

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและการปฏิบัติในกิจกรรม” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อธรรมชาติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อสื่อธรรมชาติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการปฏิบัติในกิจกรรมภายหลังจากการเปิดรับสื่อธรรมชาติของประชาชน

ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่เคยเปิดรับสื่อธรรมชาติเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 31-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2551 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาใช้การทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administration) ในแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อธรรมชาติของกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จำนวนครั้งการเปิดรับสื่อธรรมชาติ เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสื่อธรรมชาติของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของสื่อที่ใช้เผยแพร่ ความชอบในวิธีการนำเสนอของสื่อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปฏิบัติในกิจกรรมภายหลังจากการเปิดรับสื่อธรรมชาติ การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) และศึกษา ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง และสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประเภทแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละและหาคะแนนเฉลี่ย แล้วนำเสนอด้วยตารางแจกแจงความถี่

สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 โดยส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 41.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อธรรมะ ผ่านสื่อทุกประเภทโดยรวม อยู่ในระดับน้อย กล่าวคือ จำนวนครั้งการเปิดรับสื่อธรรมะจากสื่อประเภทต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างได้เคยเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อบุคคลและสื่อมวลชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 และ 2.36 ตามลำดับ จัดอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดคือ สื่อเฉพาะกิจ จัดอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลการเลือกเปิดรับสื่อธรรมะ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยจัดอยู่ในระดับที่มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ซึ่งเหตุผลที่เปิดรับสื่อธรรมะมากที่สุด คือ เพื่อศึกษาเรียนรู้สาระความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และเพื่อต้องการคำแนะนำจากพระสงฆ์ในเรื่องการดำเนินชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน เท่ากับ 3.75 จัดอยู่ในระดับที่มาก และน้อยที่สุดคือเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นในการสนทนาธรรม และเพื่อเลือกเปิดรับสื่อที่มีคุณสมบัติที่ตนชอบมากที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน เท่ากับ 3.13 จัดอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อความน่าเชื่อถือของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ มากที่สุดคือ สื่อบุคคลและสื่อมวลชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และ 2.65 ตามลำดับ จัดอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ จัดอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38

กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะ มากที่สุด คือ สื่อบุคคล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 จัดอยู่ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุด คือ สื่อมวลชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 จัดอยู่ในระดับปานกลาง

- สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอผ่านสื่อบุคคลเพื่อการเผยแพร่ธรรมะมากที่สุด คือ พระภิกษุสงฆ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะน้อยที่สุด คือ กลุ่มเพื่อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36

- สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน มากที่สุด คือ โทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะน้อยที่สุด คือ ดาวเทียม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18

- สื่อเฉพาะกิจ กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอผ่านสื่อเฉพาะกิจ มากที่สุด คือ หนังสือเล่ม พ็อกเก็ตบุ๊ก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างมีความชอบต่อวิธีการนำเสนอในการเผยแพร่ธรรมะน้อยที่สุด คือ ซีดีรอม วีซีดี เอ็มพี3 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26

กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในกิจกรรมะภายหลังจากการเปิดรับสื่อธรรมะ มีค่าเฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 กลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติในกิจกรรมะภายหลังจากการเปิดรับสื่อธรรมะ มากที่สุด คือ การไหว้พระสวดมนต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 จัดอยู่ในระดับมาก และการปฏิบัติในกิจกรรมะภายหลังจากการเปิดรับสื่อธรรมะที่น้อยที่สุด คือ การถือศีล 8 ปฏิบัติธรรมและนั่งสมาธิ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98 จัดอยู่ในระดับน้อย

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและการปฏิบัติในกิจกรรมะ” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เนื่องจากการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้างและมีรายได้ในช่วง 10,001-15,000 บาท ดังนั้นผลการศึกษาจึงเป็นความเห็นของกลุ่มดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะประชากรศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อธรรมะจึงคล้ายคลึงกัน ตามที่ เดอเฟลอร์ (DeFleur, 1996) ได้กล่าวว่า แต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกัน ความแตกต่างนี้มีอิทธิพลถึงพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร และการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ความแตกต่างในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลมีผลมาจากลักษณะประชากรศาสตร์เฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งมีอิทธิพลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการสื่อสารเหมือนกัน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนแตกต่างกัน ไม่มากนัก คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ 40.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.36 ซึ่งเป็นช่วงของคนวัยทำงานซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วุฒิชัย ผาสุกกานนท์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการทางพุทธศาสนามีอยู่ในวัยทำงาน และจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31 -35 ปี เวลาส่วนใหญ่ในการใช้ชีวิตประจำวันอยู่กับการศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพ หรือทำงานเพื่อหาเลี้ยงตนเองและครอบครัว เป็นช่วงที่กำลังอยู่ในวัยสร้างเนื้อสร้างตัวเป็นชีวิตใหม่ที่ต้องรับผิดชอบตนเองมากขึ้น การเปิดรับสื่อก็จะแตกต่างกันไป สอดคล้องกับที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1964, pp. 127-144) ได้กล่าวว่า โดยปกติบุคคลมักเลือกใช้สื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด กล่าวคือ ในส่วนของความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลา นิสัย และประเพณีนิยม รวมถึงพฤติกรรมทางสังคมก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย และยังเลือกที่จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุด ดังนั้น ถ้าสื่อใดเข้าถึงตัวได้ง่ายและสะดวกก็จะเปิดรับสื่อเหล่านั้นทันที

ทั้งนี้ เป็นไปได้ว่าการเปิดรับสื่อธรรมะนั้นเป็นเรื่องของพุทธศาสนาซึ่งพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำของคนไทย เป็นเรื่องของคนทุกคนที่ต้องการแสวงหาความสุขในชีวิต ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ประการหนึ่งที่ทุกคนต้องการ คือ การดำเนินชีวิตของตนให้ดีขึ้นมีความสุข และอยู่ในสังคมอย่างมีความสุขตามที่ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้กล่าวว่า คนเราจะมีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองจะสื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง นอกจากนี้การเปิดรับสื่อธรรมะผ่านสื่อต่าง ๆ ในขณะนี้ยังมีการเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธศาสนาในปริมาณที่น้อย การเปิดรับยังไม่แพร่หลาย โอกาสในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อธรรมะจึงเกิดขึ้นน้อย

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อธรรมะ โดยกลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับสื่อธรรมะ แบ่งออกได้ 3 สื่อคือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งสื่อบุคคลส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับสื่อจากพระภิกษุสงฆ์ สื่อมวลชนส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับสื่อจากโทรทัศน์ และสื่อเฉพาะกิจส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยเปิดรับสื่อจากวารสาร จุลสาร แผ่นพับ ซึ่งสังเกตได้ว่าสื่อในแต่ละสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับนั้นเป็นสื่อที่มีความคุ้นเคยกัน สามารถรับได้โดยทั่วไปตอบสนองความต้องการของตนเอง มีความสะดวกและเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือในความรู้สึกรับของกลุ่มตัวอย่าง เช่น พระภิกษุสงฆ์ จะเป็นสื่อบุคคลที่เป็นตัวแทนของธรรมะจึงดูแล้วน่าเชื่อถือจึงเกิดความพึงพอใจที่จะเปิดรับธรรมะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2537, น. 170-174) ได้กล่าวไว้ว่าสาเหตุหนึ่งในการเปิดรับข่าวสารนั้นมาจากการแสวงหาข่าวสารเพื่อประโยชน์การใช้สอย

และด้านลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะ ทำให้เมื่อผู้รับข่าวสารแต่ละบุคคลเลือกเปิดรับสื่อโดยพิจารณาจากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ และสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

เหตุผลของการเปิดรับสื่อธรรมะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีเหตุผลของการเปิดรับสื่อธรรมะ เพื่อสนองตอบความต้องการต่าง ๆ เช่น เพื่อติดตามสถานการณ์ทั่วไปหรือเรื่องที่เป็นประเด็นกล่าวถึงกันมากในขณะนั้น ไม่ตกข่าว เพื่อศึกษาเรียนรู้สาระความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา เพื่อต้องการคำแนะนำจากพระสงฆ์เรื่องการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อนำความรู้ที่ได้เป็นหัวข้อในการพูดคุยกับผู้อื่น เพื่อสนับสนุนความคิดเห็น ความเชื่อเดิมเกี่ยวกับพุทธศาสนาที่ตนมีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับที่ เมคคอมบ์ และ เบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979, pp. 51-52) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของผู้รับสารเพื่อสนองตอบความต้องการต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น (Reinforcement) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 170-174) ได้แสดงความคิดเห็นว่า บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเนื่องจากแรงผลักดันภายใน ปัจจัยที่ทำให้แต่ละบุคคลเลือกรับสื่อแตกต่างกันว่าเกิดจาก ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ที่ตนเองสามารถใช้สอย ลักษณะเฉพาะของสื่อ ซึ่งตรงกับเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อธรรมะ ได้แก่ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์จากความเครียด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง ไม่กังวลหรือหวาดกลัวกับสิ่งรอบตัว เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นในการสนทนาธรรม และเพื่อเลือกเปิดรับสื่อที่มีคุณสมบัติที่ตนชอบมากที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด อีกทั้งยังสอดคล้องงานวิจัยของ ณภัณฑิณี ธรรมกวินทิพย์ (2548) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องนโยบายและแผนการนำเสนอรายการพระพุทธศาสนาทางสื่อโทรทัศน์กับการเปิดรับชมรายการ กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้สาระความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และเพื่อต้องการคำแนะนำจากพระสงฆ์ในเรื่องการดำเนินชีวิตประจำวันเท่ากัน ซึ่งทั้ง 2 วัตถุประสงค์นี้จะสอดคล้องกัน คือกลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะรู้เรื่องธรรมะ ศึกษาเรื่องธรรมะเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์จะตั้งใจรับชมรายการในบางช่วงที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ และเหตุผลในการเลือกชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ คือ การนำข้อคิดคติที่ได้ไปใช้ในชีวิตรประจำวัน และพระภิกษุสงฆ์จึงเป็นผู้แนะนำให้ความรู้ในเรื่องธรรมะมากที่สุด จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการคำแนะนำจากพระภิกษุสงฆ์

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, p. 168) ได้อธิบายถึงกระบวนการรับข่าวสาร (Selectivity Process) ในเรื่องการเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตนเอง ทั้งนี้เพื่อนำมาแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน ดังนั้นในการเลือกเปิดรับบุคคลจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตน โดยกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่ต้องการคำแนะนำจากพระภิกษุสงฆ์ และเพื่อศึกษารวบรวมนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งตรงกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อธรรมะ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อความน่าเชื่อถือของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ มากที่สุดคือ สื่อบุคคลผ่านพระภิกษุสงฆ์ และสื่อมวลชนผ่านโทรทัศน์ และน้อยที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อความน่าเชื่อถือของอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติที่ดีต่อความน่าเชื่อถือของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะในสิ่งที่ตนเองเชื่อถือ เชื่อมั่น และอาจถูกอบรมสั่งสอนมาจากครอบครัว พ่อแม่หรือผู้ใหญ่ และความเชื่อมั่นอาจเกิดจากประสบการณ์ที่ตนเองเชื่อมั่นได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ เรืองอนันต์เลิศ (2539) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับธรรมะในยุคโลกาภิวัตน์ ได้ทำการสัมภาษณ์ พระภิกษุสงฆ์ วิจัยคุณ (ทัตตะชีโวภิกขุ) เกี่ยวกับการเผยแพร่ธรรมะอันดับแรกเกิดจากสื่อบุคคลที่อยู่รอบ ๆ ตัว โดยการสอนให้มีธรรมะเกิดขึ้นในครอบครัวก่อนจึงจะมีผลมากในการปลูกฝังคุณธรรม โดยมีความเห็นว่าสิ่งที่ดีที่สุดโดยพื้นฐานคือ ตัวของผู้เผยแพร่เองที่จะเป็นต้นแบบแก่ชาวโลกได้ เช่น พระพุทธเจ้า ท่านก็นำตนเองเป็นสื่อ หากมองในแง่ทั่วไป สื่อทุกชนิดใช้ได้หมดแต่ก็ยังไม่เกิดประโยชน์ หากผู้ที่จะเผยแพร่ยังปฏิบัติได้ อีกทั้งทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อความน่าเชื่อถือของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะและความชอบในวิธีการนำเสนอของสื่อธรรมะจะเป็นทัศนคติที่ไม่เป็นลบ ทั้งนี้อาจเนื่องจากทัศนคติที่มีต่อพุทธศาสนาเป็นทัศนคติเชิงบวกซึ่งได้ฝังรากลึกกลงอยู่ในจิตใจของพุทธศาสนิกชนแล้ว พระพุทธศาสนาเป็นแหล่งคำสอนที่ซึมซาบแผ่ไปทั่วในสังคมไทย แม้ว่าปัจจุบันคนในสังคมจะเห็นห่างจากหลักธรรมในพุทธศาสนา แต่ระบบศีลธรรมยังคงฝังรากลึกอยู่ในรากฐานทางวัฒนธรรมของไทย ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยจึงผูกพันอยู่กับพุทธศาสนาอย่างแนบแน่นแยกกันไม่ออก และยังคงมีความศรัทธาในหลักคำสอนของพุทธองค์ แม้จะเกิดวิกฤติศรัทธาในศาสนบุคคลบางครั้งก็ตาม จึงมีทัศนคติที่ไม่เป็นลบต่อสื่อธรรมะ

ด้านการปฏิบัติกิจกรรมะภายหลังจากการเปิดรับสื่อธรรมะ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติกิจกรรมะ มากที่สุดคือการไหว้พระ สวดมนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการไหว้พระ

สวดมนต์ มากที่สุด ในระดับบางครั้ง และการปฏิบัติกิจกรรมที่ปฏิบัติได้น้อยที่สุด คือ การถือศีล 8 ปฏิบัติธรรมและนั่งสมาธิ กลุ่มตัวอย่างไม่เคยปฏิบัติมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยของการปฏิบัติในกิจกรรมนั้นอยู่ในระดับน้อย กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเป็นอย่างมากซึ่งส่วนใหญ่จะปฏิบัติในเรื่องการร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การไหว้พระ สวดมนต์ ร้องลงมาคือการเวียนเทียน ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่น องค์การศาสนา ซึ่งมีหน้าที่หลักในการเผยแพร่ศาสนา จริยธรรม และการพัฒนาด้านจิตใจ ส่งเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างศาสนาด้วยกัน ควรหันมาให้ความสำคัญด้านการเผยแพร่ศาสนาให้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มช่องทางเผยแพร่ข่าวสารให้มากยิ่งขึ้น สร้างการรับรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับองค์การศาสนา เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารข้อมูลจากหน่วยงานผู้รับผิดชอบ กลุ่มตัวอย่างจะเกิดความสนใจ ซึ่งความสนใจจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อสารหรือข้อมูลนั้นมีความน่าสนใจ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเซนเบิร์ก และโฮฟแลนด์ (Milton J. Rosenberg and Carl Hovland, 1960, pp. 1-14) ที่ได้เสนอ การโน้มน้าวใจว่า การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่จะได้ผล ต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความใส่ใจต่อสารในเบื้องต้น ดังนั้นหากองค์การศาสนาควรมีการนำเสนอที่ดีดึงดูดความสนใจ ไม่ให้เกิดความเบื่อหน่ายเหมือนรูปแบบเดิม ๆ จากนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างจะเกิดความเข้าใจในข้อมูล โอกาสที่เขาจะเห็นด้วยก็มีมากขึ้น โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะสามารถที่จะปฏิบัติกิจกรรมในโอกาสพิเศษได้โดยเน้นการปฏิบัติได้ง่าย รวดเร็ว และไม่ต้องเตรียมอุปกรณ์สามารถทำได้ทุกวัน ซึ่งจากที่เป็ดรับสื่อแล้วก็นำมาปฏิบัติได้ตามที่สะดวก และคิดว่าสิ่งที่กระทำเป็นสิ่งที่ตนเองพึงพอใจ และเชื่อมั่นในสิ่งที่ทำจึงสอดคล้องกับแนวคิดของ (นิยะดา ชุณหะวงศ์ และ นินนาท โอฟารวรุฒิ, 2520, น. 78) ได้ให้ความหมายคำว่า พฤติกรรมเป็นอากัปกิริยาของคนเราที่แสดงออกบ่งถึงความชอบและไม่ชอบต่อกิจบางอย่างซึ่งสามารถสังเกตได้ ในเรื่องของความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจเพื่อสนองตอบความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลาจนถึงบรรลุความต้องการได้ ความพร้อม (Readiness) คือ ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจเพื่อสนองความต้องการ สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจเพื่อสนองความต้องการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและการปฏิบัติในกิจกรรม” ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อจะได้นำผลการประเมินมาพัฒนาระบบการเผยแพร่ศาสนา
2. ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตรายการธรรมะ เพื่อจะเป็นเกณฑ์ในการประเมินแนวโน้มของผู้ชมรายการธรรมะ หรือศรัทธาที่มีต่อธรรมะของประชาชนในขณะนี้ว่าเป็นอย่างไร มีทัศนคติเชิงบวกหรือทัศนคติเชิงลบ
3. ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวคิดให้กับกระทรวงวัฒนธรรม กรมการศาสนา หรือหน่วยงานเผยแพร่พระพุทธศาสนาเพื่อวางแผน ปรับปรุง ส่งเสริม แผนงานการเผยแพร่ธรรมะเพื่อการดำเนินชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการกำหนดนโยบาย การบริหารและการปฏิบัติดำเนินงานเผยแพร่สื่อธรรมะในลักษณะเชิงรุก
4. ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวคิดให้กับกระทรวงวัฒนธรรม กรมการศาสนา หรือหน่วยงานเผยแพร่พระพุทธศาสนาเพื่อวางแผน ปรับปรุง ส่งเสริม แผนงานการเผยแพร่ธรรมะเพื่อการดำเนินชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการกำหนดนโยบาย การบริหารและการปฏิบัติดำเนินงานเผยแพร่สื่อธรรมะในลักษณะเชิงรุก
5. หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ศาสนา ควรให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่ศาสนามากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้นทำการกระตุ้นประชาชนให้หันมาให้ความสนใจในการเผยแพร่ศาสนาหลักการดำเนินชีวิตอย่างไรให้เป็นสุข
6. กระทรวงศึกษาควรเพิ่มความสำคัญกับวิชาพุทธศาสนาโดยเพิ่มหลักสูตรเพิ่มชั่วโมงการเรียนรู้ให้มากยิ่งขึ้น และสนับสนุนให้นักเรียน นักศึกษา หันมาร่วมกันปฏิบัติกิจมากยิ่งขึ้น โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าไปให้ความร่วมมือช่วยเหลือในกิจต่าง ๆ ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น
7. จากผลการศึกษาจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับธรรมะผ่านสื่อบุคคล คือ พระภิกษุมากที่สุด สื่อมวลชนคือเผยแพร่ธรรมะผ่านโทรทัศน์ ดังนั้นเพื่อนำเสนอสื่อธรรมะให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และเพื่อประโยชน์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ดี ส่งเสริมจริยธรรมดีงามให้แก่สังคม จึงควรมีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำเสนอกิจกรรมและควรเน้นการปฏิบัติกิจกรรมที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ด้วยรูปแบบที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ