

รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึง

ประสงค์ : พัฒนาการและแนวโน้ม

A Model of Desirable Relationship between Mass Media and Buddhism
in the Globalizational Age : Development and Trend

นายพีรพร พงศ์พิพัฒน์พันธุ์^๑

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ ๑) เพื่อศึกษาสภาพรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนา ๒) เพื่อศึกษาพัฒนาการและแนวโน้มของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ และ ๓) เพื่อนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์นั้นสื่อมวลชนทั้งสองฝ่ายควรมีรูปแบบความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งและกัน สื่อมวลชนอาชีพและสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาต้องพัฒนาบุคลากรหรือองค์กรให้เข้ากับยุคสารสนเทศ (IT) ด้วยการมีโลกทัศน์ที่เปิดกว้างเพื่อรับนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ควรมีการปรับตัวเข้าหากันเพื่อทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและสร้างสรรค์ ควรศึกษาพระพุทธศาสนาจนเกิดความเข้าใจ ควรเปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลาย ควรสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนด้านพระพุทธศาสนาเพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาควรประพฤติตนอยู่ในพระธรรมวินัยเพื่อคงและเพิ่มศรัทธาจากมวลชน ส่วนสื่อมวลชนอาชีพที่ควรปฏิบัติตนอยู่ในจริยธรรมของสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด

คำสำคัญ : โลกาภิวัตน์, พระพุทธศาสนา, ประชาธิปไตย, สื่อสารมวลชน

^๑ นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



Abstract

This research is of 3 objectives, namely :- 1) to study the states of the forms of the relationship between the mass media and Buddhism. 2) to study the development and the trend of forms of the relationship between the mass media and Buddhism in the globalizational age. And 3) to propose a model of the desirable relationship between the mass media and Buddhism. From the research, it is found that two sides should rely on each other. Moreover, the two sides should have a vision that is open to innovations and changes that can happen all the time and two sides should adapt well to work together in a systematic and creative way. Both have to perceptively study Buddhism and should be open to different hearing and diverse opinions, furthermore the two sides should create the networks of media for Buddhism to work effectively. Buddhist media should practice themselves strictly in Dharmas and Vinayas for maintaining and increasing the people's faiths, the professional media should also take into account the effect of presenting information on Buddhism and behave in the strict ethics of the media.

Keywords ; Buddhism ; Democracy ; Mass Media; Globalization; dhamma propagated.



๑. บทนำ

กระบวนการสื่อสารมวลชนกับพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์กันมาเป็นระยะเวลานานนับแต่พระพุทธองค์ประกาศพระพุทธศาสนาหรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ทรงประกาศพรหมจรรย์^๒ โดยวัตถุประสงค์ ๒ ส่วน ส่วนแรกคือ เพื่อเผยแผ่พระศาสนาและส่วนที่สองคือ เพื่อสร้างความเข้าใจธรรมให้เกิดขึ้นโดยมีพระนิพพานเป็นเป้าหมายสูงสุดของการสื่อสารธรรมวินัย ผลพวงจากการสื่อสารของบุคคลในพระพุทธศาสนาดังกล่าวก่อให้เกิดกระบวนการสื่อสารมวลชนโดยอาศัยวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันตามที่สามารถทำได้ในสมัยพุทธกาล พระพุทธองค์เองเป็นผู้ทรงริเริ่มใช้วิธีการสื่อสารเพื่อนำพระธรรมวินัยเข้าถึงมวลชน โดยนัยนี้จึงเท่ากับพระศาสดาทรงเป็นนักการสื่อสารมวลชนพระองค์แรกในพระพุทธศาสนาที่ทำการสื่อสารอย่างได้ผลจนสามารถสถาปนาพระพุทธศาสนาลงในดินแดนชมพูทวีปอย่างมั่นคงได้

เมื่อเปรียบกับสมัยพุทธกาลและในช่วงของประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาที่ผ่านมา กับสถานการณ์ในปัจจุบัน ภาพรวมของการสื่อสารมวลชนของพระพุทธศาสนาได้เปลี่ยนไปอย่างมากตามวิวัฒนาการแห่งกระแสโลก เนื่องจากโลกยุคปัจจุบันมีความเป็นหนึ่งเดียวกันจากอิทธิพลความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร (information

technology) เรียกว่าโลกาภิวัตน์ (globalization) ส่งผลต่อวิธีการเผยแผ่พุทธศาสนธรรม ตัวอย่างเช่น การเผยแผ่พุทธธรรมของพระสงฆ์ แต่เดิมใช้วิธีการพูดโดยการเทศนา การพูดปากต่อปาก (มุขปาฐะ) หรือการสนทนาธรรม เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาก้าวหน้ามากขึ้น เช่น เกิดสื่อสิ่งตีพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต พระสงฆ์ก็ได้หันมาใช้บริการของสื่อเหล่านี้กันมากขึ้น จนเมื่อมีการผลิตซ้ำเป็นเวลาต่อเนื่องและนานเข้าทำให้การใช้วิธีการสื่อสารเหล่านี้ของพระสงฆ์กลายเป็นวัฒนธรรม (culture) และวิถีชาวบ้าน (folkway) คือ กลายเป็นกิจกรรมการเผยแผ่พระพุทธศาสนาตามปกติ กระทั่งวิธีการสื่อสารเหล่านี้กลายเป็นกิจกรรมจำเป็นสำหรับการเผยแผ่พระธรรมวินัยของพระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน

การพัฒนาเครื่องมือสื่อสารจากสมัยประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน เป็นเหตุให้เกิดอาชีพของบุคคลผู้ทำหน้าที่สื่อสารมวลชน โดยเฉพาะ เรียกว่าอาชีพสื่อมวลชน (media) ขึ้น เมื่อมีเหตุจากการที่ต้องสื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของบุคคลในพระพุทธศาสนาโดยเฉพาะพระสงฆ์ที่มีหน้าที่โดยตรงแล้ว ทำให้พระสงฆ์ต้องเข้าไปมีส่วนสัมพันธ์ (deal) กับอาชีพสื่อมวลชนเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในหลายแง่มุม ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในแง่ของการเข้าไปใช้บริการเครื่องมือสื่อสารของสื่อมวลชน เช่น เข้าไปใช้บริการหนังสือพิมพ์โดยการเขียนบทความเกี่ยวกับศาสนธรรมหรือเกี่ยวกับด้านอื่น ๆ ลงในหนังสือพิมพ์ เข้าไปใช้

^๒ วิ.ม.หา.(ไทย) ๑/๑/๒, วิ.ม.(ไทย) ๔/๓๒/๔๐, วิ.ม.(ไทย) ๔/๕๕/๖๖.



สถานีโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่หลักธรรมหรือกิจกรรมของวัด เป็นต้น พร้อมกับจุดเปลี่ยนที่สำคัญขององค์กรพระพุทธศาสนา อย่างเช่น วัดหรือองค์กรชาวพุทธอื่น คือ องค์กรและเครือข่ายชาวพุทธกลายเป็น สื่อมวลชนไปเสียเอง เห็นได้จากการจัดทำ หนังสือพิมพ์หรือวารสารของวัด การจัดตั้ง สถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นของวัดหรือเป็นของ องค์กรชาวพุทธเสียเอง^๓ เป็นต้น ซึ่งกระแส การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนับเป็นสิ่งที่ไม่เคย ปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์ พระพุทธศาสนา^๔ ขณะที่การเผยแพร่ พระพุทธศาสนาเป็นหน้าที่ของชาวพุทธก็จริง แต่หลักพุทธธรรมเองกลับมีวัตถุประสงค์เชิง โลกุตระ โดยเน้นไปที่ความสันโดษ ไม่ยึดติด และการปฏิบัติเพื่อความพ้นทุกข์ ซึ่งขัดแย้ง ต่อกระบวนการทำงานแบบอาชีพของ

สื่อมวลชนที่มีเป้าประสงค์เชิงพาณิชย์ การเข้าไปใช้ช่องทางสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่ อย่างเช่น โทรทัศน์มีค่าใช้จ่ายสูงมากและเสี่ยง ไม่ได้ที่ผู้รับผิดชอบรายการหรือสถานีจะต้อง ใช้วิธีการการทำธุรกิจแบบโลกย์ เช่น หาก ต้องการประสิทธิภาพของภาพหรือสัญญาณก็ ต้องมีการลงทุนด้านเทคนิคเพิ่ม หากต้องการ ผู้ชมในจำนวนมากก็ต้องได้ช่วงเวลาที่ดี (primetime) หรือต้องลงโฆษณารายการ^๕ ยังเรื่องประเด็นทรัพย์สินทางปัญญาหรือ ลิขสิทธิ์ที่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินจากการ นำเสนอเนื้อหาในสื่อประเภทต่างๆ ก็ได้รับการ ทยอยยกขึ้นมารวิพากษ์วิจารณ์กันในปัจจุบัน อย่างกว้างขวางอันเป็นผลสืบเนื่องจาก วัฒนธรรมทุนบริโภคนิยมที่ไหลบ่าจาก ต่างประเทศ^๖ ผู้ผลิตสื่อจึงต้องพยายามทำให้ การประกอบการมีผลกำไรจากธุรกิจสื่อที่มี การลงทุนไปก่อนแล้ว ซึ่งขัดแย้งกับเป้าหมาย ของพระพุทธศาสนาที่ต้องการให้ธรรมะเป็น ทาน มีความเมตตา เสียสละ เป็นต้น^๗

^๓ กำเนิดจากคริสต์ศาสนาใน สหรัฐอเมริกา เรียก megachurch โบสถ์ดังกล่าว มีสถานีโทรทัศน์เป็นของตนเอง ดูรายละเอียดใน พระไพศาล วิสาโล, **พุทธศาสนาไทยในอนาคต แนวโน้มและทางออกจากวิกฤต**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๕๒), หน้า ๑๘๙-๑๙๑, ปัจจุบันในประเทศไทยมี สถานีโทรทัศน์ขององค์กรพระพุทธศาสนาเกิดขึ้น จำนวนหลายสถานี โดยสถานีที่ถือว่าเป็นสถานี แรกที่มีองค์กรพระพุทธศาสนาเป็นเจ้าของอย่าง เป็นทางการ คือ สถานีโทรทัศน์ DMC ซึ่งย่อมาจาก Dhammakaya Media Channel ของวัด พระธรรมกาย อำเภอคลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี.

^๔ พีร พงศ์พิพัฒน์พันธุ์, “สื่อ ศาสนา”, **หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน**, (๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗) : ๒๐.

^๕ Poltrack, David, **Television marketing**, (New York : McGraw-Hill, 1983), pp. 1, 4-5.

^๖ เช่น โทรทัศน์ดิจิทัลใน สหรัฐอเมริกา ถูกผู้ผลิตภาพยนตร์มองว่าเป็น สาเหตุของการละเมิดลิขสิทธิ์มากขึ้น เนื่องจากมีการผลิตซ้ำได้ง่ายและเหมือนต้นฉบับ, Hanson E. Ralph, **Mass communication : Living in a media world**, (New York : McGraw-Hill, 2005), pp. 242-243.

^๗ กาญจนา แก้วเทพ, **ศาสตร์แห่ง สื่อและวัฒนธรรมศึกษา**, (กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, ๒๕๔๔), หน้า ๓๖๒.



พฤติกรรมที่เชื่อมโยงกับธุรกิจสื่อสารมวลชนของบุคคลในพระพุทธศาสนาดังกล่าว ทำให้บุคคลในพระศาสนาถูกวิจารณ์ว่ากำลังทำธุรกิจเผยแพร่ธรรมะ^๘

น่าสนใจว่าพระพุทธศาสนาได้ปรับตัวต่อเรื่องนี้อย่างไรทั้งในแง่ของทักษะของผู้ทำหน้าที่สื่อสาร ได้แก่ พระสงฆ์และศาสนิกชาวพุทธทั้งหลายทั้งในแง่ของการใช้บริการสื่อมวลชนอาชีพ การใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนและการถือครองกิจการสื่อสารมวลชนเป็นของตนเอง ซึ่งทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า พระพุทธศาสนาได้รับผลกระทบจากกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของโลก

๒. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒.๑ เพื่อศึกษาสภาพรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนา

๒.๒ เพื่อศึกษาพัฒนาการและแนวโน้มของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์

๒.๓ เพื่อนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์

๓. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษาค้นคว้าเนื้อหาจากคัมภีร์

พระพุทธศาสนา หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ และการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussion) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ได้แก่ ๑) ศึกษาสภาพรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนา ในส่วนนี้ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากตำรา หนังสือ เอกสาร วิทยานิพนธ์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๒) ศึกษาพัฒนาการและแนวโน้มของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ ในส่วนนี้ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากพระไตรปิฎก หนังสือ ตำรา งานวิจัย เอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจัดแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม กลุ่มแรก คือ บุคคลที่ทำงานและเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนทั้ง ๔ แขนง จำนวน ๑๐ คน กลุ่มที่สอง คือนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจำนวน ๑๕ คน และสนทนากลุ่มย่อย โดยมุ่งไปที่สื่อ ๔ แขนง ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต และ ๓) ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์ ผู้วิจัยบูรณาการองค์ความรู้ที่ได้จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ ๑ และ ๒ รวมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อยกับบุคคลที่ทำงานและเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ๔ แขนง รวมถึงนักวิชาการด้านสื่อมวลชนเข้าด้วยกัน หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์

^๘ อ่างแล้ว.



๔. ผลการวิจัย

๔.๑ สภาวะรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนา

สื่อมวลชนทั่วไปหรือสื่อมวลชนอาชีพกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาที่หมายถึงพุทธบริษัท ๔ โดยเฉพาะพระสงฆ์ที่เป็นหนึ่งพุทธบริษัททั้ง ๔ นั้นมีความสัมพันธ์ต่อกันมาอย่างยาวนาน ในสมัยพุทธกาล พระพุทธองค์และพระสงฆ์สาวกเป็นสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากลุ่มแรกที่จะออกเผยแผ่พระธรรมวินัยหรือที่เรียกว่าการประกาศพรหมจรรย์เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจหลักพุทธธรรมที่มีเป้าหมายสูงสุดคือการทำให้พ้นจากความทุกข์ (พระนิพพาน)

แม้ว่าการสื่อสารพระธรรมวินัยของพระสงฆ์สาวกกับมวลชนดังกล่าวจะมีจุดหมายสูงสุดคือพระนิพพานซึ่งเป็นโลกุตระธรรมก็ตาม หากแต่พระธรรมวินัยยังสามารถนำไปใช้กับการครองชีวิตที่ยังข้องอยู่ในโลกียธรรมได้ด้วย เพราะพระธรรมวินัยที่พระพุทธองค์และบรรดาพระสาวกสื่อสารออกไปสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดีไม่ว่าบุคคลนั้นจะอยู่ในสถานะใดก็ตาม ซึ่งสำหรับบทบาทของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาแล้วจะเห็นได้ว่า นอกเหนือไปจากพระสงฆ์ซึ่งรวมภิกษุณีอยู่ในนั้นด้วยแล้ว ทั้งอุบาสกและอุบาสิกาต่างก็ร่วมทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาด้วยการเผยแผ่พระธรรมคำสอนของพระพุทธองค์เช่นกัน และเพราะมีสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาจึงเป็นให้พระธรรมวินัยใน

พระพุทธศาสนาตกทอดมาถึงปัจจุบันซึ่งเป็นยุคโลกาภิวัตน์

ส่วนสื่อมวลชนอาชีพที่เกิดขึ้นหลังจากการเกิดขึ้นของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนานั้น เป็นสื่อมวลชนที่ไม่ได้มีหน้าที่เพื่อการเผยแผ่ศาสนา หากแต่มีหน้าที่การเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปยังมวลชนหรือคนจำนวนมาก สื่อมวลชนอาชีพอาศัยหลักการเชิงจารีตและอุดมคติในการทำหน้าที่สื่อจากประเทศตะวันตก เช่น หลักในการแสวงหาความจริง หลักเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หลักประชาธิปไตย เป็นต้น ขณะเดียวกันสื่อมวลชนอาชีพซึ่งเจริญเติบโตอย่างมากในยุคข้อมูลข่าวสาร (IT) ยังมีลักษณะเด่นคือถูกขับเคลื่อนด้วยทุนหรือดำรงอยู่ในลักษณะของความเป็นบุคคลและองค์กรด้านธุรกิจ

การที่พระพุทธศาสนาซึ่งก็คือบุคคลที่เป็นพุทธบริษัททั้งหลายเข้าไปมีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนอาชีพนั้น มีสาเหตุหลักคือการเผยแผ่พระธรรมวินัยในพระพุทธศาสนาออกไปยังมวลชนได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น สื่อมวลชนอาชีพ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น มีเครื่องมือสารที่สามารถสื่อสารกับมวลชนได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการศึกษาพบว่าสภาพรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนอาชีพกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาเป็นไปทั้งในแง่ของการเกื้อกูลพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันและเป็นไปในแง่ขัดแย้งซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ เมื่อมองจากบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาจะเห็นรูปแบบความสัมพันธ์ ๒ ส่วน ส่วนแรก



ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาด้วยกันเองและส่วนที่สองได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับสื่อมวลชนอาชีพ ซึ่งในความสัมพันธ์ทั้ง ๒ ด้านนี้มีรูปแบบของทั้งการเกื้อกูลและขัดแย้งซึ่งกันและกันอยู่ร่วมกัน ตัวอย่างของความสัมพันธ์เชิงการเกื้อกูลซึ่งกันและกันของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาด้วยกัน ได้แก่ สื่อมวลชนบุคคลในพระพุทธศาสนาช่วยเหลือด้านการสื่อสารมวลชนซึ่งกันและกัน เช่น พระสงฆ์ของวัด ก. แจ้งกำหนดการกรฐินผ่านทางสถานีวิทยุของวัด ข. เพื่อให้วัด ข. ประชาสัมพันธ์ให้ เป็นต้น สื่อมวลชนบุคคลในพระพุทธศาสนาใช้บริการขององค์กรสื่อมวลชนชาวพุทธ เช่น พระสงฆ์เทศนาทางสถานีโทรทัศน์เพื่อพระพุทธศาสนา เป็นต้น ความสัมพันธ์เชิงขัดแย้งซึ่งกันและกันของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา เช่น อุดมการณ์และการตีความพระธรรมวินัยของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาไม่ตรงกัน ความเห็นเรื่องโครงสร้างเชิงอำนาจองค์กรชาวพุทธของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาไม่ตรงกัน เป็นต้น ขณะที่รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับสื่อมวลชนอาชีพในส่วนของ การเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เช่น สื่อมวลชนบุคคลในพระพุทธศาสนาใช้บริการบุคคลที่เป็นสื่อมวลชนอาชีพ องค์กรสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาใช้บริการองค์กรสื่อมวลชนอาชีพ เป็นต้น และรูปแบบความสัมพันธ์เชิงขัดแย้งของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับสื่อมวลชนอาชีพ เช่น อุดมการณ์สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามุ่งโลกุตระแต่สื่อมวลชนอาชีพมุ่งโลกียะ

สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามีภาพลักษณ์การไม่หวังผลเชิงรายได้แต่สื่อมวลชนอาชีพส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์หวังผลเชิงรายได้ สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาเน้นการนำเสนอด้วยลักษณะที่เป็นธรรมชาติแต่สื่อมวลชนอาชีพเน้นการตกแต่งเพื่อให้ข้อความ ภาพ และเสียงออกมาดูดี เป็นต้น

๔.๒ พัฒนาการและแนวโน้มของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์

ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์เป็น พัฒนาการในแง่วิธีการสื่อสารมวลชนทั้งในส่วนของวิธีการพูดซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารดั้งเดิมที่มีมาในครั้งพุทธกาลและใช้มาจนถึงปัจจุบัน โดยพัฒนาการสำคัญของวิธีการพูดในปัจจุบัน คือ การพูดผ่านสื่อสาธารณะ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อภาพยนตร์ เป็นต้น ในส่วนของวิธีการเขียนซึ่งไม่เป็นที่นิยมในสมัยพุทธกาลแต่ต่อมารการเขียนก็มีอิทธิพลมากขึ้นมาจนถึงปัจจุบัน ในส่วนของการพัฒนาสู่ระบบสื่อสารแบบออนไลน์ที่ไร้ข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่และเวลาซึ่งเป็นที่นิยมกันในยุคโลกาภิวัตน์ วิธีการสื่อสารแบบออนไลน์เป็นการหลอมรวมวิธีการสื่อสารมวลชนหลายแบบลงในที่เดียวกัน คือมีทั้งการพูด การพิมพ์ การแสดงออกและสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นอวัจนภาษารวมอยู่ในวิธีการสื่อสารเดี่ยวนอกจากนี้พัฒนาการของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ยังมีในส่วน



ของการพัฒนาการสู่สื่อสิ่งตีพิมพ์ และในส่วนของการพัฒนาการสู่การใช้สื่อซีดี-รอมซึ่งเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างหนึ่ง

ทั้งนี้บุคคลในพระพุทธศาสนาได้พัฒนาวิธีการสื่อสารมวลชนมาตลอดนับแต่พุทธกาลเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน จากการใช้วิธีการพูดเป็นหลัก มาเป็นการใช้เครื่องมือสื่อสารสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ สื่อกับคนจำนวนมากในคราวเดียว สื่ออย่างรวดเร็วและสื่ออย่างไร้เงื่อนไขหรือข้อจำกัดด้านเวลา ขณะเดียวกันในแง่ของการพัฒนาการด้านปรากฏการณ์ของพระพุทธศาสนาพบว่า สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามีความรู้นอกเหนือไปจากความรู้เกี่ยวกับพระพุทธศาสนามากขึ้นโดยเฉพาะพระสงฆ์ที่ได้หันมาศึกษาเรื่องทางโลกและทำให้พระสงฆ์มีความรู้ทางโลกมากขึ้น ทำให้โลกของบรรพชิตกับโลกของฆราวาสมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น นอกเหนือไปจากการที่ยังพบว่าในยุคโลกาภิวัตน์นั้น สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามีความรู้ในเรื่องการสื่อสารและการผลิตสื่อมากขึ้น แต่ในการผลิตสื่อดังกล่าวก็ทำให้สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามีต้นทุนในการผลิต รวมถึงการที่สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาที่เป็นฆราวาสเริ่มมีบทบาทมากขึ้นจากแต่เดิมที่บทบาทหลักอยู่ที่พระสงฆ์

ในอีกแง่หนึ่งพัฒนาการของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาเริ่มจากการพึ่งตนเองในการสื่อสารพระธรรมวินัยกับมวลชนของบุคคลในพระพุทธศาสนาทั้งหลายซึ่งก็คือพระพุทธรูป พุทธบริษัท ๔ และองค์กรพระพุทธศาสนา และในสมัยต่อมาเมื่อมีสื่อมวลชนอาชีพเกิดขึ้น สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาก็เข้าไปใช้

บริการของสื่อมวลชนอาชีพ จนสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาพัฒนาไปสู่การเป็นสื่อมวลชนที่มีสภาพใกล้เคียงกับสื่อมวลชนอาชีพและเป็นสื่อมวลชนที่มีเครื่องมือสื่อสารมวลชนเป็นของตนเอง เช่น มีสถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์เป็นของตนเอง เป็นต้น

สำหรับพัฒนาการของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนอาชีพ ๔ แขนงในยุคโลกาภิวัตน์ที่ผู้วิจัยศึกษา ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์นั้นพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์กับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามี ๒ รูปแบบ คือ สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาใช้บริการสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาผลิตหนังสือพิมพ์เอง รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อวิทยุกับพระพุทธศาสนามี ๒ รูปแบบ คือ สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาใช้บริการสื่อวิทยุกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาเป็นผู้ผลิตสื่อวิทยุเอง ส่วนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์กับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามี ๒ รูปแบบความสัมพันธ์ คือ สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาใช้บริการสื่อโทรทัศน์ และสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาผลิตสื่อโทรทัศน์เอง เช่นเดียวกันกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาที่มี ๒ รูปแบบ คือ สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาใช้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาผลิตสื่ออินเทอร์เน็ตเอง โดยในส่วนของการเข้าไปใช้บริการสื่อมวลชนอาชีพของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาและการผลิตสื่อเองของ



สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคล องค์กรและเครื่องมือสื่อสารมวลชนของทั้งสองฝ่ายอยู่ในลักษณะที่ต้องประสานหรือร่วมมือกัน โดยเฉพาะการช่วยเหลือสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาของสื่อมวลชนอาชีพที่มีความก้าวหน้าทั้งในด้านรูปแบบการทำงาน ความรู้ และเทคโนโลยี

ส่วนแนวโน้มของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์นั้น รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับสื่อหนังสือสิ่งพิมพ์จะเป็นไปในแง่ความห่างเหินมากกว่าความสัมพันธ์เชิงกระชับ กล่าวคือสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาจะใช้บริการสื่อหนังสือพิมพ์และผลิตสื่อหนังสือพิมพ์เองน้อยลงกว่าเดิม โดยช่องทางในการสื่อสารกับมวลชนของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาจะถูกทดแทนด้วยสื่อแขนงอื่น เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น ขณะเดียวกันสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์จะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันมากขึ้น เข้าใจสถานะและบทบาทของกันและกันมากขึ้น เพราะความแคบและฉับไวของของระบบการสื่อสารสมัยใหม่ แต่ความสัมพันธ์เชิงขัดแย้งระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์อาชีพกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาจะปรากฏอยู่ต่อไปท่ามกลางความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร ความหลากหลายของชาวพุทธและกระแสประชาธิปไตย สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาส่วนใหญ่ยังปรับตัวตามกระแสโลกได้ช้าและรับวัฒนธรรมการเสนอข้อมูลข่าวสารเชิงลบ

และวัฒนธรรมการวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อหนังสือพิมพ์ไม่ได้

สำหรับแนวโน้มรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับสื่อวิทยุ นั้น สื่อวิทยุจะยังไม่หายไปจากความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาแม้ดูเหมือนว่าบทบาทของวิทยุต่อการสื่อสารกับมวลชนในพระพุทธศาสนาน้อยลงก็ตาม เพียงแต่รูปแบบของความสัมพันธ์จะเปลี่ยนไปในแง่ที่สื่อวิทยุจะสื่อสารกับชาวพุทธในลักษณะผู้ฟังเฉพาะกลุ่มมากขึ้นโดยเฉพาะวิทยุชุมชนที่มีรัศมีการส่งสัญญาณไม่ไกลนัก ขณะที่รายการด้านพระพุทธศาสนาที่น่าเสนอและแทรกอยู่ในสื่อวิทยุทั่วไปจะลดลง เพราะสื่อวิทยุถูกทดแทนด้วยสื่ออื่นที่มีอิทธิพลเหนือกว่า เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ในด้านแนวโน้มรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับสื่อโทรทัศน์ จะเป็นไปในลักษณะของความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดมากขึ้น เพราะสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทั่วถึงมากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อแขนงอื่น ปัจจุบันสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาใช้บริการสื่อโทรทัศน์ และมีสถานีโทรทัศน์เพื่อพระพุทธศาสนาเป็นของตนเองจำนวนมาก ทำให้ถูกมองว่าสถานีโทรทัศน์เพื่อพระพุทธศาสนามีมากเกินความจำเป็น ในขณะที่มีการแข่งขันทั้งรายการของสถานีโทรทัศน์ทั่วไปและสถานีโทรทัศน์เพื่อพระพุทธศาสนาด้วยกันเองมีสูง จนบางสถานีต้องล้มเลิกกิจการไปเพราะประสบปัญหาการเงิน สถานการณ์ดังกล่าวจะยังคงเป็นปัญหาของสื่อมวลชนผู้ทำสื่อโทรทัศน์ทั้ง



สื่อมวลชนอาชีพ และสื่อมวลชนใน พระพุทธศาสนาต่อไป

แนวโน้มนั้นของรูปแบบ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนใน พระพุทธศาสนากับสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น แม้การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจะสะท้อนถึงการมีเสรีภาพ แต่ก็ยังเป็นเสรีภาพภายใต้กรอบกติกาของผู้ควบคุมองค์กรอินเทอร์เน็ตข้ามชาติ เสรีภาพของสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาจึงพลอยอยู่ภายใต้กติกาของบริษัทสื่อออนไลน์ข้ามชาติไปด้วย และในอนาคตสถานการณ์ของความสัมพันธ์ก็จะเป็นเช่นนี้ จึงเป็น ความสัมพันธ์แบบย้อนแย้งระหว่างการมี เสรีภาพและการถูกจำกัดเสรีภาพ นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ยังทำให้ทัศนคติของสื่อมวลชน ในพระพุทธศาสนาแคบลง สื่อมวลชน ออนไลน์ไม่ได้ศึกษาแนวความคิดด้านศาสนาที่ หลากหลากหลาย จะศึกษาหรือสนใจแต่ เฉพาะสำนักที่ตนเองศรัทธา อยู่ในกลุ่มที่ตน ศรัทธาและมีความคิดเดียวกัน ไม่มีการ แสวงหาความรู้ใหม่บนหน้าจอกอมพิวเตอร์ ปรากฏการณ์นี้บั่นทอนอำนาจในการสื่อสาร กับมวลชนขององค์กรพระพุทธศาสนากระแส หลักลงไปอย่างมาก พระพุทธศาสนากระแส หลักไม่อาจตอบสนองความต้องการของ มวลชนชาวพุทธอีกต่อไป ทำให้ พระพุทธศาสนากระแสหลักหรือพุทธแบบรัฐ กลายเป็นพระพุทธศาสนาอีกแนวหนึ่งที่ไม่ใช่ กระแสหลักอีกต่อไป เกิดการตีความ พระพุทธศาสนาที่หลากหลายไร้ขีดจำกัด ขณะเดียวกันสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนากับ สื่ออินเทอร์เน็ตจะมีการตรวจสอบซึ่งกันและ กันมากขึ้นโดยผ่านสื่อออนไลน์ แม้แต่พระสงฆ์

ชั้นผู้น้อยก็สามารถแสดงความเห็นวิพากษ์ องค์กรมหาเถรสมาคมหรือพระเถระผู้ใหญ่ได้

ขณะเดียวกันผู้คนในยุคโลกาภิวัตน์เลือกศรัทธาพระพุทธศาสนาตามรสนิยม และความต้องการของแต่ละคนท่ามกลาง เงื่อนไขด้านเศรษฐกิจและสังคมที่แวดล้อมตน อยู่ทุกวัน สื่อมวลชนอาชีพเป็นส่วนหนึ่งของ ตัวการสร้าง ขับเคลื่อนและควบคุมภาวะ แวดล้อมนั้น การไปวัดจึงไม่ใช่สิ่งที่จำเป็น เสมอไปสำหรับคนสมัยใหม่และส่วนหนึ่งเป็น เพราะสื่อสารมวลชนได้เข้ามาทำทดแทนตรง จุดนี้ ทั้งบทบาทของสื่อมวลชนอาชีพเองยัง เปรียบเหมือนการที่สังคมได้เข้าไปมีบทบาทใน การควบคุมความเป็นไปในด้านต่างๆ ของ คณะสงฆ์ซึ่งเป็นสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา โดยทางอ้อม ขณะที่ลักษณะการแยกขาดชีวิต การทำงานกับชีวิตยามว่างของคนสมัยปัจจุบัน ทำให้คนในปัจจุบันมีแนวโน้มไม่สนใจศาสนาที่ เคร่งเครียดแบบวิชาการ แต่จะสนใจศาสนาใน แง่ของธรรมะบันเทิงมากกว่า เช่น การ นำเสนอธรรมะแบบง่ายของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี หรือการเทศน์แบบขำขันของพระ มหาสมปอง ตาลปุตโต เป็นต้น

๔.๓ รูปแบบความสัมพันธ์ ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุค โลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์

รูปแบบความสัมพันธ์ที่พึง ประสงค์จากด้านสื่อมวลชนอาชีพ



ประกอบด้วย^๙

๑) สื่อมวลชนอาชีพควรเคารพความแตกต่างและหลากหลายของมวลชนผู้รับสาร รวมถึงมีขันติธรรม (tolerance) อดกลั้นต่อศรัทธาและความเชื่อที่แตกต่างของพุทธศาสนิกชน รวมถึงอดทนต่อการวิพากษ์วิจารณ์ต่อทั้งเนื้อหาและตัวสื่อมวลชนผู้นำเสนอ

๒) สื่อมวลชนอาชีพควรใช้อุดมคติในการแสวงหาความจริงสื่อมวลชนอย่างเหมาะสม คำนึงถึงผลกระทบของมวลชนที่เป็นพุทธศาสนิกชนผู้รับสาร

๓) สื่อมวลชนอาชีพควรประพฤติและยึดมั่นอยู่ในจริยธรรมของสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด

๔) สื่อมวลชนอาชีพควรศึกษาพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่นๆ ให้เข้าใจเพื่อนำเสนอ อธิบาย วิเคราะห์ วิจัยข้อมูลข่าวสารด้านศาสนาของศาสนาต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง

๕) สื่อมวลชนอาชีพควรเสนอเนื้อหาโดยคำนึงถึงหลักการและเป้าหมายของพระพุทธศาสนาเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจกับมวลชนที่เป็นศาสนิกชนผู้รับสาร

^๙ พระมหาบุญเกิด กตเวที, พระมหาไพโรวัลย์ วรณโณ, รองศาสตราจารย์ บำรุงสุขพรรณ, อธิการิต แสงสุข และแสน ชฎารัมย์, “รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพระพุทธศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์ที่พึงประสงค์ : พัฒนาการและแนวโน้ม”, สทนทากลุ่มย่อย, ห้อง ๒๐๕ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัย วัดมหาธาตุฯ ท่าพระจันทร์, ๕ กรกฎาคม ๒๕๕๘.

๖) สื่อมวลชนอาชีพควรสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนสายงานด้านพระพุทธศาสนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ ด้านพระพุทธศาสนาซึ่งกันและกัน ซึ่งจะส่งผลถึงการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านพระพุทธศาสนาที่ถูกต้องและเหมาะสมไม่สร้างความขัดแย้งและความเกลียดชังให้เกิดขึ้นในสังคม

รูปแบบความสัมพันธ์ที่พึงประสงค์จากด้านสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย^{๑๐}

๑) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาควรเคารพความคิดเห็นและเคารพศรัทธาที่แตกต่างกันของศาสนิก อดทนฟังการวิจารณ์จากสื่อมวลชนอาชีพและมวลชนทั่วไป

๒) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาควรปฏิบัติอยู่ในพระธรรมวินัยให้เหมาะสมกับสมณรูปเพื่อหลีกเลี่ยงต่อการถูกวิจารณ์จากสื่อมวลชนอาชีพและมวลชนทั่วไป รวมถึงเพื่อให้เป็นที่น่าเคารพศรัทธาของสื่อมวลชนอาชีพและมวลชนทั่วไป

๓) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาควรเป็นเจ้าของสื่อและบริหารสื่ออย่างสื่อมวลชนอาชีพ โดยมีเรื่องที่ควรคำนึงคือความรู้ การบริหารจัดการ ทุนและเทคโนโลยี

๔) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาควรจัดตั้งหน่วยงานงานด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารให้เป็นระบบ เพื่อใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ในแง่ของการประชาสัมพันธ์ (public relation) อย่างมีอาชีพ ทั้งในส่วน

^{๑๐} อ่างแล้ว.



ของการเผยแผ่พระธรรมวินัยและกิจกรรมของ
องค์กรพระพุทธศาสนา

๕) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา
ควรศึกษาทำความเข้าใจอุดมคติ วิธีคิดและ
วิธีการทำงานของสื่อมวลชนอาชีพเพื่อที่จะได้
มีปฏิสัมพันธ์อย่างถูกต้องและเกื้อกูลซึ่งกัน
และกัน

๖) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา
ควรปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบการสื่อสาร
กับมวลชนในเชิงรุกให้เป็นที่สนใจของ
สื่อมวลชนอาชีพและสื่อมวลชนทั่วไป

๗) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา
ควรศึกษาพระพุทธศาสนาและแสวงหาความรู้
ศาสตร์อื่นตลอดเวลา เป็นผู้ที่ทันต่อ
สถานการณ์โลกและเข้าชีวิตทางโลก
(ฆราวาส) มิใช่รู้แค่ชีวิตทางธรรม (บรรพชิต)
เพียงอย่างเดียว เพื่อสามารถอธิบายกับ
สื่อมวลชนอาชีพและมวลชนทั่วไปได้อย่าง
ถูกต้อง ไม่ให้หลุดไปจากกระแสของมวลชนใน
ยุคโลกาภิวัตน์

๘) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา
ควรเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับหลักการและ
เป้าหมายของพระพุทธศาสนา

๙) สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา
ควรเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแสดงความ
คิดเห็น ด้วยการกล้าแสดงออกซึ่งความคิดเห็น
ในด้านธรรมและด้านโลกมากยิ่งขึ้น เพื่อให้
เหมาะสมกับวัฒนธรรมของสื่อมวลชนอาชีพ

๑๐) สื่อมวลชนใน
พระพุทธศาสนาควรสร้างเครือข่ายสื่อมวลชน
ในพระพุทธศาสนา เพื่อทำงานร่วมกันอย่าง
เป็นระบบโดยเฉพาะการสื่อสารระหว่าง
สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาด้วยกันเองและมึ
การสื่อสารกับสื่อมวลชนอาชีพเพื่อให้เกิดการ

ขับเคลื่อนด้านการสื่อสารเกี่ยวกับ
พระพุทธศาสนาอย่างเป็นระบบ ตลอดถึง
สร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลและระหว่าง
องค์กรเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูล
ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ต่อกัน รวมถึง
กำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อสร้างความสัมพันธ์
กับสื่อมวลชนอาชีพให้อยู่ในมาตรฐานและ
ลักษณะเดียวกัน

๕. บทสรุป

สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนา
ควรสร้างความสัมพันธ์พึงประสงค์หรือปรับตัว
ให้เป็นไปตามกระแสโลกาภิวัตน์และให้เป็นไป
ตามลักษณะและวิธีการทำงานของสื่อมวลชน
อาชีพ เพราะสื่อมวลชนอาชีพมีลักษณะการ
ปรับตัวให้เข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ได้มาก
และเร็วกว่าสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาที่ถือ
เป็นสื่อมวลชนเฉพาะด้านมากกว่า กล่าวคือ
สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนามีหน้าที่ในการ
เสนอข้อมูลข่าวสารด้านพระพุทธศาสนาเป็น
หลัก ขณะที่สื่อมวลชนอาชีพมีหน้าที่เสนอ
ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ข้อมูลข่าวสารด้าน
พระพุทธศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของการเสนอ
ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายหลายของ
สื่อมวลชนอาชีพ นอกจากนี้สื่อมวลชนอาชีพ
ไม่มีหน้าที่ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา
กล่าวคือวางตัวเป็นกลางในประเด็นเกี่ยวกับ
ศาสนาและความเชื่อ ขณะที่สื่อมวลชนใน
พระพุทธศาสนามีอุดมการณ์และเป้าหมายใน
การเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยตรงและชัดเจน
อย่างไรก็ตามการที่จะทำให้การเผยแผ่พระ
ธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ถูกเผยแผ่
ออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น



สื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาควรใช้รูปแบบความสัมพันธ์ที่พึงประสงค์ ๑๐ รูปแบบที่กล่าวถึงข้างต้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนอาชีพ ขณะเดียวกันสื่อมวลชนอาชีพเองควรใช้ ๖ รูปแบบพึงประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนในพระพุทธศาสนาเพื่อให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านพระพุทธศาสนาเป็นไปอย่างถูกต้องชอบธรรมตามหน้าที่ของสื่อมวลชน ซึ่ง

จะช่วยให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านพระพุทธศาสนาได้สะดวกมากขึ้น รวมถึงไม่สร้างความขัดแย้งแตกแยกและความเกลียดชังแบ่งแยกด้วยเหตุแห่งศาสนาให้เกิดขึ้นในสังคม



บรรณานุกรม

- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย . **พระไตรปิฎกภาษาไทย** ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙
- กาญจนา แก้วเทพ. **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : เติสันเพรสโปรดักส์, ๒๕๔๔.
- จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ. “สื่อสารมวลชนกับความมั่นคงแห่งพระพุทธศาสนา”. รายงานวิจัย, สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๘.
- พระไพศาล วิสาโล. **พุทธศาสนาไทยในอนาคต แนวโน้มและทางออกจากวิกฤต**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกลดคีมทอง, ๒๕๕๒.
- พีร์ พงศ์พิพัฒน์พันธุ์. “สื่อศาสนา”, **หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวัน**. (๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗) : ๒๐.
- David Poltrack . **Television marketing**, New York : McGraw-Hill, 1983.
- Hanson E. Ralph. **Mass communication : Living in a media world**. New York : McGraw-Hill, 2005.

