศีล และ ภาวนา ส่วนสำหรับบรรพชิตคือ ศีล สมาธิ และปัญญา เนื้อความแห่งพระธรรมนี้เป็นหลักในการพิจารณาเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำมาเผยแพร่เพื่อประโยชน์ต่อคนในสังคม

งานวิจัยฉบับนี้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นศึกษารูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา ปริมาณที่แตกต่างกันไปตามสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้เห็นทิศทางของพระพุทธศาสนาในปัจจุบันผ่านสื่อมวลชน และเพื่อเป็นข้อมูลในปรับปรุงหรือพัฒนาการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางสื่อมวลชนให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นไป เป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชน เพื่อที่ว่าคนในสังคมจะให้ความสำคัญกับการศึกษาพระพุทธศาสนาเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง และสร้างเสริมคุณธรรมในสังคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

“พุทธพาณิชย์ : ผลกระทบจากการใช้สื่อสารมวลชนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อจำหน่ายพระเครื่องที่มีต่อทัศนคติและความเชื่อของพุทธศาสนิกชนในเรื่องสัญลักษณ์ของศาสนา” ชายน่า ภาววิมล วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2537

ศึกษาทัศนคติ ความเชื่อ และผลกระทบจากการใช้สื่อสารมวลชนในการโฆษณาเพื่อจำหน่ายพระเครื่องในเชิงพุทธพาณิชย์ ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม โดยออกแบบสำรวจความคิดเห็นจาก 3 กลุ่ม กลุ่มนักสะสมพระเครื่อง กลุ่มพุทธศาสนิกชนที่ไปวัดเสมอ และกลุ่มทั่วไป พบว่ากลุ่มมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ยอมรับการใช้สื่อสารมวลชนโฆษณาพระเครื่อง ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่ควรอนุญาตให้มีการโฆษณาเพื่อจำหน่ายอย่างเสรี ควรมีการควบคุม

⁸ สมันตปาสาทิกา อรรถกถาวินัยปิฎก ภาค 1 หน้า 21. อ้างถึงใน อ้างแล้ว หน้า 24.

“การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจ ในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร” อรณี ผ่องวรรณลักษณ์ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2538

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว การคาดหวังประโยชน์ โดยออกแบบสอบถามสำรวจประชากรแบบสุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน พบว่ามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์

“พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พวงทอง อังคาบ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2538

ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ โดยออกแบบสอบถามสำรวจประชากรแบบสุ่มตัวอย่าง พบว่าประชาชนให้ความสำคัญกับการรับชมรายการเผยแผ่พระพุทธศาสนา แต่เวลาออกอากาศไม่เหมาะสม คืออยู่ในช่วงเช้าเกินไป ไม่สะดวกแก่การติดตาม จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับชมน้อย และเห็นว่าควรให้มีรายการเพิ่มมากกว่านี้

“ทัศนคติของพระสงฆ์ในกรุงเทพมหานครต่อการเสนอข่าวสารทางพระพุทธศาสนาของสื่อมวลชน” สุทัศน์ โฉมทิพย์ระโท วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2539

ศึกษาทัศนคติของพระสงฆ์ในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับบทบาท อิทธิพล และความรับผิดชอบของสื่อมวลชน ในการเสนอข่าวสารทั่วไป และข่าวเชิงลบทางพระพุทธศาสนา โดยการเปรียบเทียบทัศนคติของพระสงฆ์ที่เปิดรับข่าวสารต่างกันระหว่างพระสงฆ์ที่มีอายุพรรษา การศึกษาทางโลก นักธรรม บาลีต่างกัน 250 รูป โดยออกแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็น พระสงฆ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทมากในการเสนอข่าวสารทั่วไปทางพระพุทธศาสนา แต่มีอิทธิพลและความรับผิดชอบปานกลางในการเสนอข่าวเชิงลบทางพระพุทธศาสนา

“การให้บริการสาธารณะเพื่อกิจกรรมทางศาสนาของสถานีวิทยุเอเอ็ม 999 กิโลเฮิร์ตซ์ และ เอเอ็ม 1422 กิโลเฮิร์ตซ์” พรรษา รอดอาดม วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2544

ศึกษาข้อดี ข้อด้อยของการบริการสาธารณะเพื่อกิจกรรมทางศาสนาของสถานีวิทยุเอเอ็ม 999 กิโลเฮิร์ตซ์ คลื่นวิทยุเพื่อศาสนิกชนอิสลามและ เอเอ็ม 1422 กิโลเฮิร์ตซ์ คลื่นวิทยุเพื่อพระพุทธศาสนา พบว่ารายการส่วนมากของทั้ง 2 สถานีเป็นรายการที่มีประโยชน์ ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้ฟัง ข้อด้อย อยู่ที่ปัญหาด้านเทคนิคที่มีผลทำให้รายการบางรายการกระจายเสียง

ได้ไม่ชัดเจน ใช้วิธีวิจัยโดยการเจาะกลุ่มสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางศาสนาของ
 สถาบันวิทยุดังกล่าว ตั้งแต่ผู้ก่อตั้ง ผู้ผลิตรายการ ไปจนถึงผู้ดำเนินรายการแต่ละรายการ

“ปรัชญาการสื่อสารในธรรมสารของพุทธทาสภิกขุ” ปุณยนุช ชูติมา วิทยานิพนธ์ปริญญา
 นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการแสดง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2544

เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาปารัฐภคาและธรรมบรรยายของพุทธทาสภิกขุที่ตีพิมพ์เผยแพร่
 ธารณะ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปรัชญาความคิดของพุทธทาสภิกขุและศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการ
 การสื่อสารของพุทธทาสภิกขุ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า พุทธทาสภิกขุเห็นว่าความจริงมี 2 ระดับ คือ
 ปรมัตถสัจจะ (ความจริงแท้) และสมมุติสัจจะ (ความจริงเชิงสมมติ) การสื่อสารในนัยของพุทธ
 ทาสภิกขุแบ่งได้เป็น (1) การสื่อสารในระดับมนุษย์กับธรรมชาติ และมนุษย์กับตนเอง ใช้ “ภาษา
 ธรรม” สื่อความหมายที่ใกล้กับปรมัตถสัจจะที่สุด เพื่อประเมินค่าดีหรือชั่วภายในตน (2) การสื่อ
 สารในระดับของมนุษย์กับเพื่อนมนุษย์ และมนุษย์กับสังคม ใช้ “ภาษาคน” สื่อความหมายในเชิง
 สมมุติสัจจะ เพื่อบรรลุเป้าหมายทางศีลธรรม คือ เพื่อสันติภาพในโลก