

ผี พุทธ พราหมณ์ และ สื่อ

กาญจนา แก้วเทพ

พิมพ์ครั้งที่ 2/2549

Update 9 มีนาคม 2549



ภาพประกอบจาก www.bangkoktourist.com

ตีพิมพ์ใน โลกของสื่อ ลำดับที่ 3 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542

--- นำมาจากหนังสือชุดความรู้ “โลกของสื่อ” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ---

ผี พุทธ พราหมณ์ และสื่อ

กาญจนา แก้วเทพ

เป้าหมายของบทความนี้ตั้งใจที่จะสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างระบบความเชื่อ 3 ระบบในสังคมไทย คือ “ผี พุทธ พราหมณ์” กับสถาบันสังคมน้องใหม่แต่มาแรง คือ “สื่อมวลชน” ที่ปรากฏในโลกวิชาการ อันอาจเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของภาพสะท้อนของความสัมพันธ์ดังกล่าวในโลกแห่งความเป็นจริงในอีกด้านหนึ่ง หากขยายกรอบทัศน์ในการพิจารณาให้กว้างขวางออกไป โดยมองว่า ระบบความเชื่อทั้ง 3 ระบบนั้นเป็น “วัฒนธรรมเก่าที่มีอยู่ของไทย” ในขณะที่ “สื่อมวลชน” นั้นเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่สังคมไทยนำเข้ามาจากภายนอก เช่นนี้แล้ว การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 แนวคิดนี้ก็คือตัวอย่างรูปธรรมอย่างหนึ่งของการพบกันระหว่างสองวัฒนธรรมทั้งของเก่าและของใหม่ และอาจจะให้ข้อสรุปบางประการในเรื่องของการผสมผสานทางวัฒนธรรมของสังคมไทย

ก่อนหน้าที่จะเจาะตรงเข้ามาที่หัวข้อเรื่อง ผู้เขียนจะขอเสนอข้อสังเกตสั้น ๆ เกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง “ระบบความเชื่อ/ศาสนากับสื่อมวลชน” ที่มีโลกวิชาการตะวันตก ทั้งนี้เนื่องจากธรรมเนียมประเพณีของงานค้นคว้าวิจัยด้านสื่อของวงวิชาการไทยนั้นได้เจริญรอยตามขนบของตะวันตกมาเป็นส่วนใหญ่ ในประเด็นเรื่อง “ศาสนากับสื่อมวลชน” ก็น่าจะมีแนวทางเช่นนั้น

ศาสนากับสื่อในโลกวิชาการตะวันตก : แม่น้ำที่แยกสาย

มีปรากฏการณ์เล็ก ๆ ที่น่าสนใจเกิดขึ้นกับผู้เขียนในขณะที่กำลังเตรียมวัตถุดิบสำหรับการเขียนงานที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับระหว่างแนวคิด 2 แนวคิด คือ “ศาสนากับสื่อมวลชน”

ปรากฏการณ์นั้นก็คือ เมื่อผู้เขียนพลิกหาหนังสือที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อนี้นอกจากตำราด้านสื่อมวลชนต่างประเทศ ผู้เขียนได้พบว่าหนังสือที่มีชื่อเรื่องดังกล่าวโดยตรงค่อนข้างน้อย หรือไม่ค่อยมีหัวข้อดังกล่าวปรากฏอยู่ในหนังสือตำราสายสื่อที่เห็นได้อย่างเด่นชัด หนังสือตำราพื้นฐานประเภท “Introduction to Mass Communication” มักจะกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของสื่อแต่ละประเภท หรืออาจจะกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสถาบันหลัก ๆ ของสังคม เช่น การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ครอบครัว ฯลฯ หรือแม้แต่สถาบันใหม่ ๆ และแนวคิดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น กีฬา การใช้เวลาว่าง บทบาทหญิง-ชาย (Gender) อย่างไรก็ตามสำหรับสถาบันที่มีอย่างยาวนานและมีอิทธิพลอย่างมหาศาลต่อผู้คนเช่นสถาบันศาสนานั้น กลับพบว่าหนังสืออยู่ไม่กี่เล่มที่เขียนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง 2 สถาบันนี้โดยตรง (ปริมาณนั้นเทียบไม่ได้เลยระหว่างเรื่องสื่อมวลชนกับการเมือง หรือแม้แต่เรื่องสื่อมวลชนกับการคุมกำเนิด)

จากหนังสือ 2 – 3 เล่มที่ผู้เขียนค้นพบคือ

- Hoover, S.M.(1998)
Mass Media Religion: The Social Sources of the Electronic Church.
(Sage Publications)
- Hoover,S.M.&Lundby K.(1997)
Rethinking Media,Religion and Culture (Sage Publications)
- Bruce,S.C.(1990)
Pray Television (Routledge)

และวารสาร The Journal of Communication and Religion (เป็นวารสารของทางฝ่ายศาสนา) และบางบทความในวารสาร Journal of Communication (โดยเฉพาะฉบับปีที่ 35:1)

ผู้เขียนได้พบว่าประเด็นที่วงวิชาการตะวันตกสนใจจะมีทิศทาง ดังนี้

- (1) ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 แนวคิดคือ สื่อมวลชน วัฒนธรรม และศาสนา ตัวอย่างเช่น บทความชื่อ “At the Intersection of Media, Culture and Religion” หรือ “Religion and Media in the Construction of Cultures” และ “The Electronic Church and American Culture” เป็นต้น
- (2) การศึกษาภาพของศาสนาในโลกสมัยใหม่ที่สะท้อนผ่านหน้าสื่อมวลชน เช่น บทความเรื่อง “God in the New York Times 1954-1994” ที่ศึกษาความนึกคิดที่สื่อมวลชนเช่น NY Times มีต่อเรื่องพระเจ้าในช่วง 40 ปี หรือ “Primetime TV’s History of American Channel” ซึ่งวิเคราะห์เนื้อหาชีวิตทางศาสนาที่ผ่านรายการโทรทัศน์ช่วงเวลาทอง เป็นต้น
- (3) การศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างสำนักใหม่ทางศาสนา เนื่องจากในวัฒนธรรมคริสต์ศาสนา จะมีแนวคิดเรื่องการเผยแผ่ศาสนาไปสู่ผู้อื่น (Evangelization) ที่มีเนื้อหาหลักคือ การประกาศข่าวดีเกี่ยวกับพระเจ้าให้รับรู้ ดังนั้นสถาบันศาสนาในอเมริกาจะเข้าไปใช้สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ด้วยการเป็นเจ้าของสถานีและดำเนินรายการเพื่อเป้าหมายทางศาสนาดังกล่าวที่เรียกว่า Religious Television บ้าง Televangelism ,Evangelized TV หรือ Electronic Church ฉะนั้นงานวิจัยจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนี้ จึงทำการศึกษาสื่อมวลชนพิเศษประเภทนี้ เช่น “Religious Television and the New Religious Consciousness in America” หรือ “Religious Broadcasting: A Spark in the Non-evangelical Revival” เป็นต้น
- (4) การศึกษาผลกระทบจากการนำช่องทางใหม่ของสื่อมวลชนมาใช้ของสถาบันศาสนา ตัวอย่างเช่น การใช้เพลง เนื่องจากธรรมเนียมของคริสต์ศาสนา จะมีการร้องเพลงเป็นส่วนประกอบพิธีกรรม (ที่เรียกว่า “เพลงโบสถ์”) เพลงประกอบพิธีกรรมนั้น มักจะคง

เป้าหมายและเนื้อหาทางศาสนาเอาไว้ หากทว่าในแง่ทำนองนั้นจะปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ดังนั้น จึงอาจจะมีเพลงโบสถ์ที่มีทำนองเพลง blue pop rock ไปจนกระทั่งถึง rap และมีงานวิจัยที่ตั้งคำถามว่าคนหนุ่มสาวที่ร้องและฟังเพลงโบสถ์นั้น สนใจแต่ทำนอง โดยมิได้เข้าถึง เนื้อหา หรือเปล่า เช่น บทความเรื่อง “Religious Music : Do the Lyrics really matter? เป็นต้น

ปรากฏการณ์ที่มีความสนใจน้อยจนน่าพิศวงเกิดในเรื่อง “ศาสนากับสื่อมวลชน” ของวงวิชาการตะวันตก นำไปสู่คำถามที่ชวนให้ขบคิดต่อไปอีก 2 – 3 คำถาม เช่น คำถามแรกที่ว่า ทำไมจึงดูเหมือนว่าสถาบันศาสนาจึงเป็นฝ่ายที่ริเริ่มและเอาการเอางานในการสร้างความสัมพันธ์กับสถาบันน้องใหม่เช่นสื่อมวลชน แต่ทว่าปัญหานี้คงต้องอาศัยบุคลากรในวงศาสนาเป็นผู้ไขปริศนา และสำหรับผู้เขียนที่เป็นบุคคลในสายสื่อ ผู้เขียนมีข้อข้องใจว่า เพราะเหตุใดในตำราสื่อมวลชนจึงไม่ใส่ใจต่อการบรรจุเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชนเอาไว้ ปรากฏการณ์นี้สามารถสื่อแสดงว่าในโลกแห่งความเป็นจริง สถาบันสื่อมวลชนเองก็ไม่ค่อยใส่ใจต่อสถาบันดั้งเดิม เช่น ศาสนาใช่หรือไม่ และหาก “ใช่” มีคำอธิบายอะไรอยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าว

ในที่นี้ ผู้เขียนจะขอเสนอว่า มีแนวคิดด้านสังคมวิทยาอยู่ชุดหนึ่งที่จะใช้อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวได้ คือ แนวคิดเรื่อง “กระบวนการทำให้เป็นโลกฆราวาส” (Secularization) แนวคิดนี้กล่าวว่า สังคมทุกสังคมในทุกยุคทุกสมัย หากต้องการจะดำรงรักษาตนเองให้ยั่งยืนยาวนาน ก็จำเป็นต้องสร้างสถาบันสังคมต่าง ๆ ขึ้นมาทำหน้าที่นานัปการ เช่น ครอบครัว ที่ทำงาน โรงเรียน รัฐบาล ศาสนา ฯลฯ สถาบันเหล่านี้จะช่วยขับเคลื่อนให้สังคมหนึ่ง ๆ ดำเนินต่อไปอย่างไรก็ตามในสังคมแบบดั้งเดิม (Traditional society) จะมีสถาบันศาสนาเป็นแกนกลางของคัมภีร์ทั้งหมด ที่สถาบันอื่น ๆ จะต้องมาเกาะเกี่ยวเคลื่อนไหวภายใต้การอำนวยการของสถาบันศาสนา (ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของระบบความเชื่อ เช่น การถือผี การบูชาเทพเจ้า ฯลฯ) ดังนั้น แม้แต่ระบบการปกครองก็ต้องถูกควบคุมจากสถาบันศาสนา ชีวิตประจำวันของคนในสังคมเผ่าต่าง ๆ จะต้องดำเนินไปตามพิธีกรรม ข้อห้ามและความเชื่อแบบต่าง ๆ ตัวอย่างที่ยังเห็นได้อย่างชัดเจนก็คือ ในชุมชนชนบท จังหวะการดำเนินชีวิตในแต่ละวันจะเป็นไปตามกิจกรรมของพระภิกษุที่วัด การใส่บาตรเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งที่จำเป็นของชีวิตประจำวัน แม้แต่ในระบบจิตใต้สำนึกก็ยังผูกพันกับศาสนา ดังปรากฏว่า คนไทยโบราณเปล่งเสียงอุทานออกเป็นเรื่องศาสนาทั้งนั้น เช่น คุณพระช่วย พุทโธัมโมสังโฆ เช่นเดียวกับที่ฝรั่งร้องว่า Oh My God!

เมื่อสังคมวิวัฒนาการมาเป็น “สังคมสมัยใหม่” (ที่อาจเรียกว่าสังคมอุตสาหกรรม สังคมทุนนิยม หรือสังคมมวลชน) จุดแตกหักประการหนึ่งระหว่างสังคมใหม่และสังคมเก่าก็คือ การเปลี่ยนสถาบันแกนกลางของสังคมจากสถาบันศาสนามาเป็นสถาบันเศรษฐกิจ ตัวอย่างทางกายภาพที่เห็นได้อย่างง่าย ๆ ก็คือ แต่เดิมหมู่บ้านในชนบทจะถูกสร้างขึ้นโดยมี “วัด” เป็น

ศูนย์กลางของหมู่บ้าน ชีวิตสาธารณะ (Public Life) ทั้งหมดจะวนเวียนอยู่รอบ ๆ วัด แต่ทว่าในชุมชนเมืองสมัยใหม่ ศูนย์กลางของเมืองจะกลายเป็น “ศูนย์การค้า” วัดในเมืองจะหลบไปอยู่

ข้าง ๆ และในบางกรณี จะเห็นการรุกคืบของศูนย์การค้าเข้าไปกินพื้นที่ในบริเวณวัดเลยทีเดียว และที่แน่นอนก็คือ ชีวิตของคนสมัยใหม่จะผูกพันอยู่กับศูนย์การค้ามากกว่าจะหันหน้าเข้าวัด กระบวนการที่สถาบันศาสนาลดความสำคัญลง มีบทบาทน้อยลง และมีอิทธิพลน้อยลงกว่าสถาบันอื่น ๆ เช่นนี้ นักสังคมศาสตร์เรียกว่าเป็น “กระบวนการทำให้เป็นโลกฆราวาส” (Secularization) คือเปลี่ยนจาก “โลกธรรม” (Sacred) มาสู่ “โลกียะ” (Secular)

ในกรณีของสังคมตะวันตก การเกิดขึ้นของกระบวนการดังกล่าว เป็นไปด้วยความขัดแย้งอย่างรุนแรง ทั้งนี้เนื่องจากคริสต์ศาสนาในโลกตะวันตกมีอิทธิพลแทรกซึมอยู่ในสถาบันต่าง ๆ และชีวิตประจำวันของประชาชนอย่างมาก ดังเช่นการทะเลาะกันระหว่างสถาบันการปกครอง (กษัตริย์) กับตัวแทนศาสนา การค้นคว้าวิทยาการสมัยใหม่ เช่น วิทยาศาสตร์การแพทย์ต้องเผชิญข้อจำกัดกับความเชื่อทางศาสนา ตัวอย่างเช่น การค้นพบว่าโลกไม่ได้เป็นศูนย์กลางของจักรวาลหรือการผ่าตัดร่างกายมนุษย์ก็ขัดกับหลักความเชื่อทางศาสนา การฉีกขาดและเกิดเป็นปฏิปักษ์ต่อกันและกันระหว่างสถาบันศาสนากับสถาบันใหม่ที่ต้องการจะปลดปล่อยตนเองจากพันธนาการทางศาสนา เช่น สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษา (ที่ได้แย่งหน้าที่การอบรมบ่มเพาะสมาชิกใหม่ของสังคมมาจากวัด) สถาบันการปกครองแบบใหม่ ฯลฯ จึงเกิดขึ้น

กระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาสนั้น เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนในกรณีของสถาบันน้องใหม่เช่น สื่อมวลชน อันที่จริงสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือนั้น มีมาก่อนหน้ายุคสื่อมวลชน หากทว่าหนังสือ ตำราต่าง ๆ ยังเป็น “สื่อของชนชั้นสูง” เท่านั้น (เป็น class media มิใช่ mass media) และเนื้อหาที่บรรจุอยู่ในหนังสือส่วนใหญ่ก็เป็นแต่เรื่อง “ทางธรรม” (เรื่องศาสนา) ดังนั้น หนังสือในยุคสมัยก่อนจึงมีภาพลักษณ์ว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (Sacred) ดังที่มีธรรมเนียมโบราณของการกราบไหว้หนังสือก่อนจะเปิดอ่านและหลังจากอ่านจบแล้ว แม้แต่เมื่อมีการปฏิวัติเทคโนโลยีสมัยใหม่ของการสื่อสาร เช่น การคิดแทนพิมพ์แบบหมุนได้ของ Gutenberg ก็ยังปรากฏรอยต่อระหว่างโลกสมัยเก่ากับเทคนิคสมัยใหม่ กล่าวคือ หนังสือเล่มแรกที่ Gutenberg รับผิดชอบพิมพ์คือ พระคัมภีร์ไบเบิล (เช่นเดียวกับประวัติศาสตร์แทนพิมพ์ในประเทศไทย) อย่างไรก็ตาม นี่ก็ดูเหมือนจะเป็นการสั่งลาครั้งสุดท้ายของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ เพราะหลังจากนั้น สถาบันสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นสถาบันสังคมที่เกิดขึ้นในโลกสมัยใหม่ โลกแห่งอุตสาหกรรมและทุนนิยมก็มุ่งหน้าไปสู่การเป็นโลกฆราวาส ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาของหนังสือพิมพ์และหนังสือนิตยสารจึงเป็นเรื่องของทางโลก ที่เรียกว่า “นิยายประโลมโลกย์” หนังสือเปลี่ยนแปลงธรรมชาติของตัวเองจากการเป็น “คัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์” มาเป็น “สินค้า” ที่หาซื้อขายกันได้โดยทั่วไปในท้องตลาด ด้วยเหตุนี้จึงมีคำเรียกสื่อสิ่งพิมพ์ยุคแรก ๆ ว่า นวนิยายสิบสตาจค์หรือหนังสือเล่มละบาท เป็นต้น

ประวัติศาสตร์การแยกขาดระหว่างศาสนากับโลกสมัยใหม่ที่ได้กล่าวมาแล้ว รวมทั้งข้อเท็จจริงกล่าวว่า สถาบันสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่สังกัดโลกฆราวาสสมัยใหม่ อาจจะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ให้คำอธิบายว่าเพราะเหตุใดในโลกแห่งความเป็นจริงและในโลกแห่งวงการด้านสื่อของสังคมตะวันตก จึงค่อนข้างจะหันหลังให้กับความเป็นไปของสถาบันศาสนา รวมทั้งไม่ค่อยจะใส่ใจต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทั้งสอง คงจะมีเพียงหัวข้อเกี่ยวกับ “จริยธรรมของสื่อมวลชน” เท่านั้นที่พอจะได้กลืนอายุจาง ๆ ของกระถางรูปและคว้นเทียนลอยออกมาจากตำราด้านสื่อมวลชนบ้าง

ศาสนากับสื่อในโลกวิชาการไทย : พบกันที่ปากน้ำโพ

สำหรับบทสรุปเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันเก่าและสถาบันใหม่ ๆ เช่น ศาสนากับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ที่สื่อมวลชนสังกัดอยู่ฝ่ายหลัง) ที่ค่อนข้างมีความขัดแย้งอย่างรุนแรงในกระบวนการ Secularization ของสังคมตะวันตกนั้น เมื่อนำมาประยุกต์อธิบายในกรณีสังคมไทย ข้อแตกต่างประการแรกระหว่างสังคมไทยกับชาติตะวันตกก็คือ ในเมืองไทยนั้นประวัติศาสตร์ของการเปลี่ยนผ่านไปสู่โลกฆราวาสนั้น ไม่ค่อยมีความขัดแย้งรุนแรง ทั้งศาสนาและวิทยาการสมัยใหม่ เช่นวิทยาศาสตร์ต่างมีท่าทีที่จะอะลุ่มอล่วยต่อกัน และต่างอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สังคมไทยจึงไม่รู้สึกละแวกแต่อย่างใดที่จะมีการทำพิธีเปิดอาคารนิวเคลียร์ฟิสิกส์ โดยมีการตักบาตรถวายเพล มีการสวดมนต์บูชาพระสงฆ์มาเจิมป้ายไปพร้อม ๆ กัน

ในแวดวงของสถาบันสื่อมวลชนอันเป็นสถาบันสมัยใหม่ เราก็คงเห็นบทบาทของศาสนาปรากฏอยู่อย่างไม่ขาดสาย เริ่มตั้งแต่ในการตบท้ายรายการข่าวบางช่องมีการอ่านพุทธศาสนสุภาษิตเป็นภาษาบาลี ในวันพิเศษ เช่นปีใหม่ จะมีผู้นำทางศาสนากล่าวให้ศีลให้พร พระสงฆ์ยังมีบทบาทมาปรากฏตัวอยู่เสมอในละครโทรทัศน์ โดยเฉพาะที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับผี ๆ สาร ๆ โทรทัศน์ไทยถึงกับเคยมีรายการ talk show ที่เกี่ยวกับเรื่องความเชื่อและไสยศาสตร์โดยเฉพาะ (เช่น รายการชมรมชนหัวลูก) โฆษณาพระเครื่องเต็มหน้าในหนังสือพิมพ์เป็นปรากฏการณ์ธรรมดาเช่นเดียวกับคอลัมน์แนะนำพระสงฆ์ผู้ปฏิบัติชอบควบคู่ไปกับคอลัมน์ดูพระเครื่องในนิตยสารวิเคราะหข่าวการเมือง ฯลฯ ตัวอย่างปรากฏการณ์ที่ยกมากล่าวนี้ อาจจะพอสรุปได้ว่า ในกรณีของสื่อมวลชนไทยนั้น บทบาทของระบบความเชื่อและศาสนานั้น ยังคงมีความสำคัญอยู่อย่างประปราย แม้จะไม่มีบทบาทสูงเด่นจนเห็นได้ชัด แต่ทว่าเป็นบทบาทที่ขาดไม่ได้เช่นกัน

ในขณะที่ปรากฏการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงเป็นเช่นนั้น หากเราตั้งคำถามต่อไปว่าแล้วความสัมพันธ์ระหว่างระบบความเชื่อและศาสนากับสื่อมวลชนในโลกทางวิชาการ จะมีโฉมหน้าเป็นอย่างไร คำถามนี้คงจะตอบได้ด้วยการสำรวจแนวทางการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ข้อแตกต่างอีกประการหนึ่งระหว่างสังคมไทยกับสังคมตะวันตกในส่วนที่เกี่ยวกับระบบความเชื่อและศาสนาก็คือ ในสังคมตะวันตกนั้น จะมีศาสนาหลัก ๆ คือ คริสต์ศาสนา แม้ว่าอาจจะมีการแตกย่อยออกเป็นนิกายต่าง ๆ เช่น โปรเตสแตนต์ คาทอลิก หรือนิกาย

อื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ในการศึกษาสื่อมวลชนในโลกตะวันตก จึงมักจะมีการเปรียบเทียบการใช้สื่อระหว่างผู้นับถือคริสต์ศาสนานิกายต่าง ๆ แต่สำหรับในกรณีของไทยนั้น มีระบบความเชื่อที่ซับซ้อนกว่านั้น

นักวิชาการด้านศาสนวิทยา เช่น อ.สุลักษณ์ ศิวรักษ์ (“พุทธกับไสยในสังคมไทย” นิตยสารศิลปวัฒนธรรม พ.ศ.2537) หรือนักวิชาการด้านมนุษยวิทยา เช่น อ.ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม (“การถือผีในเมืองไทย” ศิลปวัฒนธรรม ปีที่ 5 : 4 (ก.พ.2527) ต่างลดความเห็นพ้องต้องกันว่าระบบความเชื่อในสังคมไทยนั้น ประกอบด้วย 3 ระบบใหญ่ ๆ คือ ผี พราหมณ์ พุทธ ที่ต่างผสมผสานและอยู่ร่วมกันจนค่อนข้างจะแยกแยะได้อย่างลำบาก โดยที่ระบบความเชื่อเริ่มแรกในสังคมไทย (เช่นเดียวกับยุคแรกเริ่มของมนุษยชาติ) ได้มีความเชื่อเรื่อง “ผี” ที่มีความหมายครอบคลุมอย่างกว้างขวาง เริ่มตั้งแต่ความเชื่อในวิญญาณของผู้ที่ตายไปแล้วมีอิทธิฤทธิ์มาให้คุณให้โทษแก่ผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่ หากเป็นผู้ที่เคยมีอำนาจในสังคมครั้งเมื่อมีชีวิตอยู่ เมื่อวายนมไปแล้วก็อาจจะได้รับการยกระดับเป็นบรรดาเจ้าผีหรือเจ้าพ่อเจ้าแม่ต่าง ๆ นอกจากนั้น “ผี” ยังอาจหมายถึง อำนาจสูงสุดที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำ ถ้า ต้นไม้ที่มีปรากฏในรูปแบบบุคคลิฐานตัวอย่างเช่น พระขลุ่ยผี เลื้อยบ้าน ศาลปู่ตา เป็นต้น

ในขั้นต่อมา กลุ่มผู้ปกครองจึงได้นำเอาพุทธศาสนาเข้ามาในสังคมไทย ในระยะแรกนั้น ก็มีการปะทะกันระหว่างระบบความเชื่อใหม่คือ พุทธศาสนากับบรรดาระบบความเชื่อเก่าที่ยึดครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมอยู่ก่อน ดังที่ปรากฏออกมาเป็นนิทานเรื่องเล่าที่พระพุทธเจ้าต้องเสด็จไปปราบบรรดาผีท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศ เช่น ผีบรรพบุรุษ ปู่และย่าและในภาคเหนือ แต่ในขั้นต่อมา ทั้งพุทธศาสนาและระบบความเชื่อเรื่องผีก็หาทางอยู่ร่วมกันอย่างสันติ โดยชาวบ้านยังคงนับถือระบบความเชื่อทั้ง 2 ระบบควบคู่กันไป ในบริเวณวัดของพุทธศาสนาก็ทำพิธีกรรมตามแบบพุทธ ส่วนนอกบริเวณวัดอันเป็นที่ตั้งของหอผี ชาวบ้านก็ทำพิธีกรรมไหว้ผีและไปวัดถวายภัตตาหารแก่ภิกษุสามเณรไปพร้อม ๆ กัน ในพิธีกรรมหลายอย่างของไทยจะมีการประกอบพิธีทั้งพุทธและผีไปพร้อม ๆ กัน

สำหรับอิทธิพลของศาสนาพราหมณ์ที่เข้ามาในสังคมไทยนั้น ได้ติดเข้ามากับพุทธศาสนา ทั้งนี้เนื่องจากประวัติศาสตร์ของพุทธศาสนานั้นเกิดขึ้นในสังคมที่นับถือศาสนาพราหมณ์มาก่อน และกลยุทธ์ของพระพุทธเจ้าที่ปฏิบัติต่อศาสนาพราหมณ์ก็คือ ปฏิเสธในส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระใหญ่ ๆ เช่น การไม่ยึดติดกับอาตมัน จิตวิญญาณตัวตน หากทว่าได้ทรงรับคำอธิบายปลีกย่อยและทรงไกล่เกลี่ยกับข้อวัตรปฏิบัติบางอย่าง โดยการนำเอามาตีความใหม่ ตัวอย่างเช่นแนวคิดเรื่องวัฏสงสารหรือการเวียนว่ายตายเกิด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากยังคงเหลือร่องรอยของศาสนาพราหมณ์ตกค้างหรือปนเปื้อนอยู่ในพุทธศาสนา ดังนั้น ในกรณีของสังคมไทย จึงมีการแพร่ขยายตัวของระบบความเชื่อของศาสนาพราหมณ์ที่แสดงออกในรูปแบบของความเชื่อในไสยศาสตร์ การเชื่อในเทพยดาอารักษ์ การเชื่อว่ามีอำนาจที่อยู่นอกเหนือตนเองที่อาจดลบันดาลชะตากรรมของมนุษย์ ดังเช่นแนวคิดเรื่องพรหมลิขิต อิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ การเหาะเหินเดินอากาศ อยู่ยงคงกระพัน ดา

น้ำลุ่มไฟ และอาศัยรูปแบบบางอย่าง เช่น การประทับทรง การใช้เครื่องรางของขลัง เป็นช่องทางนำเอาอำนาจดังกล่าวเข้ามาไว้ในตัวมนุษย์

ดังนั้น ในระบบความเชื่อของไทยจึงมีระบบแบบ three in one คือมีทั้งผี พราหมณ์และพุทธรวมอยู่ด้วยกัน ด้วยเหตุนี้ ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระบบความเชื่อกับสื่อ นั้น จึงจำเป็นต้องพิจารณาให้ครอบคลุม 3 ระบบ จึงจะครบถ้วน

วิธีการหนึ่งที่จะเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันแห่งความเชื่อและสถาบันสื่อของไทยนั้น ก็อาจจะทำได้ในลักษณะเดียวกับที่ได้กล่าวมาแล้ว คือการสำรวจงานค้นคว้าวิจัยในแวดวงวิชาการ (ในที่นี้จะเน้นจากด้านฝ่ายสื่อฝ่ายเดียว) ซึ่งน่าจะเป็นภาพสะท้อนของปรากฏการณ์เด่น ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม หลังจากสำรวจวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทสาขาสื่อมวลชนแล้ว ผู้เขียนพบว่า อาจแบ่งทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อออกไปเป็น 4 – 5 กลุ่ม คือ

- (1) บทบาทและผลกระทบของการใช้สื่อที่มีต่อสถาบันศาสนาในด้านบวก
- (2) บทบาทและผลกระทบของการใช้สื่อที่มีต่อสถาบันศาสนาในด้านลบ
- (3) การรับรู้ระหว่างกันของสถาบันศาสนาและสถาบันสื่อ
- (4) ภาพลักษณ์ของระบบความเชื่อแบบต่าง ๆ ที่สะท้อนผ่านผลงานของสื่อ
- (5) การพิจารณาบุคลากรในสถาบันศาสนาในฐานะสื่อประเภทหนึ่ง

จากนี้จะได้ยกตัวอย่างงานวิจัยในแต่ละกลุ่มเพื่อให้เห็นภาพได้พอสังเขป (งานวิจัยทั้งหมดเป็นวิทยานิพนธ์ในที่นี้ “จุฬา” หมายถึง วิทยานิพนธ์ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ “ธรรมศาสตร์” หมายถึง วิทยานิพนธ์ของคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

(1) บทบาทและผลกระทบของการใช้สื่อที่มีต่อสถาบันศาสนาในด้านบวก

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว แม้ว่าสถาบันศาสนาจะเป็นสถาบันสังคมที่มีอยู่คู่กับสังคมไทยมาช้านานแล้วก็ตาม แต่ทว่าในปัจจุบันนี้ สถานภาพของสถาบันนี้ดูเหมือนจะมีความคลอนแคลนอย่างมากจนอาจจะถึงขั้นสูญสลายไป หรือแม้จะมีอยู่ ก็เพียงเพื่อ “สักพอลอยู่เป็นพิธี” เท่านั้น ในทางตรงกันข้าม สถาบันที่ดูท่าว่าจะเป็นคู่แข่งของสถาบันเก่าทุกสถาบัน คือ สถาบันสื่อมวลชนนั้นกำลังเพิ่มอิทธิพลมากยิ่งขึ้นทุกที

จากพื้นฐานทฤษฎีการนำสื่อมาใช้ในการพัฒนาสังคม (Development Communication) อันมีแนวคิดที่เชื่อมั่นในศักยภาพและการสร้างผลกระทบของสื่อ (Impact) ว่าสื่อเป็นกลไกสังคมที่สามารถที่จะช่วยพัฒนาสังคมให้เป็นไปตามทิศทางที่พึงปรารถนา และตามหลักทฤษฎีฉบับที่เป็นต้นฉบับมีความเชื่อว่า ในส่วนที่เกี่ยวกับระบบความเชื่อนั้น ทฤษฎีการพัฒนาสังคมให้ทันสมัย (Modernization) มีความเห็นว่า ระบบความเชื่อที่โลกที่สามมีอยู่นั้น เป็นความเชื่อที่ล้าหลังและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เช่น การเชื่อถือโชคลางทำให้ขาดวิสัยทัศน์ที่เป็นเหตุผลแบบวิทยาศาสตร์

การถือสันโดษตามหลักศาสนาก็เป็นอุปสรรคต่อการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ดังนั้นสถาบันสื่อมวลชนจะต้องช่วยจัดความเชื่อเก่าออกไปและสอดใส่ระบบคิดใหม่เข้ามาแทนที่ อันเรียกว่าเป็นกลยุทธ์แบบทดแทน (Substitution Strategy)

แต่จากประวัติศาสตร์ของการนำระบบความเชื่อต่าง ๆ เข้ามาในสังคมไทยดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดูเหมือนว่าสังคมไทยจะไม่คุ้นเคยกับกลยุทธ์การทดแทน หากว่ากลับมีชนบในการใช้กลยุทธ์แบบเสริมเพิ่มเข้ามา (Addition Strategy) ความคิดแบบวิทยาศาสตร์จึงถูกนำเข้ามาเป็นระบบความเชื่อใหม่ล่าสุดบวกผสมเป็นระบบความเชื่อ 4 แบบ (Four in one) ในสังคมไทยและอยู่ร่วมกันอย่างเอื้อเพื่อแบ่งที่แบ่งทางกัน

สำหรับงานค้นคว้าวิจัยในหัวข้อนี้ อาจแบ่งข่อยย่อยออกได้เป็นอีก 2 กลุ่ม คือ

(1.1) การตรวจสอบผลกระทบของอิทธิพลสมัยใหม่ที่มีต่อสถาบันเก่าผ่านการทำงานของกลไกสื่อ เช่น อิทธิพลของความทันสมัยที่มีต่อบุคลากรด้านศาสนา

(1.2.) การตรวจสอบประสิทธิภาพของสื่อที่มั่นจะเป็นตัวแทนของสถาบันแบบใหม่ แต่ก็ได้เข้าแบกรับบทบาทหน้าที่ในการประคับประคองสถาบันดั้งเดิมเช่นศาสนาให้คงอยู่ต่อไป

(1.1) อิทธิพลสมัยใหม่ต่อสถาบันเก่า

สมศรี จินะวงษ์ (2531 : จุฬา) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัยและการรักษาศีลของพระสงฆ์” โดยเริ่มต้นปัญหาในการวิจัยด้วยแนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันศาสนาในโลกสมัยใหม่ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า บทบาทหน้าที่และความสำคัญของสถาบันนี้ได้ลดน้อยถอยไปอย่างมาก และหากสถาบันนี้ยังต้องการจะดำรงอยู่ต่อไปในสังคม ก็คงจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง วิธีการหนึ่งที่สถาบันศาสนาอาจจะต้องทำคือ “ต้องทำตัวให้ก้าวหน้าทันสมัยด้วยการเรียนรู้เทคนิควิทยาการใหม่ ๆ “ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากธรรมชาติและเนื้อแท้ของพุทธศาสนาและโลกสมัยใหม่นั้น ยังแตกแยกขัดแย้งกันอยู่ในบางประการ เช่น ในแง่มุมที่ว่าพุทธศาสนานั้น (ตามหลัก) จะต้องเน้นจิตเจตนิมม ดังที่ปรากฏอยู่เป็นรูปธรรมในบัญญัติของวินัยสงฆ์ (ถือหลักการกินง่ายอยู่ง่าย ไม่สะสม ไม่โลภ อหิงสา ฯลฯ) หากแต่โลกสมัยใหม่นั้นเน้นหลักวัตถุนิยม ดังนั้น สมศรี ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด 3 แนวคือ ความสัมพันธ์ระหว่าง “การเปิดรับสื่อ” “ความทันสมัย” และ “การรักษาศีลของพระภิกษุสงฆ์” ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการออกแบบสอบถามพระภิกษุสงฆ์ 233 รูป และใช้การคำนวณทางสถิติค้นหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยนั้นให้ภาพ “ความทันสมัยและการเปิดรับสื่อมวลชน” ของพระภิกษุไทยในปัจจุบันที่น่าสนใจ เช่น

- พระภิกษุมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากพอสมควร โดยจะเปิดรับหนังสือพิมพ์มากที่สุด ซึ่งเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อสาธารณะและทำให้สะดวกใจมากกว่าสำหรับผู้ทรงศีลที่จะเปิดรับวิทยุโทรทัศน์ที่มีที่ท้าวว่าเป็นสื่อบันเทิง (ผิดศีลถ้าจะเปิดดู)

- ในการวัดตัวแปรเรื่อง “ความทันสมัย” นั้น ผู้วิจัยได้ใช้คำถามที่เกี่ยวกับชีวิตด้านศาสนา เช่น การเลือกตั้งเจ้าอาวาส การวางแผนงาน ฯลฯ และพบว่าพระภิกษุของไทยมีความทันสมัยในระดับปานกลาง
- ผู้วิจัยพบว่าการเปิดรับสื่อ นั้น มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความทันสมัย กล่าวคือ ยิ่งเปิดรับสื่อมาก ก็ยิ่งมีความคิดอ่านทันสมัย หากทว่าไม่พบความสัมพันธ์กับการรักษาศีล และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความทันสมัยกับการรักษาศีล ซึ่งหมายความว่า พระภิกษุที่ทันสมัยอาจจะรักษาศีลมากหรือน้อยก็ได้ นี้น่าจะเหมือนจะนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า “พระภิกษุไทยสามารถที่จะเปิดรับสื่อให้มากขึ้นเพื่อเสริมสร้างความทันสมัย โดยที่ยังคงสามารถรักษาศีลของพระภิกษุได้ด้วย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ออกแบบมาเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่านั้น ดังนั้น จึงไม่อาจตอบคำถามได้ว่า “พระสงฆ์จะทันสมัย แล้วยังรักษาศีลอยู่ได้อย่างไร” ซึ่งการวิจัยเพื่อตอบคำถามในเชิง “กระบวนการ” (process) นั้น ต้องอาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

(1.2.) ประสิทธิภาพของสื่อในการส่งเสริมสถาบันพระศาสนา

(i) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

จากเนื้อหาของ Impact Theory ที่มีความเชื่อว่า “ถ้าประชาชนมีปริมาณการเปิดรับสื่อมาก ก็จะทำให้คิดเห็นตามที่สื่อบอก” ดังนั้น งานวิจัยภายใต้ร่มเงาของทฤษฎีนี้ จึงมักสนใจที่จะวัดปริมาณของการเปิดรับ ดังเช่นของพวงทอง อังคาบ (2538 : ธรรมศาสตร์) เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” และ อรณี ฝูงวรรณลักษณ์ (2538 : จุฬา) เรื่อง “การเปิดรับความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร”

งานวิจัยของพวงทอง (2538) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับของประชาชนทั่วไปที่เป็นคนเมืองแบบคนกรุงเทพฯ (430 คน) ให้ภาพของการเปิดรับรายการธรรมะทางโทรทัศน์ว่า

- ในทางปฏิบัติที่เป็นจริง ส่วนใหญ่ (71 %) ของกลุ่มตัวอย่างเปิดรับรายการธรรมะธัมมโมทนาทางโทรทัศน์แบบนาน ๆ ครั้ง แต่ในทางจิตสำนึกแล้ว คนกรุงเทพฯ ก็ยังเห็นว่าจำเป็นต้องมีรายการธรรมะทางโทรทัศน์และเห็นว่าปริมาณรายการที่มีอยู่นั้นมีน้อยเกินไป
- อย่างไรก็ตาม หากได้เปิดรับชมแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนำเอาหลักธรรมไปปฏิบัติ (อาจเป็นไปได้ว่า คนที่เปิดดูรายการแบบนี้เป็นคนดีมีศีลธรรมอยู่แล้ว) และมักจะเพิ่มกิจกรรมการปฏิบัติทางศาสนา เช่น ทำบุญใส่บาตร ไปวัดฟังเทศน์ฟังธรรม ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้กระทำในแง่ข่าวสารก็คือ ไม่ได้ทำการ

เผยแพร่เรื่องราวที่เป็รับจากสื่อไปยังผู้อื่น ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากความเข้าใจของชาวพุทธที่วาทบถาทดงกล่าวเป็น “ภารกิจของสงฆ์ มิใช่ของฆราวาส”

- กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะหลายประการเกี่ยวกับรายการธรรมะที่มีอยู่ในโทรทัศน์ เช่น ช่วงเวลาไม่เหมาะสม เช่น ช่วงเวลาเช้า ก็เข้าเกินไป ช่วงเย็นก็แข่งกับรายการอื่น ๆ ไม่ไหว ปริมาณที่มีนั้นมันน้อยไป ควรแบ่งรายการออกให้เป็นหลาย ๆ แบบสำหรับคนหลาย ๆ กลุ่ม ควรปรับปรุงแบบและเนื้อหาให้หลากหลายให้มากขึ้น

ส่วนงานวิจัยของ อรณี(2538) นั้น เจาะกลุ่มตัวอย่างเฉพาะสมาชิกชมรมพระพุทธศาสนา (322 คน) ซึ่งน่าจะเป็นคนกลุ่มที่อยู่ “ใกล้วัด” มากกว่าคนทั่ว ๆ ไป อย่างไรก็ตาม ก็น่าสนใจว่า ผลการวิจัยนั้นไม่ได้แตกต่างจากงานวิจัยของพวงทอง เทาไธนก เช่น

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็รับชมรายการธรรมะทางโทรทัศน์แบบนาน ๆ ครั้ง (1-2 ครั้ง/เดือน) โดยมีเหตุผลอยู่ที่ฝ่ายโทรทัศน์ เช่น มีรายการธรรมะน้อย เวลาที่มีก็ไม่มีสตวกที่จะดู ตัวรายการไม่น่าสนใจ เพราะไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการ ดังนั้น หากคนกลุ่มนี้จะศึกษาธรรมะ ก็จะไม่อาศัยสื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์ หากแต่จะใช้สื่อเฉพาะกิจ เช่น เทป หนังสือธรรมะจากทางชมรมฯ มากกว่า

ผลการวิจัยทั้งสองชิ้นนี้ คงจะพอให้ข้อสรุปเกี่ยวกับบทบาทของสถาบันสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่มีพลังอำนาจมหาศาล เช่นโทรทัศน์ที่มีต่อสถาบันศาสนาว่า ในเชิงปริมาณแล้ว บทบาทดังกล่าวยังมีอยู่น้อย ในเชิงคุณภาพ การแสดงบทบาทดังกล่าวไม่มีประสิทธิผลเท่าใดนัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องช่วงเวลาที่ไมเหมาะสม เนื้อหาที่ไม่หลากหลาย รูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ทำให้กลุ่มคนทั่ว ๆ ไป รวมทั้งคนที่พอจะสนใจศาสนาอยู่บ้างเป็รับสื่อดังกล่าวน้อยมาก รายการธรรมะในสื่อที่มีราคาแพงเช่นโทรทัศน์ ก็คงเป็นเพียงไม้ประดับสถานี และอาจมีประสิทธิผลบ้างสำหรับกลุ่มคนที่ธรรมะธัมมโมอยู่แล้วให้มาเป็รับชม แต่ประสิทธิผลแม้เพียงแค่นี้จะทำให้มาเป็รับชมนี้ (Exposure) คงจะเอื้อมไปไม่ถึงคนธรรมดาทั่ว ๆ ไป

(ii) พฤติกรรมการเป็รับรายการธรรมะที่มีการปรับตัว

ในช่วงปี พ.ศ.2533 ได้เกิดปรากฏการณ์แปลกใหม่ในด้านการเผยแพร่ศาสนาผ่านสื่อสมัยใหม่ กล่าวคือ มีพระภิกษุสงฆ์รูปหนึ่ง คือ พระพยอมกัลยาโณ ได้เริ่มจัดรายการธรรมะพระพยอมผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ในช่วงเวลา 11.30 น. ของวันอาทิตย์ สำหรับพระพยอมนั้น ถือได้ว่า เป็นตัวแทนปึกที่พยายามพัฒนาตนเองให้ทันสมัยด้วยการปรับปรุงรูปแบบนำเสนอเนื้อหาสาระของคำสอนทางศาสนาให้สอดคล้องกับรสนิยมของคนสมัยใหม่ คือ มีความทันสมัย ทันยุค ใช้เหตุการณ์ปัจจุบันเป็นอุทาหรณ์ และที่สำคัญคือ พระพยอมได้มุ่งปรุงแต่งสาระและการนำเสนอให้มีลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชนวัยรุ่นที่ดูจะอยู่ห่างไกลจากวัดออกไปทุกที ด้วยเหตุนี้ คำสอนของพระพยอมจึงมีลักษณะสนุกสนานตามสไตล์วัยรุ่นและมีการใช้ภาษาที่ “โดนใจ” คนกลุ่มนี้

วัชรียา อานามวัฒน์ (2533 : ธรรมศาสตร์) จึงได้วิจัยปรากฏการณ์ดังกล่าวในเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เพื่อการใช้ประโยชน์และตอบสนองความต้องการ : ศึกษาเฉพาะกรณีรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร” โดยการสัมภาษณ์เด็กนักเรียนมัธยม 1-6 จำนวน 545 คน ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (84 %) เคยดูรายการดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลหลาย ๆ ประการ เริ่มตั้งแต่ช่วงเวลาสะดวกที่จะดูเนื้อหารายการ สามารถตอบสนองความบันเทิงและผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการที่สำคัญของวัยรุ่นที่ต้องการเปิดรับสื่อด้วยเหตุผลดังกล่าวเป็นหลัก และที่น่าสนใจยิ่งกว่านั้นก็คือ กลุ่มเป้าหมายยังได้นำเอาเนื้อหาสาระไปใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงได้อีกด้วย ดูเหมือนว่ารูปแบบรายการดังกล่าว น่าจะเป็นแนวทางสำหรับการปรับตัวของการเผยแผ่ธรรมะในโลกสมัยใหม่ เป็นที่น่าเสียดายว่า การออกแบบรูปแบบการวิจัยยังคงเน้นไปที่การทดสอบตัวแปรด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ได้ซักถามความคิดเห็นในหลาย ๆ แง่มุมที่เด็กวัยรุ่นมีต่อรายการธรรมะดังกล่าวอย่างละเอียด ซึ่งจะเป็ประโยชน์สำหรับฝ่ายผู้ผลิตรายการประเภทนี้

(iii) การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้สื่อแบบต่าง ๆ ในการเผยแผ่ศาสนา

มีตัวอย่างงานศึกษา 2 ชิ้น คือ เยาวดี รักษัริยะ (2527 : จุฬา) เรื่อง “พฤติกรรมการับข่าวสารที่มีต่อการยอมรับการถือมั่งสวัริติของสมาชิกพุทธสถานสันติอโศก” และมณฑล ใบบัว (2532 : จุฬา) เรื่อง “ประสิทธิผลของการเผยแพร่วรรู้ เรื่อง “เทมเป้” ในร้านอาหารชมรมมั่งสวัริติแห่งประเทศไทย “งานวิจัย 2 ชิ้นนี้สนใจการแตกตัวของพุทธศาสนาออกมาเป็นนิกายใหม่ ๆ เช่น สันติอโศก และเนื่องจากนิกายใหม่นี้มีการนำเอาสื่อประเภทต่าง ๆ มาใช้ในการเผยแผ่แ่งมมต่าง ๆ ของคำสอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อแบบต่าง ๆ

ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น ให้ข้อค้นพบที่ตรงกันว่า ประสิทธิผลของการใช้สื่อบุคคล (ไม่ว่าจะเป็นการเทศน์สั่งสอนหรือการรณรงค์) และสื่อเฉพาะกิจของทางชมรมฯ (เช่น หนังสือ วารสารของชมรมฯ เทปบันทึกเสียง ฯลฯ) จะเป็นช่องทางที่บุคคลใช้ในการเข้าถึงข่าวสารเฉพาะของศาสนามากกว่าสื่อมวลชนทุกชนิด สมาชิกของพุทธสถานสันติอโศกส่วนใหญ่แทบไม่เคยเปิดรับข่าวสารเรื่องมั่งสวัริติจากสื่อมวลชนเลยไม่ว่าจะเป็นประเภทใด นอกจากนั้นปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนยังไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับแนวคิดใหม่ ๆ ด้านศาสนา (เช่น การถือมั่งสวัริติ) ในขณะที่สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจจะมีความสัมพันธ์อย่างมาก

(2) บทบาทและผลกระทบของการใช้สื่อที่มีต่อสถาบันศาสนาในด้านลบ

เนื่องจากสถาบันศาสนาทุกศาสนารวมทั้งพุทธศาสนา ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ด้านการอบรมศีลธรรมและยกระดับจิตใจประชาชนให้สูงขึ้น ในแง่นี้ จึงมีนัยว่า โดยแก่นของหลักธรรมแล้ว ทุกศาสนาจะมีจุดยืนที่ตรงกันข้ามกับลักษณะนิยมวัตถุ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากองค์ประกอบของศาสนามีอยู่หลายส่วนเลี้ยว เช่น บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ สิ่งก่อสร้าง พิธีกรรม

ฯลฯ และเนื่องจากในโลกสมัยใหม่นี้เป็นโลกแห่งการนิยมนวัตกรรม ดังนั้น องค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของสถาบันศาสนาย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปกับลักษณะนิยมนวัตกรรม

จากการสำรวจประเด็นดังกล่าว โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อพบว่า มีงานวิจัย 2 เรื่องที่เกี่ยวข้อง “พระเครื่องในแง่มุมของพุทธพาณิชย์กับบทบาทของสื่อมวลชน” คือ งานค้นคว้าของ ปรีชา วงศาสุลักษณ์ (2536 : จุฬา) เรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับพระเครื่องและพระบูชา” และ ชายน้า ภาววิมล (2537 : จุฬา) เรื่อง “พุทธพาณิชย์ : ผลกระทบจากการใช้สื่อสารมวลชนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายพระเครื่องที่มีต่อทัศนคติและความเชื่อของพุทธศาสนิกชนในเรื่องสัญลักษณ์ของศาสนา”

ปรากฏการณ์เรื่อง “พระเครื่อง : พุทธพาณิชย์” เป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นการซ้อนทับกันระหว่างระบบใหม่คือ อุตสาหกรรมธุรกิจการค้า กับระบบเก่าคือ ความเชื่อในสัญลักษณ์ทางศาสนา อ.ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม (ศิลปวัฒนธรรม : พ.ศ.2537) สำรวจพัฒนาการของการสร้างพระเครื่อง ตั้งแต่ยุคเริ่มแรกที่เรียกว่า “พระพิมพ์” ซึ่งเป็นการสร้างพระในโอกาสของการทำบุญและต้องการเก็บไว้ที่วัด ไม่นำมาไว้ที่บ้าน ในชั้นต่อมาสังคมไทยเริ่มมีลักษณะปัจเจกนิยมและส่วนตัวมากขึ้น (Individualism) ได้เริ่มมีการขุดกรุพระบูชา (ในเบื้องต้นเพื่อค้นหาสมบัติเก่าจากเจดีย์เก่า ๆ) พร้อมกับการเริ่มเกิดวัฒนธรรมของการเก็บสะสมของที่ระลึก ซึ่งแสดงความเป็นส่วนตัว สถานะของการสร้างและสะสมพระเครื่อง จึงเปลี่ยนจากลักษณะส่วนรวมและเป็นเรื่องทางธรรม มาเป็นเรื่องส่วนตัวแบบทางโลก กล่าวคือ การสะสมพระเครื่องกลายเป็นเครื่องแสดงฐานะของบุคคลและเป็นงานอดิเรกในยามว่าง ในลำดับต่อมา เมื่ออุปสงค์ (Demand) มีมากขึ้น การรื้อขุดแต่ของเก่าจึงไม่เพียงพอและจำเป็นต้องมีการสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งระยะแรก ๆ ก็ยังเป็นเป้าหมายทางธรรมอยู่บ้าง เช่น ทางวัดจะจัดสร้างขึ้นเพื่อหาเงินมาสร้างวัด จนกระทั่งพัฒนาการในขั้นสูงสุด คือ การเกิดนักสร้างพระมืออาชีพที่ดำเนินการสร้างพระในฐานะเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง ในทางด้านฝ่ายอุปสงค์คือ ผู้คนในสังคมสมัยใหม่นั้นได้กลายเป็นปัจเจกบุคคลผู้โดดเดี่ยวและขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง ดังนั้น จึงต้องโดดเข้ายึดเกาะวัตถุที่ตนเชื่อว่ามีอำนาจดลบันดาลในด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับฝ่ายอุปทาน อันได้แก่ “สินค้าประเภทพระเครื่อง” ที่มีคุณสมบัติดังกล่าว ในขั้นนี้องค์ประกอบทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง และความหมายของพระเครื่องได้เปลี่ยนแปลงโฉมหน้าไปโดยสิ้นเชิงและเป็นขั้นตอนที่สื่อมวลชนเข้าร่วมมีบทบาทอย่างเต็มตัวและเต็มที่



พระเครื่อง: สื่อในเชิงพุทธพาณิชย์

อาจเป็นตัวอย่างหนึ่งของบทบาทการใช้สื่อของสงฆ์ในด้านลบ

ภาพประกอบจาก : www.thaiaxasnews.net

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินค้าเช่น “พระเครื่อง” นั้น มีรากฐานความเป็นมาโดยเฉพาะด้านความหมายที่แตกต่างไปจากสินค้าวัตถุดิบอื่น ๆ ดังนั้น จึงมีกระแสทั้งที่ต่อต้านและที่เห็นด้วยกับการเจริญเติบโตของธุรกิจพุทธพาณิชย์นี้ (ดังที่งานวิจัยของ ปรีชา หรือชายน่า ได้กล่าวถึงเอาไว้ ซึ่งจะได้กล่าวถึงต่อไป) เหตุผลของพุทธศาสนิกชนที่ต่อต้านก็คือ เป็นการไม่สมควรที่จะนำเอาสัญลักษณ์ทางศาสนามาซื้อขายเช่นสินค้า หรือ “วัตถุมงคล” เหล่านี้ทำให้ผู้คนหลงทางเบี่ยงเบนออกไปจากเป้าหมายที่แท้จริงของพุทธศาสนา ส่วนกลุ่มผู้ที่สนับสนุนก็มักให้เหตุผลว่า วัตถุมงคลเหล่านี้เป็นกุศโลบายที่ยังจำเป็นอยู่สำหรับเรียกร้องให้คนหันมาสนใจศาสนา เปรียบเสมือนกับเป็นบันไดขั้นแรก และสำหรับสื่อมวลชนที่มีส่วนร่วมในการนี้ ทั้งด้านการลงภาพโฆษณาเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์ การเปิดคอลัมน์ให้ความรู้วิธีการดูพระ ฯลฯ ก็มีเหตุผลว่า การลงเรื่องราวของพระเครื่องนั้น ก็ยังดีกว่าการลงโฆษณาขายยาเสพติด เหล้าบุหรี่ สถานอาบอบนวด เป็นต้น

ปรีชา (2536) จึงได้ตั้งเป้าหมายไว้ 3 ประการในงานศึกษาของตน คือ

- (1) เพื่อให้เข้าใจฐานะของพระเครื่องในฐานะที่เป็นสื่อชนิดหนึ่ง สำหรับในเป้าหมายข้อนี้ ทั้งปรีชาและชายน่า (2537) ค้นพบร่วมกันว่าพระเครื่องเป็นทั้งสื่อและสารในเวลาเดียวกัน เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรมไปพร้อม ๆ กัน เช่น เป็นตัวแทนของพุทธศาสนา เป็นสัญลักษณ์ของการสืบทอดคำสอน เป็นศิลปะประจำชาติ เป็นตัวแทนวัฒนธรรม ฯลฯ”
- (2) เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคพระเครื่องของสังคมไทย โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดสมัยใหม่ เรื่องตรรกะการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของ Baudrillard มาใช้ ผลการวิจัยพบว่าพระเครื่องถูกนำมาบริโภคครบถ้วนในทุกรูปแบบ คือ
 - การบริโภคเชิงใช้สอย ได้แก่ การบริโภคพระเครื่อง เพื่อระลึกถึงคุณงามความดี เสริมขวัญกำลังใจ ป้องกันตัวเอง ขอโชคลาภ เป็นต้น

- การบริโภควัตถุเชิงแลกเปลี่ยนเศรษฐกิจ ได้แก่ การซื้อขายเก็งกำไรจากพระเครื่องที่เป็นสินค้าชนิดหนึ่ง
- การบริโภควัตถุเชิงการแลกเปลี่ยนสัญญา ได้แก่ การแลกเปลี่ยนในหมู่ผู้ที่มีใจรักพระเครื่องด้วยกัน
- การบริโภควัตถุเชิงสัญญา ได้แก่ การสะสมพระเครื่องเพื่อแสดงฐานะทางสังคมหรือเพื่อเก็บไว้เป็นมรดกแก่ลูกหลาน

ระหว่างแบบแผนการบริโภคทั้ง 4 แบบนี้ ปรากฏว่า มีการบริโภควัตถุเชิงสัญญามากกว่าการบริโภควัตถุเชิงคุณค่าที่เป็นจริง

(3) สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อเข้าใจกับบทบาทของสื่อมวลชนในธุรกิจพระเครื่องนั้น ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ต่างมีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจดังกล่าว โดยผ่านรูปแบบรายการที่หลากหลาย บทบาทของสื่อมวลชนจึงมีขอบเขตตั้งแต่การแจ้งข่าวสาร การให้ความรู้ ไปจนกระทั่งถึงการทำหน้าที่ของการโฆษณาด้วยการกระตุ้นความต้องการให้เกิดขึ้น และหาทางตอบสนองด้วยพระเครื่องซึ่งมีฐานะเป็นสินค้าตัวหนึ่ง

ส่วนงานวิจัยของชายนำ (2537) นั้น ต้องการจะศึกษาทัศนคติและความเชื่อของพุทธศาสนิกชน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักนิยมพระ กลุ่มคนไปวัดสม่ำเสมอ และคนทั่วไปที่มีต่อพระเครื่องพุทธพาณิชย์ ผลการวิจัยก็เป็นไปดังคาด กล่าวคือ กลุ่ม “คนวงใน” เช่น นักนิยมพระก็จะมีทัศนคติที่เห็นด้วยต่อการซื้อขายพระเครื่อง ในขณะที่กลุ่มชาวพุทธที่ไปวัดจะไม่เห็นด้วย

สำหรับวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในการลงโฆษณาเรื่องพระเครื่องก็เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ในขณะที่กลุ่มนักนิยมพระไม่ค่อยแน่ใจว่าสื่อควรมีบทบาทอะไร กลุ่มชาวพุทธที่ไปวัดจะวิจารณ์ว่าการกระทำดังกล่าว “ไม่เหมาะสม” โดยเฉพาะเนื้อหาโฆษณาที่เน้นเรื่องอภินิหารปาฏิหาริย์ และเห็นว่าการโฆษณารูปแบบนี้จะสร้างผลเสียให้แก่ผู้รับสารอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม ทั้ง ๆ ที่มีทั้งกระแสเสียงทั้งเห็นด้วยและคัดค้านดังกล่าว แต่ทว่าในโลกแห่งความเป็นจริง ดูเหมือนว่า ธุรกิจพระเครื่องจะยังคงขยายตัวเติบโตอย่างไม่รู้ที่ว่าจะหยุดยั้งและยังคงไม่มีคำตอบว่าในแวดวงสื่อมวลชนมีทัศนคติอย่างไรต่อประเด็นนี้

(3) การรับรู้ระหว่างกันของสถาบันศาสนาและสถาบันสื่อ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทั้งสอง คือ ศาสนาและสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะเป็น Critical Relationship กล่าวคือ ในด้านหนึ่งอาจจะเป็นสถาบันที่มีความขัดแย้งกันในแง่มุมต่าง ๆ (แย่งกลุ่มเป้าหมายกัน) แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เป็นสถาบันที่สามารถหนุนช่วยกันได้ในแง่มุมนี้ มีงานวิจัย 3 ชิ้นที่ศึกษาจากทัศนคติบุคลากรในแต่ละฝ่ายที่มีต่อกันและกัน

จากมุมมองของสถาบันศาสนา สุทัศน์ โงทัยกระโทก (2539 : จุฬา) ศึกษา “ทัศนคติของพระสงฆ์ในกรุงเทพมหานคร ต่อการเสนอข่าวสารทางพุทธศาสนาของสื่อมวลชน” ในขณะที่วันทนา ต่อนิมิตกุล (2538 : ธรรมศาสตร์) ศึกษาบุคลากรอีกกลุ่มในสถาบันนี้ คือ ไวยาวัจกร โดยศึกษาว่าคนกลุ่มนี้ได้เปิดรับและนำเอาสื่อมวลชนไปใช้อย่างไรบ้างในเรื่อง “การเปิดรับสื่อของไวยาวัจกร กับบทบาทในการบริหารจัดการในในองค์กร (เฉพาะกรณีวัดในกรุงเทพมหานคร)” แม้ว่างานชิ้นหลังนี้จะไม่ได้เป็นการศึกษาทัศนคติโดยตรง แต่ก็อาจจะอนุมานเอาได้

ในส่วนจากปีกของสื่อมวลชน รัตนวดี เทพช่วยสุข (2539 : จุฬา) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารเรื่องพระสงฆ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ (ซึ่งเท่ากับเป็นการสะท้อนทัศนคติของสื่อมวลชนที่มีต่อศาสนาในทางอ้อม ๆ) และตรวจสอบกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของศาสนาจากผู้รับสารในเรื่อง “การรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน”

(3.1.) ทัศนะจากปีกศาสนา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีการรายงานข่าวคราวในหน้าหนังสือพิมพ์ที่เป็นเรื่องเสียหายของพระสงฆ์อย่างมากมาย ที่โด่งดังก็ได้แก่ สมเ็จียบ พระนิกร เณรแอร์ พระยันตระ และพระจำลอง ที่ถูกเรียกว่าเป็น “เบญจอลัชชี” อันที่จริงมีแนวคิดที่ว่า ปัญหาเรื่องมออลัชชีเข้าร่วมปนเปื้อนอยู่ในสถาบันสงฆ์นั้น เป็นเรื่องที่มีมาทุกยุคทุกสมัย เพราะกฎระเบียบในการเข้ามาสู่เพศบรรพชิตในสถาบันพุทธนั้น ไม่เข้มงวด อย่างไรก็ตามในสมัยของสังคมข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเอาข่าวมาประโคมอย่างครึกโครม อาจมีผลต่อความศรัทธาของพุทธศาสนิกชน สุทัศน์ (2539) จึงได้ซักถามทัศนคติของพระสงฆ์ในกรุงเทพมหานครว่าเป็นอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า พระสงฆ์เห็นว่า ถึงแม้สื่อมวลชนจะเสนอข่าวด้านลบของพระสงฆ์ แต่ก็ยังมีอิทธิพลในระดับปานกลางต่อเรื่องความศรัทธาของพุทธศาสนิกชน ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าประชาชนสามารถจะมีประสบการณ์ตรงกับสถาบันศาสนา และประสบการณ์ตรงของตนเอง (เช่น พระสงฆ์ที่ตนรู้จัก) อาจจะขัดแย้งกับภาพลักษณ์ด้านลบที่นำเสนอในสื่อนี้ จึงเป็นไปตามหลักการของการสื่อสารที่ว่า หากประสบการณ์ผ่านสื่อ (Mass-mediated experience) มิได้ถูกผูกขาดและผู้รับสารมีโอกาสจะมีประสบการณ์ตรง (Direct experience) อิทธิพลจากสื่อก็จะลดน้อยลง

นอกจากนั้นในการประเมินความรับผิดชอบของสื่อมวลชนจากทัศนคติของพระสงฆ์ก็มีความเห็นว่า อยู่ในระดับปานกลาง (และที่ดูจะไม่พอใจเป็นพิเศษ ก็คือ หนังสือพิมพ์) อย่างไรก็ตาม ได้มีเหตุผลเพิ่มเติมว่า สถาบันสงฆ์ก็คงจะเหมือนสถาบันสื่อมวลชน คือมีทั้งคนดีและคนชั่วปะปนกันอยู่ แต่ก็คงจะต้องมีคนดีมากกว่าคนชั่ว มิฉะนั้นแล้ว สถาบันนั้นก็คงจะล่มสลายไปแล้ว แต่เมื่อสื่อเสนอข่าวสารด้านลบอย่างมาก จึงทำให้ดูเหมือนว่า มีคนชั่วมากเกินไปจริง

จากงานวิจัยนี้ สามารถจะตีความได้ว่า สถาบันสงฆ์ยังคงมีความมั่นใจในตนเองอยู่ในระดับหนึ่ง และในขณะที่สถาบันสื่อมวลชนพยายามใช้มาตรการ “อย่าปล่อยยให้คนชั่ว (บ้านคนอื่น) ลอยนวล” อยู่ยนั้น ดูเหมือนตัวเจ้าของบ้านเองจะไม่รู้สึกเดือดร้อนเท่าใดนัก

เนื่องจากกฎของพุทธศาสนาจะพยายามมิให้พระสงฆ์ต้องเข้ามายุ่งเกี่ยวเรื่องทางโลก มาวุ่นวายกับเรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ แต่ในความเป็นจริง เมื่อพระสงฆ์มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเป็นองค์ภิกขุ หลีกเลียงเรื่องการบริหารจัดการได้ยาก ดังนั้น จึงได้มีบุคคลกลุ่มหนึ่งที่เรียกว่า “ไวยาวัจกร” ผู้เป็นฆราวาสมาช่วยในเรื่องการบริหารจัดการด้านการเงินและสิ่งของวัดภายในวัด วันทนา (2538) ได้สำรวจทัศนคติของไวยาวัจกรจากวัดในกรุงเทพฯ 435 วัด ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน

ผลการวิจัยพบว่าบุคคลกลุ่มนี้มีการเปิดรับสื่อทุกประเภทอย่างสูงมาก และแบบแผนการเปิดรับก็แตกต่างจากคนกลุ่มอื่น ๆ กล่าวคือ จะเปิดฟังรายการข่าวเป็นอันดับแรก และรายการศิลปวัฒนธรรม ศาสนาเป็นอันดับรองลงมา เนื้อหาข่าวที่ให้ความสนใจจะวนเวียนอยู่รอบ ๆ วัด เช่น ข่าวการพัฒนาวัด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบวัด นอกจากนั้น บุคคลกลุ่มนี้ยังทำหน้าที่เป็น “ผู้นำทางความคิด” (Opinion Leader) เนื่องจาก 71 % ตอบว่า หลังจากเปิดรับข่าวสารแล้วได้นำเอาข่าวสารไปเผยแพร่ต่อกับเจ้าอาวาส พระในวัดและกรรมการวัดท่านอื่น ๆ จึงนับว่าเป็นรอยต่อเชื่อมที่สำคัญที่ข่าวสารของโลกสมัยใหม่จะไหลเข้าไปสู่สถาบันศาสนา

(3.2.) ทัศนะจากปิกสื่อมวลชน

รัตนวดี (2539) เริ่มต้นความสนใจคล้ายกับสุทัศน์ (2539) แต่ในขณะที่สุทัศน์ได้ตรวจสอบกับ “เจ้าของเรื่อง” คือกลุ่มพระสงฆ์ รัตนวดี ได้หันมาวัดผลกระทบจากตัวผู้รับสารโดยตรง โดยการสัมภาษณ์พุทธศาสนิกชนทั้งที่ไปวัดและอยู่นอกวัด 200 คน เพื่อสำรวจความรู้และความศรัทธาต่อพุทธศาสนา ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

- ในเรื่องความศรัทธา พุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่จะศรัทธามากในหลักธรรมะ (พระธรรม) และศรัทธาในตัวพระสงฆ์ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นพุทธศาสนิกชนยังรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์ โดยที่สามารถระบุชื่อพระสงฆ์ที่ปฏิบัติดีและปฏิบัติชั่วได้ อย่างไรก็ตาม ในท้ายที่สุด กลุ่มตัวอย่างก็ยังประเมินภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ไปในทางบวกมากกว่าทางลบ โดยเฉพาะกลุ่มที่เข้าวัดเข้าวาเป็นประจำ (มีโอกาสพบพระตีสองกว่า)

นอกเหนือจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง รัตนวดียังได้วิเคราะห์เนื้อหาในหน้าหนังสือพิมพ์เพื่อดูภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่ปรากฏในสื่อ อันอาจจะแสดงทัศนะโดยอ้อม ๆ ของสื่อมวลชนต่อสถาบันศาสนา ผลการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า ข่าวของพระสงฆ์มักจะเสนอในรูปแบบของข่าวและสื่อบุคคลและเป็นข่าวที่สื่อให้ความสำคัญ เพราะอยู่หน้าหนึ่ง อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่ได้ขึ้นหน้าหนึ่งนั้น ก็ล้วนแล้วแต่เป็นภาพติดลบมากกว่าด้านบวก เช่น ทำผิดวินัยสงฆ์ หรือทำผิดกฎหมาย โดยที่ภาษาที่สื่อใช้รายงานข่าวนั้น จะมีความรุนแรงอย่างไม่ไว้หน้าว่าเป็นสงฆ์เลย จึงดูเหมือนว่า “พระดี ๆ จะอยู่ในวัด แต่พระเลว ๆ จะอยู่ในสื่อ

ผลการวิจัยจากทั้ง 2 ด้าน รัตนวดีจึงสรุปว่า ภาพลักษณ์ที่ชาวพุทธรับรู้กันไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งหมายความว่า อิทธิพลของสื่อในประเด็นเรื่องพระสงฆ์นั้น ไม่มากเท่าที่เกรงกัน ชาวพุทธโดยเฉพาะพวกที่เข้าวัดและมีประสบการณ์โดยตรงกับพระสงฆ์ จะ

ประเมินบทบาทของพระสงฆ์ไปในทางบวกมากกว่า ทั้งนี้ เพราะในโลกแห่งความเป็นจริง ประสบการณ์ของบุคคลย่อมหลากหลายกว่า พบทั้งดีทั้งชั่วมากกว่าในโลกของสื่อซึ่งประชาชน เรียนรู้รหัสอย่างหนึ่งว่า “ข่าว (โดยเฉพาะข่าวหน้าหนึ่ง) ก็คือข่าวร้ายทั้งนั้น”

(4) ภาพลักษณ์ของระบบความเชื่อแบบต่าง ๆ ที่สะท้อนผ่านสื่อ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วแต่ต้นว่า สังคมไทยประกอบอยู่ด้วย 3 ระบบ ความเชื่อคือ ผี พราหมณ์ พุทธ ในที่นี้จึงจะเลือกตัวอย่างงานวิจัยที่วิเคราะห์ระบบความเชื่อทั้ง 3 ผ่านสื่อมวลชน ดังนี้

(4.1.) ภาพสะท้อนของความเชื่อระบบผี

มีข้อนำสังเกตประการแรกก็คือ ทั้งที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ความเชื่อเรื่อง “ผี ๆ สาร ๆ” เป็นความเชื่อที่แพร่หลายและอยู่ยงคงกระพันมายาวนานไม่ว่าสังคมจะทันสมัยไปเพียงใดก็ตาม และในโลกของสื่อก็มีเรื่องราวของผีอย่างมากมายเช่นเดียวกัน แต่ทว่าในโลกแห่งวงวิชาการด้านสื่อ มีงานศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่อง “ผีกับสื่อ” อยู่น้อยมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเหตุผล 2 ประการ คือ ประการแรก เรื่องของผียังไม่มีสถานะคู่ควรจะก้าวขึ้นมาเป็นเรื่องราวทางวิชาการ หรือประการที่สอง นักวิชาการเองก็อาจจะเสียวสยองกับเรื่องราวที่แม้ไม่อยากจะเชื่อ แต่ก็ไม่อยากจะเสี่ยงวิเคราะห์เพราะอาจกลายเป็นการลบหลู่ไปได้ง่าย ๆ

ผู้เขียนพบเพียงงานวิจัยของ วิชุดา ปานกลาง (2539 : จุฬา) ที่ศึกษาเรื่อง “วิเคราะห์การถ่ายทอดความหมายเรื่อง “ผี” ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง “แม่นาคพระโขนง” พ.ศ.2521 – 2532” งานวิจัยชิ้นนี้ให้คำตอบได้อย่างดีเกี่ยวกับความเข้าใจของคนไทยว่า “ผี คืออะไร คนกับผีสัมพันธ์กันอย่างไร”

วิชุดาเริ่มต้นที่ตัวผีที่เลือกมาศึกษาว่าทั้ง ๆ ที่ผีไทยมีจำนวนมากมายหลายประเภท แต่ทว่าสื่อมวลชนไทยตั้งแต่ยุคเริ่มแรกจะเลือกผีมาขึ้นเป็นดาราอยู่ 2 ตัว เท่านั้น คือ ปู่โสมเฝ้าทรัพย์และแม่นาคพระโขนง แต่เมื่อเวลาผ่านไป ปู่โสมเฝ้าทรัพย์ก็ค่อย ๆ จางหายไปจากความนิยมของสื่อ คงหลงเหลือแต่แม่นาคพระโขนงเท่านั้นที่อยู่ยงคงกระพันในสื่อ และแม้ผีที่ถูกนำมาขึ้นเป็นดาราในยุคหลัง ๆ จะมีหน้าใหม่ ๆ มาแรงหลายตัว เช่น ผีปอบ ผีกระสือ แต่ดูเหมือนว่า “แม่นาคพระโขนง” จะเป็นผีที่อยู่ในความนิยมในจิตใจของคนไทยตลอดมา อันอาจจะเนื่องจากเป็นผีที่มีเรื่องราวแบบรักโรแมนติกกินใจเป็นแก่นเรื่องหลัก

นับตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2521-2532 เฉพาะในสื่อประเภทภาพยนตร์ (ยังไม่รวมละครวิทยุ และละครโทรทัศน์) ได้มีการสร้างแม่นาคพระโขนงมาถึง 4 ภาคแล้ว และวิชุดาได้นำเอาภาพยนตร์เรื่องแม่นาคพระโขนงทั้ง 4 ภาค มาวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาความเชื่อเรื่อง “ผี” ของสังคมไทย ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) ผีคืออะไร

- จากภาพที่ผีสามารถดำรงอยู่ในร่างได้ 2 ร่าง คือ ร่างที่เหมือนคนทุกประการ (ก่อนตาย) และร่างที่เป็นผี (หลังตาย) ประการหนึ่งและอีกประการหนึ่ง คือ ในขณะที่ผีอาจจะมีความ “ชีวิต” ที่แตกต่างไปจากคน (เช่น นอนกลางวัน ตื่นกลางคืน ไม่ต้องกินข้าวกินปลา) แต่ในเวลาเดียวกันผีก็มีจุดร่วมกับคนตรงที่มีความรัก ความโลภ โกรธ หลงเหมือนคนทุกประการนี้ จึงหมายความว่าสังคมไทยไม่ได้มองว่าผีเป็นสิ่งที่ตรงข้ามกับคนโดยสิ้นเชิง (Otherness) หากแต่มองว่า ผีมีส่วนที่แตกต่างจากคนบางอย่างและเหมือนกับคนในบางอย่าง
- คนไทยมีความเชื่อว่า “ผีมีอยู่จริง” เป็นวิญญานที่ออกจากร่างหลังจากที่ร่างกายแตกดับแล้ว แต่ทว่าที่ทางของผีนั้น จะต้อง “ต่างคนต่างผีต่างอยู่” ในเนื้อหาของภาพยนตร์เรื่อง “แม่นาคพระโขนง” นั้นแสดงให้เห็นว่า ในขณะที่คนยอมรับการมีอยู่ของผี แต่ผีก็ต้องยอมรับกฎกติกาว่า “เป็นผีจะมาอยู่ร่วมกับคนไม่ได้” เป้าหมายของแก่นเรื่องจึงดูเหมือนจะเป็นการ socialize ผี (หรือคนที่ต่อไปจะต้องกลายเป็นผี) ให้รู้จักปทัสถานของสังคมและยังลงโทษบรรดาหมอผีที่ไปทำการ “ปล้ำผีลูกปลุกผี” เนื่องจากไม่เคารพกฎเกณฑ์ของสังคมเช่นกัน
- “ผี” นั้นก็มีลักษณะ 2 ด้าน เหมือนทุก ๆ สิ่งในโลก ในด้านหนึ่งผีก็มีความดีงาม (มักแสดงออกในภาพหญิงสาวที่หน้าตาสวยงาม) และในอีกด้านหนึ่งก็มีความชั่วร้าย หรือในด้านหนึ่ง ผีนั้นเป็นสิ่งที่มีความสามารถหายตัว เสกของ และมีกำลังมากจนหักคอคนตายได้ แต่ในเวลาเดียวกัน ผีก็กลับต้องเกรงกลัวสิ่งที่คนธรรมดาไม่ต้องกลัว เช่น สายสิญจน์ ใบหน้า ผ้ายันต์ ฯลฯ

(ii) ความสัมพันธ์ระหว่างผีกับคน ผลการวิเคราะห์ภาพยนตร์เรื่อง “แม่นาคพระโขนง”

พบว่า

- ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับผีนั้น มีลักษณะเหมือนกัน ในขณะที่มีคนบางคนต้องกลัวผีจนจับไข้หัวโกรน แต่ก็กลับมี “หมอผี” ซึ่งเป็นคนที่ปราบผีได้
- ความสัมพันธ์ระหว่างผีกับคน มีทั้งลักษณะที่เป็นมิตรและเป็นศัตรู และผีจะยึดหลักว่าจะทำร้ายแต่ศัตรูเท่านั้น แต่จะให้คุณแก่เพื่อน เรียกว่า “รู้จักแยกมิตรแยกศัตรู” และดูเหมือนว่า ผีไทยจะชอบคบหาคนดี ๆ เป็นเพื่อน ดังที่มีคำกล่าวว่า “คนดีผีคุ้ม” หนึ่ง วิชุดา ตั้งข้อสังเกตความแตกต่างระหว่างผีฝรั่งกับผีไทยเอาไว้ในเรื่องความสัมพันธ์ว่า แม้แต่ในเรื่องว่าจะมีความสัมพันธ์แบบไปทำร้ายใคร ผีของทั้งสองชาติก็แตกต่างกัน ผีฝรั่งนั้นสามารถจะลุกขึ้นมาฆ่าใครก็ได้ที่เป็นคนแปลกหน้า โดยไม่จำเป็นต้องรู้จักกันมาก่อน หากทว่าผีของไทยแม้แต่จะฆ่าคน ก็ต้องเป็นคนที่เคยมีความสัมพันธ์กันในทางใดทางหนึ่งมาก่อน

- เมื่อคนต้องการใช้อำนาจควบคุมหรือจัดการกับผีนั้น จะใช้วิธีการฆ่าให้ตายไม่ได้เพราะ “ผีก็เป็นสิ่งที่ตายไปแล้ว” ดังนั้น วิธีการใช้อำนาจกับผีจึงเป็นการเรียกผีที่แตกแฉจากบริเวณที่ตนเองเคยอยู่ให้กลับไปถูกกักบริเวณตามที่ทางของตน (เช่น สถานที่ที่ควรอยู่ ที่เรียกว่าไปสู่ที่ خوب ๆ “ก็คือในหม้อดินปิดฝาด้วยผ้ายันต์” นั่นเอง) หรือมิฉะนั้น ก็ให้ไป ผุดไปเกิดใหม่เป็นการละสถานภาพของผีอย่างถาวร

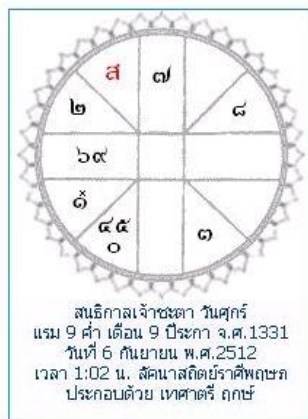
(4.2.) ภาพสะท้อนของความเชื่อระบบพราหมณ์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ตั้งแต่ต้นว่า ระบบความเชื่อของระบบพราหมณ์นั้น จะแสดงออกในรูปแบบของความเชื่อในไสยศาสตร์ และสำหรับรูปแบบไสยศาสตร์ที่แพร่หลายที่สุดในสื่อมวลชนก็คือ เรื่องโหราศาสตร์ที่แปรรูปมาเป็นคอลัมน์ดูดวงในหนังสือพิมพ์ การทำนายทายทักดวงชะตา ฯลฯ รากฐานของการทำนายทายทักดวงชะตานั้น มีความเป็นมายาวนานมากในสังคมไทยและมิได้เคยจางหายไปเลย ในทางตรงข้าม เมื่อมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้น ความทันสมัยดังกล่าวนี้ก็ได้อูกนำมารองรับและขยายความเชื่อดังกล่าวให้แพร่หลายออกไป ตัวอย่างเช่น เมื่อมีสื่อสิ่งพิมพ์เกิดขึ้น ก็ได้มีการพิมพ์ใบเชิยมชี ตำราดูนรลักษณ์ พรหมชาติ จนกระทั่งปัจจุบันมีการทำนายดวงผ่านเพจเจอร์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลง “ตัวสื่อ” ดังที่กล่าวมาแล้ว แม้แต่ “ตัวสาร” ของการทำนายด้านโหราศาสตร์ก็มีการพัฒนาออกไป จากการทำนายดวงชะตาของปัจเจกบุคคลในเรื่องของโชคลาภ ทำนายเพศของลูก การชนะคดีความในใบเชิยมชี เนื้อหาของการทำนายก็ขยายขยายมาถึงเรื่องของดวงเมือง ดวงรัฐบาล ทำนายเหตุการณ์ทางการเมือง จนกระทั่งถึงเรื่องตลาดหุ้น ดังที่มีงานวิจัยอยู่ 2 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับโหราศาสตร์และสื่อมวลชน

สุนน ทิพยมาศโกเมน (2538 : จุฬา) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ข้อเขียนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์การเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ.2534-2536” โดยเลือกวิเคราะห์เนื้อหาจากนิตยสารเศรษฐกิจการเมือง 3 ฉบับ เพื่อดูว่าคอลัมน์โหราศาสตร์ดังกล่าว มีกระบวนการสร้างความหมายทางการเมืองได้อย่างไร และสามารถสร้างผลต่อเนื่องคือการสร้างความชอบธรรมทางการเมืองได้อย่างไร

สุนน (2538) พบว่า กลวิธีในการสร้างความหมายนั้น ผ่านทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบ โดยการยึดหลักความเชื่อพื้นฐานของโหราศาสตร์เป็นหลัก กล่าวคือ มนุษย์นั้นมิได้เป็นผู้กำหนดการกระทำของตนเองตามลำพัง แต่ยังต้องขึ้นอยู่กับ “ดวง” ซึ่งหมายถึงการเดินทางของบรรดาดวงดาวต่าง ๆ (ดังคำกล่าวที่ว่า “ผีมือหรือจะสู้ดวงดาว”) และคำอธิบายชุดนี้จะเป็นคำอธิบายหลักที่อยู่เบื้องหลังการกระทำของนักการเมือง ทหาร ผู้นำรัฐบาล ฯลฯ



ภาพประกอบจาก http://www.namfuntong.com/ex_name.htm

นอกจากนั้น สุมณ ยังพบการถ่ายทอดความชอบธรรมทางการเมืองที่เริ่มต้นจากตัวโหราศาสตร์ (ซึ่งประชาชนมีอยู่เดิม) ไปสู่ตัวโหราจารย์ แล้วส่งต่อไปยังผู้ปกครองบ้านเมือง (ที่โหรถือหางอยู่) จนกระทั่งไปจบที่ความชอบธรรมของคำทำนาย

สำหรับงานอีกชิ้นหนึ่งเป็นของ นวฤทธิ เอ็บอิม (2540 : จุฬา) ที่ยืนยันผลการวิจัยของ สุมณ (2538) ในเรื่อง “แนวทางการสร้างความเชื่อของนักโหราศาสตร์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในบริบททางโหราศาสตร์และทางธุรกิจ “โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกนักโหราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงจำนวน 22 คน ในจำนวนนี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ต่างมีลักษณะร่วมกันคือ ใช้ทั้งแนวทางทางหลักโหราศาสตร์และแนวทางธุรกิจ (กลยุทธ์การโฆษณา กลยุทธ์การตลาด) มาเป็นแนวทางในการสร้างความเชื่อ ความแตกต่างที่อาจจะมียกคือ นักโหราศาสตร์กลุ่มใช้ไสยศาสตร์มักจะอธิบายด้วยหลักไสยศาสตร์ (เช่น พรหมลิขิต เส้นทางเดินของดวงดาว) ในขณะที่โหราศาสตร์กลุ่มธุรกิจมักจะใช้หลักสถิติมาเป็นพื้นฐานของคำอธิบาย และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อมวลชนนั้น ก็พบว่า นักโหราศาสตร์ที่รู้จักใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมากเท่าใด ก็จะได้รับการยอมรับในความน่าเชื่อถือมากขึ้นเท่านั้น อันหมายความว่า งานโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความสำคัญพอ ๆ กับผลงานการทำนายที่แม่นยำ

(4.3.) ภาพสะท้อนของความเชื่อระบบพุทธ

ความเชื่อของพุทธศาสนาที่สะท้อนอยู่ในผลงานของสื่อหลาย ๆ ชนิดจะประกอบด้วย ความเชื่อ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

(ก) **จริยธรรมแบบชาวพุทธ** มีปรากฏอยู่ในงานวิจัยหลายชิ้นในหลายสื่อโดยเฉพาะสื่อสำหรับเด็ก ๆ เช่น พรชัย เชวงเดช (2532 : จุฬา) เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบบทบาททางจริยธรรมของตัวละครในละครและภาพยนตร์ชุดทางโทรทัศน์ไทย จีน และญี่ปุ่น” รัชณี ศิริชัย เอกวัฒน์ (2536 : จุฬา) เรื่อง “จริยธรรมที่เด็กได้รับจากหนังสือแบบเรียนภาษาไทยและหนังสือ

การ์ตูน : กรณีศึกษานักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6” น่าสังเกตว่าประเภทของจริยธรรมที่ผู้วิจัยทุกท่านนำมาใช้ ก็คือ คุณธรรมที่ปรากฏในทศชาติของพุทธศาสนานั้นเอง ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ดังนี้

- (1) คุณธรรมด้านสังคมเป็นข้อพึงปฏิบัติต่อบุคคลแวดล้อม เช่น
 - ต่อพ่อแม่ ต้องกตัญญู ต้องให้ความเคารพ
 - ต่อเพื่อน ต้องสามัคคี เมตตา อดกลั้น
- (2) คุณธรรมด้านเศรษฐกิจ/อาชีพ ประกอบด้วย การขยัน ประหยัด มีวินัย ซื่อสัตย์
- (3) คุณธรรมประจำตัวบุคคล : มีเหตุผล สร้างสรรค์ รับผิดชอบ กล้าหาญ มีปัญญา

(ข) **ความเชื่อในหลักของพุทธศาสนา** อภิญญา ศรีรัตนสมบุญ (2534 : จุฬา) วิเคราะห์ความเชื่อแบบชาวพุทธในเรื่อง “การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ชุด “คู่กรรม” ในการถ่ายทอดความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย” ผู้วิจัยพบว่า แก่นหลักของละครสะท้อนให้เห็นทั้งความเชื่อแบบพุทธ เช่น เรื่องความรักเป็นความทุกข์ เรื่องอนิจจัง การเวียนว่ายตายเกิด ความเชื่อแบบพราหมณ์ เช่น เรื่องวิญญูณ บุพเพสันนิวาส และความเชื่อแบบผี เช่น การเชื่อโชคลาง ลางสังหรณ์

(5) การพิจารณาบุคลากรในสถาบันศาสนาในฐานะสื่อประเภทหนึ่ง

จากทั้ง 4 ประเด็นที่กล่าวมานั้น จะเป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชน โดยถือเอาสื่อมวลชนเป็นตัวตั้ง สำหรับในประเด็นสุดท้ายนี้จะพิจารณาโดยเอาสถาบันศาสนาเป็นตัวตั้งบ้าง งานวิจัยที่มีอยู่หลายชิ้นในประเด็นสุดท้ายคือ การพิจารณาบุคลากรของศาสนา เช่น พระสงฆ์ในฐานะเป็นสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่เป็น “ผู้นำทางความคิด” (Opinion Leader)

ความสำคัญของผู้นำทางความคิดนั้น เกิดมาจากการปรับปรุงแบบจำลองเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development communication) ซึ่งเริ่มต้นด้วยความเชื่อในศักยภาพที่จะสามารถสร้างผลกระทบได้อย่างมหาศาลของสื่อมวลชน (Impact Theory) แต่ผลจากการวิจัยทดสอบทฤษฎีผลกระทบพบว่า สื่อมวลชนนั้นจะมีอิทธิพลได้ก็ต่อเมื่อต้องไหลผ่านไปสู่สื่อบุคคลที่ทำหน้าที่คล้ายเป็นสถานีถ่ายทอดก่อนที่ จะไหลผ่านไปสู่มวลชนที่เรียกว่า ทฤษฎีการไหลสองจังหวะ (Two-Step Flow of Information) อิทธิพลมากน้อยของสื่อจึงขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ในชั้นแรก “สื่อบุคคล” นั้น หมายถึงผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกชุมชน เช่น เจ้าหน้าที่การเกษตร แพทย์และพยาบาล ฯลฯ แต่ในชั้นต่อมา มีผลการวิจัยพบว่า บุคลากรแผนใหม่เหล่านี้ยังขาดรากฐานทางวัฒนธรรม ซึ่งมีผลกระทบด้านการสื่อสาร เช่น ความน่าไว้วางใจ

(Trustworthiness) ช่องว่างทางภาษา ฯลฯ ดังนั้น แนวคิดเรื่อง “สื่อบุคคล” จึงเปลี่ยนมุมมองบุคคลากรที่เป็นคนวงในของชุมชนเอง ด้วยมุมมองแบบใหม่นี้ ภาพของพระสงฆ์ก็เริ่มเลื่อนไหลผ่านเข้ามาในเฟรมกล้องของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาบทบาทและประสิทธิภาพของพระสงฆ์ในการช่วยเหลืองานพัฒนาต่าง ๆ ของชุมชน เริ่มตั้งแต่งานพัฒนาด้านเศรษฐกิจของกรรณิการ์ โอมุเณ (2526 : จุฬา) เรื่อง “บทบาทของพระสงฆ์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสหบาลข้าวหมู่บ้านท่าสว่าง อ.เมือง จ.สุรินทร์” งานอนุรักษ์ป่าไม้ของลาวัญย์ อินทราภิรักษ์ (2534 : จุฬา) เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความศรัทธาที่มีต่อพระสงฆ์ ทศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของชาวบ้านแม่สอย อ.แม่สอย จ.จอมทอง จ.เชียงใหม่” รวมไปถึงงานพัฒนาแบบเบ็ดเสร็จของพูนทรัพย์ สิทธิพรหม (2532 : จุฬา) เรื่อง “บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนากับการเข้าร่วมโครงการแผ่นดินธรรมแผ่นดินทองของชาวบ้านห้วยยาง จ.อุดรธานี” ไปจนกระทั่งถึงประเด็นปัญหาสังคมใหม่เอี่ยมล่าสุดคือโรคเอดส์ของ พรณินภา วงษ์มิตร (2540 : จุฬา) เรื่อง “บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนากับการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการธรรมรักษันเวศน์” ซึ่งเป็นโครงการบ้านพักของผู้ป่วยโรคเอดส์ขั้นสุดท้าย จ.ลพบุรี เป็นต้น

งานวิจัยทั้งหมดนี้มีแนวทางในการศึกษา (Approach) ที่คล้ายคลึงกันคือ การเลือกกรณีที่พระสงฆ์ทำงานพัฒนาได้ประสบความสำเร็จ (Success case) แล้วนำมาวิเคราะห์คุณสมบัติที่พระสงฆ์รูปต่าง ๆ มีอยู่อันส่งผลถึงการยอมรับหรือการมีส่วนร่วมของประชาชน คุณสมบัติที่ “สื่อบุคคล/ ผู้นำความคิด” เหล่านี้มีอยู่ก็เป็นไปตามทฤษฎี Two-Step Flow ที่มีอยู่ 3 หมวดหมู่ที่สำคัญคือ

- (1) **ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)** อันเป็นคุณสมบัติที่ผู้นำทางความคิดได้มา เนื่องจากการพิสูจน์ตัวเองอย่างยาวนานว่า ได้บำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อประชาชน นอกจากนั้น เนื่องจากสถานภาพแห่งความเป็นสงฆ์ทำให้มีความบริสุทธิ์ และเสียสละมากกว่าฆราวาสทั่วไป
- (2) **ความน่าเชื่อถือ (Credibility)** อันเป็นคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับความเชี่ยวชาญในประเด็นปัญหาของชาวบ้าน ในประเด็นนี้แม้ว่าพระสงฆ์อาจจะไม่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจป่าไม้ โรคเอดส์ มากเท่าผู้เชี่ยวชาญ แต่ทว่าจุดเด่นที่พระสงฆ์มีอยู่ก็คือ เป็นผู้ที่เข้าใจปัญหาของชาวบ้านอย่างแท้จริง เพราะคลุกคลีอยู่จริงใน จึงสามารถที่จะ “เกาให้ถูกที่คัน” ได้มากกว่า
- (3) **มีทักษะในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าว** ซึ่งพบได้ในพระสงฆ์เกือบทุกรูปที่สามารถทำงานได้สำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจากการทำงานพัฒนานั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงชาวบ้านทั้งด้านความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และการกระทำ ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นส่วนสำคัญ

มีข้อน่าสังเกตว่า เมื่อนำเอาคุณสมบัติทั้ง 3 ประการนี้มาวางเทียบกับสื่อมวลชนแล้ว คงต้องยอมรับว่าสื่อมวลชนคงจะตกเป็นรองสื่อบุคคลเช่นพระสงฆ์อย่างแน่นอน นอกจากนั้นผลจากการวิจัยด้านสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงประชาชนยังพบว่า ส่วนใหญ่แล้วสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงได้เพียงแค่ระดับความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) เท่านั้น และเริ่มให้ผลไม่แน่นอนเมื่อถึงมิติของอารมณ์ ความรู้สึก (Affection) และมักจะหวังผลไม่ได้เลยในระดับของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior/Performance) ในขณะที่กรณีของพระสงฆ์นั้น สามารถหวังผลได้ถึงระดับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การกระทำและการเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยเหล่านี้ เลือกศึกษาแต่เฉพาะกรณีที่ประสบความสำเร็จ เราจึงไม่ทราบภาพที่แท้จริงอีกครั้งหนึ่งที่หายไป ในกรณีที่พระสงฆ์เป็นสื่อบุคคลที่มีศักยภาพอย่างยิ่ง แต่เหตุใดปริมาณของพระสงฆ์ที่ออกมาทำงานพัฒนาจึงมีน้อยกว่าพระสงฆ์ที่เกี่ยวข้องกับกรณีของพระเครื่อง และคำถามต่อไปก็คือ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของศาสนาจะประสานงานกันเพื่อเสริมข้อเด่นและลดข้อจำกัดของตนเองได้อย่างไร

สรุป

งานวิจัยที่ครอบคลุมทั้ง 5 ประเด็นที่กล่าวมานี้ คงจะพอให้ภาพลง ๆ ได้ว่า ในโลกแห่งวิชาการไทยนั้น มีทิศทางความสนใจในเรื่องระบบความเชื่อทั้ง 3 ระบบ กับความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเป็นอย่างไรบ้าง รวมทั้งมีข้อเหมือนและจุดต่างจากวงวิชาการในโลกตะวันตกอย่างไร

