

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือ ธรรมชาติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)
2. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการอ่าน
4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร
6. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือ

ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)

หนังสือธรรมชาติของประชาชนเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญต่อการพัฒนาสังคม เนื่องจากหนังสือธรรมชาติประกอบด้วยหลักธรรมคำสอนเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านหนังสือธรรมชาติเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งของตนเอง ดังนั้นหนังสือธรรมชาติจึงจัดว่าเป็นสื่อหนึ่งที่ทำหน้าที่ของตนเองในการตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

จากการศึกษาของ แม็คคอมบส์ และ เบ็คเคอร์ (McCombs and Becker อ้างถึงใน พัทธราดี พลศักดิ์, 2542, น. 17) ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและการสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อจะได้รับรู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้รวมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

5. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ ลาซาร์เฟล และ เมอร์ตัน (Lazarsfeld and Merton อ้างถึงใน สุวรรณี เดชะวิรัชชน, 2541, น. 10) ได้เสนอหน้าที่ของสื่อมวลชนอื่น ๆ อีก 2 ประการ คือ

การให้สถานภาพ หมายถึง สื่อมวลชน ผู้สื่อข่าวรายงานเกี่ยวกับสมาชิกของสังคมจะ ช่วยเพิ่มหรือเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณของบุคคลให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับในสังคมมากขึ้น คือ ยิ่ง มีข่าวบุคคลนั้น ๆ ปรากฏทางสื่อมวลชนมากขึ้นเท่าใด สาธารณชนมักจะมีแนวโน้มที่จะมองเห็น ความสำคัญของบุคคลนั้น

การบังคับให้เป็นไปตามจริยธรรมของสังคม หมายถึง การควบคุมสมาชิกในสังคมให้อยู่ในกรอบบรรทัดฐานของกลุ่ม โดยสื่อมวลชนจะตีพิมพ์หรือเผยแพร่พฤติกรรมที่เบี่ยงเบน ซึ่งแม้ว่าสมาชิกในสังคมอาจจะรู้กันอยู่แล้ว แต่การเผยแพร่ทางสื่อมวลชนจะช่วยสร้างสภาวะหรือเงื่อนไขที่คนจำนวนมากดำเนิน ประมวลการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามบรรทัดฐาน และหันไปให้การสนับสนุน สาธารณชนและจริยธรรม

จากทฤษฎีดังกล่าว จะเห็นได้ว่าผู้รับสารเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งของตนเอง ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาศึกษาความต้องการของผู้อ่าน คือ เมื่อผู้อ่านเปิดรับข่าวสารจากหนังสือธรรมะประยุกต์ ผู้อ่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อวัตถุประสงค์ใด

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่ามีความแตกต่างทางสภาพส่วนบุคคล หรือสภาพภายในจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์แตกต่างกันไป ส่งผลต่อทัศนคติและการกระทำของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน โดยมีรากฐานความเชื่อที่ว่าบุคลิภาพของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังเช่นที่ ฟิระ จิรโสภณ (2537, น. 636-639) อธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารว่า การเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้น ผู้รับสารย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker อ้างถึงใน ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา, 2538, น. 21) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารว่า คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้อยคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา หรือ ขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่ อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 158) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกรับสื่อและข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด และผลที่ได้รับหรือในรูปของสูตรที่ว่า

$$\text{การเลือกสื่อและข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

นั่นคือ ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามในการรับน้อยที่สุดและได้ผลตอบแทนมากที่สุด ความพยายามน้อยที่สุด คือ มีความสะดวกและความพร้อม ราคาถูก นอกจากนี้ เวลา บทบาท นิสัยและประเพณี ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้หรือรับสื่อด้วย สำหรับผลตอบแทนก็แบ่งออกเป็น ผลตอบแทนเร็ว คือ เสนอเนื้อหาที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด หรือช่วยแก้ปัญหา ส่วนผลตอบแทนช้า คือ ข่าวสารที่ให้ความรู้ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสุขภาพอนามัย เป็นต้น

นอกจากนี้ องค์ประกอบสำคัญที่มีบทบาทต่อการเลือกสรรของมนุษย์ก็เป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรสารของผู้รับสารแต่ละคนดังที่วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973 อ้างถึงใน ดนุพล ชุนจินตามณี, 2545, น. 26) ได้กล่าวถึงไว้ว่า มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. ผู้รับจะแสวงหาข่าวสารและประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ทำให้พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของ ผู้รับสาร

7. สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารหรืออาจ เป็นอุปสรรคต่อการเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้รับ

ดังนั้น การที่บุคคลจะเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อหรือข่าวสารใดของแต่ละบุคคล จึงมี ความแตกต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) นั่นคือ บุคคลจะมีความแตกต่างกันในเรื่องบุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา ความรู้และความสนใจ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย สารจะมีอิทธิพล มากน้อยเพียงใดจึงขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้รับสาร เช่น ถ้าผู้รับสารมีพื้นฐานใกล้เคียงกันทั้งใน ด้านอายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา การศึกษา รายได้ อาชีพ และวัฒนธรรม ก็อาจจะสามารถเข้าใจได้ คล้าย ๆ กัน อย่างไรก็ตามนักวิชาการสื่อสารมวลชนได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยทั่ว ๆ ไปมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่าง ๆ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 170-171) ดังนี้คือ

1. ความเหงาเป็นสาเหตุทางจิตวิทยาที่มนุษย์มักจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง จึงพยายาม จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์ และถ้าไม่มีโอกาสสังสรรค์กับผู้อื่นก็จะหันมาหาสื่อต่าง ๆ แทน

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว เมื่อเป็นผู้รับสาร จึงต้องการแสวงหาข่าวสาร รับและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งนี้เพื่อความสะดวก สบาย ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และความสบายใจ

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันและผู้รับสารย่อมจะหัน เข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ เพื่อที่สนองความต้องการของตน นั่นคือ สื่อแต่ละประเภท จะตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารแตกต่างกันไป

ยุพา สุภากุล (2534, น. 124-125) ได้อธิบายถึงเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน เอาไว้เช่นเดียวกันว่า การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดใด ขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ประชาชนในชนบทมักจะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นหลัก เพราะสามารถจัดหาเครื่องรับวิทยุได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

2. การเลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม (Convenience Preference) ผู้รับสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนสะดวกทั้งทางด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อบุคคล เป็นต้น

3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ เช่น มักพบว่าบุคคลที่อายุมากเคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่สนใจสื่อชนิดอื่น

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของสื่อหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดีกว่า ราคากุและสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง เป็นต้น

5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งขึ้นอยู่กับ การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media Exposure)

จากสาเหตุต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าโดยธรรมชาติแล้วบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อประเภทใดและอย่างไร

ดังนั้นกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร โดยผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การเลือกเปิดรับ หรือ การเลือกใช้สื่อมวลชน (Selective exposure) ในชีวิตประจำวันของประชาชนนั้น แต่ละคนมีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่ประชาชนมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการจะรับสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนมีความพอใจหรือไม่พอใจแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ แตกต่างกันไป ดังนั้นในการสื่อสารมวลชนประชาชนจึงเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนตามความปรารถนาของตน เช่น ในการดูทีวี มีสถานีโทรทัศน์อยู่ 6 สถานีในกรุงเทพมหานคร พอถึงเวลาข่าว เราจะเลือกดูข่าวจากช่องไหน จะดูละครช่องใด เมื่อจะฟังวิทยุจะหมุนไปฟังสถานีไหน จะอ่านหนังสือพิมพ์ จะอ่านฉบับไหน ในการใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของเรา ทั้งนี้โดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้อง, รักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (self-concept)

2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) คือ กระบวนการภายในจิตใจของบุคคลเลือกสารที่สอดคล้องกับตนเองท่ามกลางความหลากหลายของข่าวสารที่เข้ามาสู่ผู้รับสารหลังจากการเปิดรับข่าวสาร

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) คือ ผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่ตนเห็นว่าสนใจโดยการแปลสภาพสารที่สนใจไปเป็นความรู้พื้นฐานหรือผู้รับสารจะเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามประสบการณ์ ความต้องการ

4. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทศนคติ ฯลฯ ของผู้รับสารแต่ละคน และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับสารนั้นได้ง่ายกว่า เช่น ในสถานการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้น ผู้รับสารอาจเลือกที่จะจดจำข่าวสารในแง่บวก เช่น การพบนกสีส้มสดใส และลืมในส่วนที่เป็นความรุนแรง การฆ่ากัน

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือธรรมะประยุกต์ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันไปตามสภาพส่วนบุคคลทั้งด้านจิตใจ ความคิด ความเชื่อ ประสบการณ์ และพฤติกรรม ในขณะเดียวกันการใช้ประโยชน์จากสื่อและสารดังกล่าวของประชาชนย่อมขึ้นอยู่กับเหตุผลและเกณฑ์ในการเลือกของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน

จากทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือธรรมะประยุกต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ จากการนำเสนอเนื้อหาธรรมะในหนังสือมีอิทธิพลต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดูแลปกป้องจิตใจ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่าน

การเปิดรับสื่อข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิธีการหนึ่ง คือ การอ่าน นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “การอ่าน” ไว้มากมาย ซึ่งพอจะนำมาเป็นตัวอย่างได้พอสังเขปดังนี้

พอล ดี ลิตตี้ (Paul D. Leedy อ้างถึงใน วิวัฒน์ ใจเที่ยง, 2539) กล่าวว่า การอ่าน คือ การรวบรวมความคิดและตีความหมาย ตลอดจนประเมินค่าความคิดเหล่านั้นที่ปรากฏอยู่ตามสิ่งพิมพ์แต่ละหน้า

ซิงท์ (Zintz อ้างถึงใน ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์, 2525, น. 3) ได้ให้คำนิยามของการอ่านว่า การอ่าน คือ การเก็บรวบรวมความคิดจากสิ่งพิมพ์

จากการนิยามการอ่านตามที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า การอ่าน คือ กระบวนการค้นหา ความหมายหรือความเข้าใจจากตัวอักษร และสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่ใช้แทนความคิด เพื่อเพิ่มพูน ประสพการณ์ของผู้อ่าน จะเห็นจากคำนิยามดังกล่าวได้ว่า การอ่านเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อ การแสวงหาความรู้และเพิ่มพูนประสพการณ์ เซอร์ ฟรานซิส เบคอน (Sir Francis Bacon อ้างถึงใน นรินทร์ บุญชู, 2520, น. 18) นักปรัชญาเมธี ชาวอังกฤษผู้หนึ่งได้กล่าวว่า “การอ่านทำให้คนเป็น คนโดยสมบูรณ์” การอ่านมักมีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งให้ประโยชน์แก่มนุษย์มาก ทั้งใน ด้านการศึกษาหาความรู้ การประกอบอาชีพและการพักผ่อนหย่อนใจ การอ่านจะช่วยส่งเสริม ความรู้ความคิดของคนเราให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

ฮูด, โซโลมอน และเบิร์น (Hood, Solomon & Burn อ้างถึงใน เขาวรัตน์ การพานิช, 2542, น. 10) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการเรียนรู้ในการอ่านไว้ว่า ผู้เรียนควรได้อ่านสิ่งที่มีเนื้อหาหลากหลาย เพื่อที่จะได้พัฒนาความรู้เพิ่มเติมที่มีอยู่ให้ไปสู่ระดับที่สูงขึ้น ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับทัศนะของ นักวิจัยทางภาษาหลายคน เช่น Krashen, Snow, Barnes, Chandler และ Goodman ที่ว่า หากสิ่งที่ อ่านมีเนื้อหาหลากหลายมากเท่าใด ผู้เรียนก็จะมีโอกาสได้พัฒนาความสามารถในการอ่านมากขึ้น เท่านั้น นอกจากนี้ความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจที่ได้รับจากการอ่านเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กระตุ้นให้ ผู้เรียนรู้สึกสนใจ และในขณะเดียวกันก็เป็นแรงจูงใจให้ผู้เรียนอยากอ่านมากขึ้น

นอกจากนี้ เวเพลส์ (Wapels อ้างถึงใน ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน์, 2525, น. 16) ได้เสนอ ความจำเป็นในการอ่านว่า

1. อ่านเพื่อปัญหาตนเอง เพราะเมื่อมนุษย์เราประสบปัญหา ก็มักจะหาทางช่วยตนเอง แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การอ่านเป็นการช่วยแก้ปัญหาอย่างหนึ่ง เป็นต้นว่า บุคคลผู้นั้นต้องการให้สอบผ่าน ก็ต้องอ่านเพื่อความรู้นำมาสอบ สิ่งแรกทุกคนจะมุ่งไปถึงสิ่งพิมพ์ก่อนไม่ว่าจะเป็นหนังสือ วารสาร บทความ ถ้าไม่ได้ผลเต็มที่จึงจะหาพวกโสตทัศนวัสดุเข้าช่วย เช่น ภาพภาพ เป็นต้น

2. การอ่านเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพและมีเกียรติยศชื่อเสียงของตนเอง คนส่วนใหญ่มุ่ง หรืออ่านเพื่อจะปรับปรุงความคิดเห็นของตน และอ่านเพราะอยากรู้ อยากเห็น หรืออ่านเพื่อการเข้าไป อยู่ในสังคมอย่างมีเกียรติ ไม่ว่าการอ่านวารสาร หนังสือพิมพ์ หรือบางที่อ่านเพื่อตอบปัญหาใน อาชีพของตน

3. อ่านเพื่อความรู้ เพราะว่ามันมนุษย์เราต้องการให้ความรู้เพิ่มเติมขึ้นจากที่ตนมีอยู่เดิม และต้องการรู้ในสิ่งที่ตนอยากรู้ อยากเห็น เพราะฉะนั้นการอ่านจึงเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นวิธีการหนึ่ง ที่ช่วยให้ผู้อ่านอ่านแล้วเกิดความรู้เพิ่มเติม

ลำราญ ครูศรีขิต (2526, น. 5) ได้กล่าวว่า เป็นความจริงที่ว่า การสื่อสารมวลชนด้านอื่น เช่น วิทยุ โทรทัศน์จะเจริญก้าวหน้าและได้รับการยอมรับกันมาก แต่การสื่อสารด้วยการอ่านก็ยัง

คงความจำเป็น และจะยังคงความสำคัญอยู่ต่อไป ดังที่ Hittleman กล่าวว่า เกือบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่การอ่านจะถูกแทนที่ในสังคมมนุษย์ด้วยเครื่องมือสื่อสารด้านอื่น ตราบใดที่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ยังไม่เปลี่ยนรูปเป็นอย่างอื่น ภาระหน้าที่ของการอ่านก็ยังคงมีความสำคัญอย่างยิ่งอยู่ตลอดไป

จากแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่าน ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาพฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือธรรมชาติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือธรรมชาติของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการข้อมูลข่าวสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับเหตุผลของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

(Uses and Gratification Theory)

สาระสำคัญของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับปลายข้างผู้รับสารการสื่อสาร คือ ผู้รับสาร โดยเน้นที่การใช้ประโยชน์ของเนื้อหาจากสื่อมวลชน เพื่อให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจหรือเพื่อสนองความต้องการจำเป็นและความสนใจของปัจเจกบุคคล ซึ่งการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจในการสื่อสาร ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ

1. ผู้รับสารอยู่ในฐานะเป็นผู้สวมบทบาทรุก (Active) มีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Goal Directed)
2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตน มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือ เป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว
3. ความพึงพอใจในสื่อเกิดขึ้น เมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้น เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกัน ผู้ส่งสารจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากการที่ตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจ

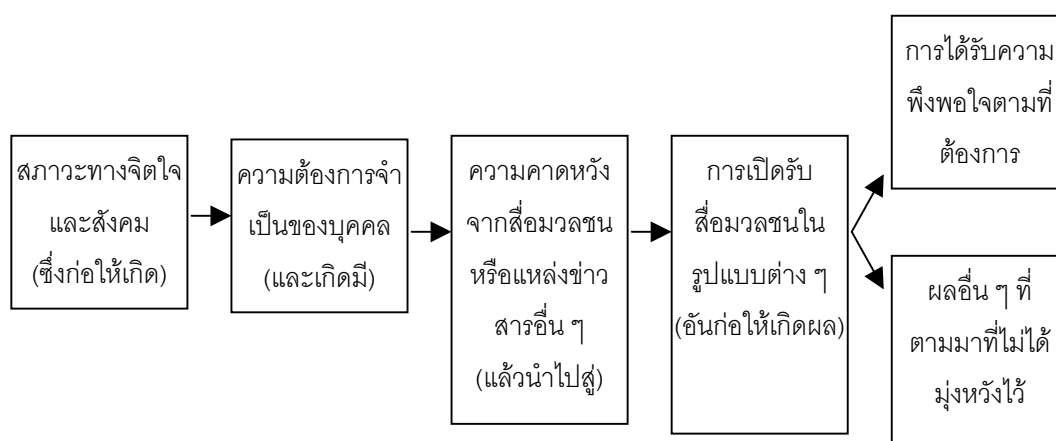
คาทซ์ (Katz อ้างถึงใน พัทนี เสงี่ยมรยา, 2534, น. 132-133) ชี้ให้เห็นว่า สื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอนและการเลือกใช้สื่อก็เนื่องจากเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคล ซึ่งตรงกับเดวิสสัน (Davison) ที่เสนอว่าบุคคลทุก ๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อหรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และ

สอดคล้องกับความต้องการทางสังคม โดยการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมวลชนมีลักษณะต่าง ๆ จากการแสวงหาความรู้จากการรายการข่าว การเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในชีวิตประจำวัน ความโดดเดี่ยว ความวิตกกังวล ความเครียด หรือเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง เพื่อแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม

แคทซ์และคณะ (Katz & Others อ้างถึงใน ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์, 2547, น. 32) ได้ทำการศึกษาและได้ให้คำอธิบายในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสารว่า เป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งสารอื่น ๆ และนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ซึ่งแสดงไว้ตามภาพที่ 2.1 ดังนี้

ภาพที่ 2.1

แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพอใจ



แบบจำลองการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจเป็นแบบจำลองที่มุ่งอธิบายกระบวนการรับสารจากสื่อมวลชนและการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร โดยบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ ความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

นอกจากนี้ วินดาห์ล (S. Windahl อ้างถึงใน ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์, 2547, น. 33) แสดงให้เห็นว่า การใช้ประโยชน์เป็นหัวใจของแบบจำลองดังกล่าว เพราะนั่นเท่ากับเป็นการเปิดรับ

สารด้วยความคาดหวังบางประการในอันที่จะได้รับความพึงพอใจ ทั้งนี้เพื่อนำผลจากการสื่อสารไปใช้ประโยชน์ ซึ่งผลของการสื่อสารอาจเป็นผลโดยตรงที่เกิดจากลักษณะเนื้อหาของสื่อเป็นตัวกำหนดให้เกิดขึ้น หรือเป็นผลตามมาที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากความคาดหวังของลักษณะเนื้อหาของสื่อ แต่มาจากการใช้ประโยชน์จากสื่อ

จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน ดังเช่น มาสโลว์ (Maslow อ้างถึงใน อิศวฤทธิ์ อุทัยรัตน์, 2537, น. 43-44) ได้แสดงทัศนะว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

1. ความต้องการทางสรีระ (Physiological Needs) ได้แก่ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. ความต้องการสวัสดิภาพ (Safety Needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัย มีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ปราศจากความกลัวการสูญเสียและภัยอันตรายทั้งปวง เป็นความต้องการที่เกิดขึ้น เมื่อความต้องการทางสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว

3. ความต้องการความรัก (Love Needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการ 2 ขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ทุกคนย่อมต้องการที่จะได้รับความรักและการมีสัมพันธกับผู้อื่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พ่อ-แม่, ลูก และ เพื่อน ฯลฯ

4. ความต้องการได้รับความนิยมนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการขั้นสูงกว่าความต้องการทั้ง 3 ขั้นที่กล่าวมา คนเราต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น เพื่อที่จะได้เกิดความรู้สึกภูมิใจในตนเอง

5. ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง (Self-Actualization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ ในขั้นนี้มนุษย์จะศึกษาเพราะอยากรู้ จะสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพราะใจรัก จะทำงานเพราะเป็นความสุข เป็นขั้นที่มนุษย์ต้องการจะพัฒนาความเป็นมนุษย์ของตนเองให้สูงขึ้น

ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นความต้องการในระดับใดเกิดขึ้น ย่อมทำให้มนุษย์เกิดความพยายามที่จะกระทำการต่าง ๆ เพื่อสนองต่อความต้องการดังกล่าว ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความต้องการตลอดแนวทางแก้ปัญหาดังกล่าว เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์พยายามที่จะแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ความพอใจให้กับตนเองโดยการอาศัยสื่อและพฤติกรรมอื่น ๆ เป็นเครื่องมือในการหาคำตอบ ด้วยเหตุนี้มนุษย์จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อหรือเลือกสรรสื่อ ตลอดจนพฤติกรรมด้านอื่น ๆ แตกต่างกันตามสภาพภูมิหลัง และสภาพสังคมของแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน หากพฤติกรรมการใช้สื่อและพฤติกรรมด้านอื่น ๆ สามารถสนองต่อคำตอบ หรือหาทางออกให้กับบุคคลในฐานะ

ผู้รับสารได้ บุคคลเหล่านั้นก็จะพึงพอใจต่อพฤติกรรมการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่น ๆ ของตน ในทางตรงกันข้ามบุคคลอาจไม่พึงพอใจถ้าหากไม่มีคำตอบจากพฤติกรรมในการใช้สื่อ หรือพฤติกรรมด้านอื่น ๆ ความพึงพอใจหรือไม่พอใจเท่านั้น ย่อมส่งผลกระทบหรือสะท้อนกลับไปยังโครงสร้างสังคมกับการสื่อสารและภูมิหลังของบุคคลเหล่านั้นได้

เห็นได้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ จึงเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการรับข่าวสาร การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นอะไรคือความต้องการและแรงจูงใจที่จะเปิดรับข่าวสาร และข่าวสารถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรจึงเป็นคำถามที่ผู้ใช้สื่อจำเป็นต้องตระหนักถึง

ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางให้การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือธรรมะประยุกต์ทั้งทางด้านข้อมูลข่าวสาร การเรียนรู้และความรู้ ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการใช้ประโยชน์ทางสังคม ด้านการเสริมสร้างความเชื่อหรือช่วยในการตัดสินใจ และด้านความหลากหลาย ว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในแต่ละด้าน ผู้เปิดรับข่าวสารจากหนังสือธรรมะประยุกต์มีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ใด

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

หนังสือธรรมะประยุกต์ถือเป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (Berlo's Model)

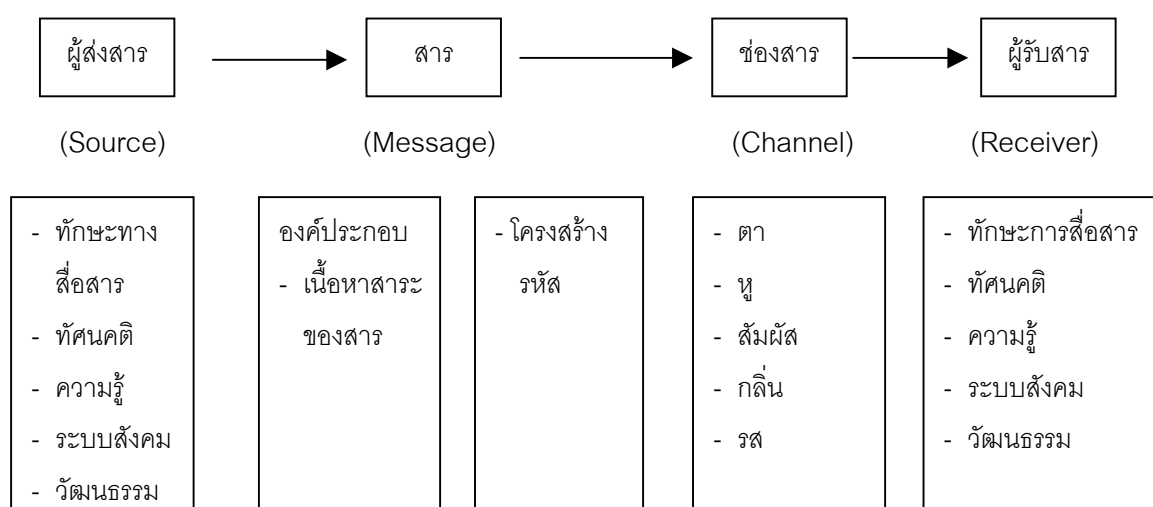
เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo, 1960, pp. 25-26) ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ในปี พ.ศ. 2503 เบอร์โล อธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ คือ

1. แหล่งสาร (Communication Source)
2. ผู้เข้ารหัส (Encoder)
3. สาร (Message)
4. ช่องทาง (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication Receiver)

แต่ในการเสนอแบบจำลอง เบอร์โลได้รวมเอาแหล่งสารและผู้เข้ารหัสไว้ด้วยกัน ในฐานะ “ผู้ส่งสาร” และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ด้วยกันในฐานะ “ผู้รับสาร” แบบจำลองของ เบอร์โลเป็นที่รู้จักในชื่อ “แบบจำลอง SMCR” ซึ่งแสดงไว้ ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2

แสดงแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล



ตามแนวคิดของเบอร์โล (David K. Berlo อ้างถึงใน ธนวดี บุญลือ, 2526, น. 5-6) ผู้ส่งสาร ก็คือ บุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร ทำหน้าที่ในการเข้ารหัสสาร ส่งสารโดยผ่านช่องทาง ได้แก่ ตา หู สัมผัส กลิ่น รส ไปยังผู้รับสารซึ่งรับสารโดยการถอดรหัส ทั้งนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสื่อสารกันได้ดีหรือไม่เพียงไรขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการพูด การฟัง การเขียน การอ่าน การคิด การให้เหตุผล การแสดงท่าทาง สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น ความสามารถในการอธิบายความคิดของตนเองให้ผู้อื่นทราบ ความสามารถในการแสดงสีหน้า ท่าทาง ฯลฯ

2. ทัศนคติ หมายถึง การที่บุคคลประเมินสิ่งต่าง ๆ โดยความโน้มเอียงของตนเองเพื่อที่จะเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งเหล่านี้ ทัศนคติในการสื่อสารเกิดขึ้นได้ในหลายองค์ประกอบ เช่น ทัศนคติต่อตนเอง ต่อเนื้อหาของสาร ต่อผู้รับสารหรือผู้ส่งสารหรือทัศนคติต่อสถานการณ์แวดล้อม การสื่อสาร ทัศนคติเหล่านี้จะไปมีผลต่อการสื่อสาร เช่น เราจะทำการสื่อสารได้ดีกับคนที่เรารู้สึกไว้นั่นหรือไม่

3. ความรู้ หมายถึง ระดับความรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมถึง ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร จะต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมจึงจะทำการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ระบบสังคม สังคมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคล เพราะบุคคลขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผู้ทำการสื่อสารที่มีระบบสังคมคล้ายคลึงกันย่อมจะสื่อสารกันได้ดีกว่าผู้ที่มาจากสังคมที่แตกต่างกันมาก

5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ในแต่ละสังคมกำหนดขึ้นมาและยึดถือปฏิบัติ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ต่างวัฒนธรรมกันอาจประสบความล้มเหลวได้เพราะอาจเกิดการเข้าใจผิดในการสื่อสารได้ เช่น การสายศีระะ “ตอบรับ” ของชาวศรีลังกา ถ้าเราไม่เข้าใจหรือทราบมาก่อนอาจเข้าใจว่าเป็นการ “ตอบปฏิเสธ” ซึ่งทำให้การสื่อสารผิด

นอกจากนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นแนวทางหนึ่งของทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร เนื่องจากในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารฝ่ายหนึ่ง และผู้รับสารอีกฝ่ายหนึ่ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารส่งสารออกไป แล้วมีผู้รับสาร

ผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะและประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากมาย ในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่และการสื่อสารมวลชน ก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) เช่น จำแนกตาม อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษาและศาสนา เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2533, น. 112) โดยมีสมมติฐานว่าผู้รับสารเป้าหมายเป็นใคร มีลักษณะอย่างไร ก็จะได้วางแผนปรับการสื่อสารของตนให้เข้ากับลักษณะของผู้รับสาร เพื่อผลสำเร็จของการสื่อสาร โดยการปรับตนเอง ปรับสาร ปรับวิธีการจัดสรร ตลอดจนการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมาย กล่าวโดยสรุปก็คือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เชื้อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 64-65) โดยวิเคราะห์จากปัจจัยดังต่อไปนี้

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audience)

1. อายุ (Age) อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย คนมีอายุมากขึ้นมีโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจน้อยลง โดยคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหา

ข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง มักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวสารบ้านเมือง ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยอ่านบทบรรณาธิการ

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าหญิง แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดี ส่วนในด้านกิจกรรมที่กระทำนั้น เนื่องจากผู้หญิงมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าผู้ชายที่ส่วนใหญ่มักออกไปทำงาน ทำให้ผู้หญิงมีเวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่า สามารถที่จะรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่า แต่มักจะใช้เพื่อความผ่อนคลาย หรือเพื่อฟังสาระความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการ ในขณะที่ผู้ชายมีเวลารับฟังน้อยกว่าก็มักจะเลือกฟังรายการที่มีเนื้อหาข่าวสารที่หนัก ๆ เช่น ข่าวสารด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจหรือด้านกีฬา เป็นต้น

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ซึ่งสถานะเหล่านี้ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันอย่างมีค่านิยม ความคิด ตลอดจนความเชื่อและพฤติกรรมที่ต่างกัน รายได้ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย เนื่องจากรายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนกำหนดความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ด้วย คนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติที่แตกต่าง

4. การศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน และในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้น ตัวครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึกรู้คิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียนในทำนองเดียวกับที่พ่อแม่ได้สอดแทรกความคิดของตนให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดูบุตรด้วย คนที่มีระดับการศึกษาสูง จะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง และมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาที่ต่ำกว่า จึงสรุปได้ว่า การศึกษาเป็นตัวแปรหนึ่งที่ต้องตระหนักและเรียนรู้ให้ดีก่อนการสื่อสาร เพราะผู้รับสารที่มีการศึกษาต่างกันจะมีทักษะการสื่อสาร ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (Defleur อ้างถึงใน อรวิภา จินตนาวัน, 2549, น. 8) ได้ดัดแปลงกลไกเชิงสิ่งเร้าและการตอบสนอง โดยเห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทักษะคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารต่างกันออกไป ซึ่งเดอเฟลอร์ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ไว้ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะทางชีวภาพ หรือร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่มาจากความแตกต่างทางการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดทักษะคติ ค่านิยม และความเชื่อ ที่รวมเป็นลักษณะจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กระบวนการในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำสาร ที่มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารต่อไป

ในการพิจารณาถึงผู้รับสารนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้รับสารเพื่อให้ได้ตรงตามเป้าหมายมากที่สุด เนื่องจากการสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารในกลุ่มคนจำนวนมาก บางครั้งผู้ส่งสารไม่สามารถควบคุมผู้รับสารได้ ซึ่งผู้รับสารมีการแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (ปรมะสตะเวทิน, 2533, น. 112) คือ

1. ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมาย (Intended Receivers) ได้แก่ ผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารต้องทำการสื่อสาร ส่งสารไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ในทางการสื่อสารมวลชน เราเรียกผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายว่า target audience ในปัจจุบันได้มีการกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายของสื่อมวลชนบางประเภท จัดเป็นประชาชนที่มีลักษณะเฉพาะเป็นพิเศษ (Special publics) และสื่อมวลชนที่มุ่งสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่ม เรียกว่า specialized media ซึ่งมีผู้เรียกสื่อประเภทนี้ในภาษาไทยว่า สื่อเฉพาะกิจหรือสื่อเฉพาะกลุ่ม

2. ผู้รับสารที่ไม่ได้เป็นเป้าหมาย (Unintended receivers) ได้แก่ ผู้รับสารที่ไม่ได้เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจที่จะส่งสารไปยังบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น หากแต่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นได้รับสารโดยบังเอิญ เช่น การเสนอรายการทางโทรทัศน์บางประเภทในตอนดึก เพื่อป้องกันมิให้เด็กดู แต่บังเอิญเด็กยังไม่นอนก็เลยได้ดูรายการนั้นไปด้วย

การจำแนกประเภทของผู้รับสารออกเป็น 2 ประเภทเช่นนี้ มีประโยชน์ คือ

1. เพื่อเป็นการเตือนให้ผู้ส่งสารตระหนักว่า ในการสื่อสารนั้นผู้ได้รับสารของเราอาจมีทั้งคนที่เราต้องการ และคนที่เราไม่ต้องการก็ได้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลที่ไม่พึงปรารถนาได้

2. เพื่อความถูกต้องในการวิเคราะห์ผลหรืออิทธิพลของการสื่อสาร

สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร คือ ผู้รับสารมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะการคิด ความรู้ การศึกษา ระบบสังคมวัฒนธรรม และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งผู้รับสารที่มีลักษณะดังกล่าวแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการอ่านที่แตกต่างกันด้วย

จากทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาสนับสนุนความคิดที่ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหรือพฤติกรรมการอ่านหนังสือธรรมชาติที่แตกต่างกัน เพื่อนำมาศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการอ่าน และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือ

การจัดพิมพ์หนังสือได้มีการจัดแบ่งประเภทหรือหมวดหมู่ของหนังสือไว้ หนังสือธรรมชาติที่จัดเป็นหนังสือประเภทหนึ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักธรรมคำสั่งสอนทางพระพุทธศาสนา ปัจจุบันการจัดประเภทหรือแบ่งหมวดหมู่สามารถแบ่งได้หลายประเภท เช่น แบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้ แบ่งตามลักษณะรูปเล่ม แบ่งตามกลุ่มผู้อ่าน หรือแบ่งตามสาระ ซึ่งมักจะเป็นวิธีแบ่งที่นิยมกันโดยเป็นฐานการแบ่งที่กว้างที่สุด หรือหนังสือที่เป็นสื่อศิลปกรรม (Imaginative Media) และหนังสือที่เป็นสื่อวิทยาการ (Informative Media) ซึ่งมักจะนิยมเรียกกันว่า บันเทิงคดี (Fiction) และสารคดี (Non-fiction) ดังการแบ่งใน คู่มือบรรณารักษศาสตร์ของ แม้นมาส ชวลิต และ สิริินทร์ ช่างโชติ (2511, น. 235-237)

การจำแนกตามแนวบรรณารักษศาสตร์ มีรายละเอียดของประเภทบันเทิงคดี และสารคดี ดังนี้

1. บันเทิงคดี คือ งานเขียนประเภทร้อยแก้วซึ่งเขียนเลียนแบบหรือจำลองชีวิตจริงได้อย่างมีศิลปะ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านเป็นส่วนใหญ่ ในความหมายกว้าง บันเทิงคดีมีหลายรูปแบบ ได้แก่ นวนิยาย เรื่องสั้น และบทละคร แต่โดยทั่วไปหนังสือบันเทิงคดี จะหมายถึงนวนิยายและเรื่องสั้น

นวนิยายจำแนกตามเนื้อหากว้าง ๆ ได้ 9 ประเภท ดังนี้

- 1.1 นวนิยายรัก
- 1.2 นวนิยายสะท้อนสังคม หรือนวนิยายแสดงข้อคิดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม
- 1.3 นวนิยายผจญภัย หรือนวนิยายเกี่ยวกับเหตุการณ์
- 1.4 อาชญากรรม คือ นวนิยายเกี่ยวกับการสืบสวนคดีต่าง ๆ
- 1.5 ทศนิยาย เป็นนวนิยายที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนาน ผ่อนคลายอารมณ์
- 1.6 นวนิยายอิงประวัติศาสตร์
- 1.7 นวนิยายการเมือง
- 1.8 นวนิยายอิงศาสนา
- 1.9 นวนิยายเชิงวิทยาศาสตร์ เป็นนวนิยายที่ใช้ความรู้ในสาขาวิทยาศาสตร์

ประกอบการวางโครงเรื่อง

2. สารคดี คือ หนังสือที่เขียนขึ้นเพื่อให้ความรู้ ความคิด และสารประโยชน์นานาประการ บางเล่มอาจให้ทั้งความรู้ ความเพลิดเพลิน และความจรรโลงใจ สารคดีส่วนใหญ่จะมีส่วนประกอบในหนังสือเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้รวดเร็วและชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น คำนำ สารบัญ ภาพประกอบ แผนที่ แผนภูมิ เป็นต้น เนื้อหาสารคดีมีหลากหลายตามสาระและความมุ่งหมายของผู้เขียน ห้องสมุดต่าง ๆ จำแนกเนื้อหาของสารคดีออกเป็น 10 หมวด ตามระบบการจัดหมู่แบบทศนิยมดิวอี้ (Dewey decimal classification อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 5) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายในห้องสมุดและร้านจำหน่ายหนังสือในประเทศไทย ดังนี้

- 2.1 เบ็ดเตล็ด ความรู้ทั่วไป
- 2.2 ปรัชญา จิตวิทยา จิตวิทยาประยุกต์
- 2.3 ศาสนา
- 2.4 สังคมศาสตร์ รวมทั้ง การเมือง การปกครอง เศรษฐศาสตร์ การศึกษา
ขนบธรรมเนียมประเพณี
- 2.5 ภาษาศาสตร์ และภาษาต่าง ๆ
- 2.6 วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์
- 2.7 วิทยาศาสตร์ประยุกต์ เทคโนโลยี รวมทั้ง การแพทย์ วิศวกรรมศาสตร์ ธุรกิจ
การจัดการเกษตรศาสตร์
- 2.8 ศิลปะและการบันเทิง รวมทั้งสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม การถ่ายรูปแบบ
ดนตรี กีฬา นันทนาการ

หนังสือธรรมะประยุกต์จึงจัดอยู่ในกลุ่มสารคดี หมวดศาสนา คือ กลุ่มหนังสือที่เขียนเพื่อให้ความรู้ ความคิด และสารประโยชน์นานาประการ

แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือประเภทพระพุทธศาสนา

บทบาทและหน้าที่พุทธศาสนาต่อสังคม

พุทธศาสนามีความเกี่ยวพันกับชีวิตของคนไทยมาอย่างแนบแน่น พุทธศาสนาเป็นสถาบันหนึ่งในสังคมอันเป็นที่มาและถ่ายทอดวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติไทย องค์ประกอบพุทธศาสนาประกอบด้วยพระพุทธเจ้า พระธรรมคำสั่งสอน พระสงฆ์ วัดและอุบาสก อุบาสิกา เป็นองค์ประกอบที่มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมอยู่ตลอดเวลา และพุทธศาสนาได้กระทำหน้าที่ต่อสังคมเป็นหลักใหญ่อยู่ 3 ประการ คือ

1. พุทธศาสนาทำหน้าที่อบรมประชาชนให้รู้ระเบียบสังคม วัดและพระสงฆ์เป็นสื่อในการอบรมระเบียบสังคมแบบพุทธ โดยการกล่อมเกล่าให้กุลบุตร ธิดา อุบาสก อุบาสิกา ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ตามแบบพุทธ เช่น อบรมสั่งสอนให้เมตตาต่อผู้ตกทุกข์ได้ยาก มีความโอบอ้อมอารีช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การวางคนให้เหมาะสมกาลเทศะ เช่น บุตรต่อบิดามารดา ศิษย์ต่อครูบาอาจารย์ ผู้สูงอาวุโสต่อผู้น้อย เป็นต้น

2. พุทธศาสนาทำหน้าที่เป็นกลไกในการควบคุมสังคม วัดและพระสงฆ์เป็นกลไกในการอบรมสั่งสอนให้ประชาชนเป็นพลเมืองดีของประเทศตามหลักธรรม เช่น ศีลห้า พรหมวิหารสี่ สังคหวัตถุสี่ สังวัตตนิกธรรมสี่ เป็นต้น การที่บุคคลได้รับการสั่งสอนหลักธรรมและยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต จะทำให้สังคมลดความขัดแย้งและลดปัญหาสังคมได้นานาประการ

3. พุทธศาสนาทำหน้าที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวในสังคม ตามหลักคำสอนของพุทธศาสนาได้โน้มน้าวประชาชนให้มีความเชื่อ ยึดถือในปรัชญาการดำเนินชีวิตเดียวกัน อันเท่าเทียม เป็นการเสริมสร้างความสามัคคีและความเป็นปึกแผ่นในสังคม เช่น พิธีกรรมต่าง ๆ อันได้แก่ งานพิธีบวชนาค งานศพ งานบุญในเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันวิสาขบูชา วันมาฆบูชา วันเข้าพรรษา เป็นต้น งานพิธีกรรมเหล่านี้เป็นสื่อให้ประชาชนมาร่วมกันสังสรรค์กัน เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีความใกล้ชิดยินดีจะผนึกกำลังเพื่อส่วนรวม (สมบุรณ์ สุขสำราญ, 2530 น. 26-27)

จากแนวคิดดังกล่าว เห็นได้ว่า หนังสือธรรมะประยุกต์ทำหน้าที่ในการเผยแผ่พุทธศาสนาต่อสังคม ซึ่งพระพุทธศาสนามีประโยชน์ต่อผู้ศึกษา คือ อบรมให้ประชาชนรู้ระเบียบของสังคม กล่อมเกล่าให้คนเป็นคนดี โอบอ้อมอารี ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยเป็นกลไกในการควบคุมสังคมให้สังคมมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วุฒิชัย ผาสุขกานนท์ (2542, น. บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการพระพุทธรักษาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ รายการข่าว รายการละครเพลง และภาพยนตร์เรื่องยาว แต่รายการธรรมะได้รับความนิยมน้อยที่สุด ช่วงเวลาค่าเป็นต้นไปเป็นเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมโทรทัศน์มากที่สุด ขณะที่รายการพระพุทธรักษาส่วนใหญ่ออกอากาศในช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างไม่สะดวกและส่วนใหญ่จะรับชมรายการพระพุทธรักษาบ่อย คือ ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยของรายการที่มีผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบวิธีนำเสนอรายการพระพุทธรักษา โดยรูปแบบที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ แบบธรรมบรรยายล้วนและแบบละครธรรม ซึ่งได้รับความนิยมในสัดส่วนที่เท่ากัน ขณะที่วิทยากรหรือผู้บรรยายธรรมที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด คือ พระพยอม กัลยาโณ วัดสวนแก้ว รายการธรรมะรับอรุณที่ออกอากาศในตอนเช้า เป็นรายการพระพุทธรักษาที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด ผลการวิเคราะห์อันดับความชื่นชอบรายการตามหา...แก่นธรรม ที่ออกอากาศในช่วงเวลา 20.30 น. พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นรายการที่นิยมอันดับที่ 3 มากที่สุด

วัชรียา อานามวัฒน์ (2534, น. บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า ร้อยละ 84.6 เคยชมรายการธรรมะพระพยอม เนื่องจากรูปแบบที่มีทั้งเนื้อหาสาระและความบันเทิง สามารถนำมาใช้ประโยชน์และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ และรูปแบบของการสอนธรรมะที่สอดแทรกมุขตลกขบขัน เพื่อดึงดูดผู้ชมและผู้ฟัง อีกทั้งเวลาในการนำเสนอสะดวกที่จะติดตามชม คือ ทุกวันอาทิตย์เวลา 11.30 น. ทางไทยทีวีสี ช่อง 3

พวงทอง อังคาบ (2538, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาในเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแผ่พระพุทธรักษาทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการพระพุทธรักษา ตลอดจนเพื่อศึกษาความตระหนักในความสำคัญของพระพุทธรักษากับการเข้าร่วมกิจกรรมทางพระพุทธรักษาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา ไม่มีผลต่อความแตกต่างกันในเรื่องความคิดเห็น ทัศนคติความตระหนักในความสำคัญทางพระพุทธรักษา และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางพระพุทธรักษา

พระมหาสำราญน้อย ภิรมโม (2548, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ศึกษาการเขียนบทสุนทรพจน์เพื่อใช้ในการเผยแพร่พุทธธรรม” เพราะเล็งเห็นว่า การเผยแพร่ธรรมะในปัจจุบันพระสงฆ์ได้ใช้รูปแบบการเผยแพร่ธรรมะด้วยวิธีการเขียนมากขึ้น ซึ่งการเขียนบทสุนทรพจน์ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการเผยแพร่ที่ประยุกต์หลักพุทธธรรม เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตและแก้ไขปัญหาสังคมได้ ผลการวิจัยพบว่า การเขียนบทสุนทรพจน์เป็นส่วนสำคัญในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นการประติษฐ์ด้วยถ้อยคำอย่างไพเราะ จนทำให้เกิดศรัทธาและนำหลักพุทธธรรมไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้ศึกษานำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส พฤติกรรมการอ่านหนังสือธรรมะประยุกต์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือธรรมะประยุกต์ของผู้อ่าน อีกทั้งสนับสนุนความคิดการเผยแพร่ธรรมะในปัจจุบันที่พระสงฆ์ได้ใช้รูปแบบการเผยแพร่ธรรมะด้วยวิธีการเขียนมากขึ้น