



การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์

โดย

นายอาทิตย์ หลวงละ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์

โดย

นายอาทิตย์ หลวงละ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารมวลชน

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



BUDDHIST MONKS AND THE USE OF FACEBOOK WEBSITE
ON THE INTERNET

BY

MISTER ARTIT LUANGLA



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นายอาทิตย์ หลวงละ

เรื่อง

การใช้เว็บไซต์เพชบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์กิติมา สุรสனி)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.กัจจร หลุยยะพงศ์)

คณบดี

(รองศาสตราจารย์พทธิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์
ชื่อผู้เขียน	นายอาทิตย์ หลวงละ
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) ศึกษาพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา และ 2) เพื่อศึกษาพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ถึงกระบวนการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จำนวน 4 รูป และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จำนวน 3 รูป ตลอดจนสำรวจเนื้อหาจากเนื้อหาบนสแตตัส และรูปภาพที่โพสต์บนบัญชี เฟซบุ๊กพระสงฆ์ที่ต้องการศึกษาเป็นส่วนประกอบ

จากผลการศึกษา พบว่า การใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ มีระดับการใช้งานแตกต่างกันออกไป แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้งานเฟซบุ๊ก โดยมีการต่อรองใช้เฟซบุ๊กระดับสูง คือ โดยกลุ่มนี้จะมองเฟซบุ๊กเป็นสื่อสาธารณะ (Public Interests) ไว้ใช้งาน เพื่อเป็นเครื่องมือเผยแพร่พระพุทธศาสนาเท่านั้น เป็นกลุ่มที่รู้เท่าทันสื่อ มีการสื่อสารแบบทางเดียว (One Way Communication) จะไม่ยอมให้เฟซบุ๊กเข้ามามีอิทธิพลได้โดยง่าย จึงปฏิเสธที่จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อเรื่องส่วนตัว นอกจากนี้ ยังเป็นกลุ่มที่ไม่ยอมรับการเข้ามาของสื่อใหม่อื่นๆ ที่อาจเข้ามาแทนเฟซบุ๊กได้โดยง่าย ต้องพิจารณาผลดี ผลเสียก่อน และยังเป็นกลุ่มที่เสนอแนวทางควบคุมการใช้งานเฟซบุ๊กให้มีความเหมาะสมกับสถานะที่พระสงฆ์พึงปฏิบัติ เพราะถือเป็นสื่อที่ให้ความอิสระกับผู้ใช้งานเกรงว่า หากพระสงฆ์ใช้งานในทางไม่สำรวม เหมาะสม สุดท้ายแล้ว จะนำความเสื่อมเสียมาให้กับตัวผู้ใช้งาน และสถาบันทางศาสนาในภาพรวม

ส่วนกลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มพระสงฆ์ที่มีการต่อรองใช้เฟซบุ๊กในระดับปานกลาง กลุ่มนี้จะมองเฟซบุ๊กเป็นสื่อส่วนบุคคล ไว้สำหรับเล่นตามความชื่นชอบส่วนตัวเป็นหลักแล้ว ยังมีไว้เพื่อใช้

ติดตามความเคลื่อนไหวในสังคมทางโลกย์ การสื่อสารของพระสงฆ์กลุ่มนี้ จึงเป็นแบบสองทาง (Two Way Communication) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ยอมรับเครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ ของสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กเป็นแนวทางการใช้งาน จึงปรากฏการใช้เฟซบุ๊กในทางโลกย์ให้เห็นเด่นชัดมากขึ้น แต่ยังคงอยู่บนพื้นฐานของความเหมาะสม แต่หากหน่วยงานภาครัฐจะเข้ามาวางกรอบกติกาการใช้งานนั้น พระสงฆ์กลุ่มนี้ยังมีความต่อต้าน พร้อมระบุชี้ชัดว่า หากจะกำหนดกติกาสำหรับพระสงฆ์เรื่องการใช้งาน ต้องเป็นกติกาที่พระสงฆ์เองสามารถยอมรับได้ด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นกลุ่มที่พร้อมเปิดรับการใช้งานจากสื่อใหม่ๆ ที่จะเข้ามาแทนที่เฟซบุ๊กในอนาคตอยู่ตลอดเวลา เพราะถือเป็นสื่อใหม่ที่ต้องเรียนรู้ให้ทันสังคมทางโลกย์



Thesis Title	BUDDHIST MONKS AND THE USE OF FACEBOOK WEBSITE ON THE INTERNET
Author	Mr. Artit Luangla
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Associate Professor Somsuk Himviman, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The research about Buddhist Monks and the Use of Facebook Website on the Internet were conducted 1) to study about the monks who used Facebook as a tool to promulgate Buddhism and 2) to study about the monks who tried to use Facebook as a negotiation tool for Buddhist ways. This study was a qualitative research. The data was collected by in-depth interview from the samples of four monks who used Facebook as a negotiation tool for Buddhist ways and three monks who used Facebook as a tool to promulgate Buddhism. The researcher also observed the contents and posted photos from the Facebook accounts of the target groups.

From the result of the study, it was found that there were some differences between the uses of Facebook by two groups of the samples. This could be divided into two categories. First, the monks who used Facebook as a negotiation tool for Buddhist ways in a high level saw Facebook as public interests. It was aimed to use as a tool to promulgate Buddhism only. They understood and knew how to use Facebook as a One Way Communication. They did not allow Facebook to have influences on them easily. So, they rejected to use Facebook for personal matters. Moreover, they did not accept other new media which could be a replacement of Facebook. They had to consider strong points and weak points seriously. This group also provided some suggestions in controlling the use of Facebook to be appropriate

with the code of monastic rules as Facebook gave freedom to all users. They were afraid that if the monks used Facebook inappropriately, the monks' dignity and reputation would be ruined as well as the religious institution in the whole picture.

The second group was the monks who used Facebook as a negotiation tool in a moderate level. This group mainly saw Facebook as media for personal preference. It was used to follow the social and global trends (secular world) . Therefore, the communication process of this group was Two Way Communication because they accepted the use of tools and functions of new media like Facebook. It could be seen that the use of Facebook in following global trends became more obvious and evident. However, the use of Facebook was still based on appropriateness. If the authority would like to set the rules in using Facebook among the monks, this group of monks still had some resistance. They clearly mentioned that if the rules would be issued, they must be accepted among the monks as well. In addition, this second group was eager to use other new media which might be replaced Facebook in the future since these new media helped users to comprehend global trends.

กิตติกรรมประกาศ

ในช่วงปี 2559 กระแสการใช้สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กในสังคมไทยได้รับความนิยมอย่าง ล้นหลาม แม้แต่สื่อกระแสหลักจากสำนักข่าวต่างๆ ก็ล้วนแต่ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย ด้วยการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก เพราะทุกคน ทุกชนชั้น จากทุกสถาบันทางสังคม ต่างหันมาเสพข้อมูลความเคลื่อนไหวต่างๆ บนเฟซบุ๊ก ถือได้ว่าเป็นยุคทองของเฟซบุ๊กก็คงไม่แปลก และก็ไม่ใช่ว่าเรื่องแปลกเช่นกันที่พระสงฆ์ ตัวแทนอีกสถาบันหนึ่งทางสังคมเข้ามาบริโภคนเฟซบุ๊ก แต่ก็ทำให้ผู้วิจัยสนใจประเด็นนี้ไม่น้อย หากจะศึกษาถึงพฤติกรรม เป้าหมายการของพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพราะถือว่าเป็นสถาบันที่มีเรื่องของพระธรรมวินัย ความสำรวมต่างๆ ที่ต้องยึดมั่น ถือมั่นมากกว่าปุถุชนคนธรรมดาทั่วไป มาเป็นกรอบกำหนดการใช้งาน

ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอหัวข้อต่อ รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน และเมื่อผ่านการตรวจสอบ ผ่านความคิดเห็น ก็ได้ลงมือทำตามขั้นตอนวิธีวิจัย วิทยานิพนธ์เล่มนี้ใช้เวลาราว 1 ปีครึ่ง เพราะต้องใช้เวลานานพอสมควร กว่าที่จะเข้าถึงข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์หนึ่งรูป ต้องใช้เวลาติดต่อเป็นร่วมเดือน สองเดือน แต่ทุกอย่างก็สามารถผ่านพ้นไปได้ด้วยดี จนเกิดเป็นผลวิจัยในเล่มนี้ ต้องขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความเมตตา สอนให้เห็นมุมมองใหม่ๆ เอาใจใส่กับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ส่งให้ตรวจทาน พร้อมกับเสนอแนวทางช่วยแก้ไข จนฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ มาได้ ซึ่งผู้วิจัยซาบซึ้งที่ยอมสละเวลาให้ลูกศิษย์มานานสองนาน ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณอาจารย์มา ณ จุดนี้ อีกครั้งครับ

รวมไปถึงอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกๆ ท่าน ทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิดา แสงสิงแก้ว ประธานกรรมการสอบฯ, รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ และ รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ กรรมการสอบฯ ที่ให้เกียรติมาเป็นกรรมการสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ พร้อมให้ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นต่างๆ เพิ่มเติมจนสุดศณานับ และทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ออกมาสมบูรณ์มากที่สุด เท่าที่ความสามารถของผู้วิจัยจะทำได้

หลายคนเคยกล่าวไว้ว่า เส้นทางการทำวิทยานิพนธ์เป็นสิ่งที่ยากลำบากแสนเหลือเกินกว่าจะได้ตัวอักษรแต่ละคำมาประติดประต่อในแต่ละบรรทัด ทุกอย่างเริ่มจากศูนย์ แต่เมื่อเวลาผ่านไปจากทีละบรรทัด กลายเป็นย่อหน้า หลายๆ ย่อหน้า กลายเป็นหนึ่งหน้า และหลายหน้ารวมกัน กลายเป็นเล่มวิทยานิพนธ์นี้ ทำให้รู้ว่าเวลาที่ผ่านไป ไม่สูญเปล่า

กว่าจะผ่านอุปสรรคนานัปการจนมาถึงจุดนี้ได้ นอกจากคณาจารย์ที่มีพระคุณทุกๆ ท่าน รวมถึงคณาจารย์แมสคอม มช. ที่มอบความรู้ต่างๆ ให้ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทุกๆ รูป ที่เสียสละเวลาให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์นานนับชั่วโมง จนกลับมาเป็นเนื้อหาวิจัยแล้ว สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้เลย คือ โอกาสของพี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆ โต๊ะข่าวเศรษฐกิจ กองบรรณาธิการ นสพ.มติชนทุกท่าน โดยเฉพาะพี่เกิด

พี่เพ็ญ พี่มล ที่เข้าใจในปัญหา และยอมยืดหยุ่นให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสได้เรียนช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา จนผู้วิจัยถึงเส้นทางฝัน ได้เล่มนี้มาครอบครองพร้อมกับวุฒิการศึกษา “ผมต้องขอขอบคุณทุกๆ คนในโต๊ะเศรษฐกิจมหติชน และผู้ใหญ่ทุกๆ ท่านที่เข้าใจ ขอบพระคุณจริงๆ ครับ”

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังขอขอบพระคุณพี่ๆ น้องๆ น้องๆ ขาวทุกท่าน โดยเฉพาะสายเศรษฐกิจท่องเที่ยวทั้งพี่หนึ่ง ขาวสด พี่ลักษณ์ กรุงเทพธุรกิจ พี่อ้อ ไทยรัฐ น้องเอ เดลินิวส์ พี่พี โปสต์ทูเดย์ พี่เจี๊ยบ บางกอกโพสต์ เอ กรมประชาสัมพันธ์ พลอย ประชาชาติธุรกิจ น้องจิ๊ก กรุงเทพธุรกิจ ที่คอยให้กำลังใจระหว่างเรียน ระหว่างทำวิทยานิพนธ์เสมอมา ที่สำคัญ ช่วยเหลือให้ฝากข่าว เวลาที่ผู้วิจัยมีนัดพบอาจารย์ หรือมีวิชาเรียนที่ไม่สามารถขาดได้ ต้องขอขอบพระคุณอย่างสุดซึ้งใจ

ขอขอบพระคุณพี่ๆ พี่อะ น้องเชลล์ พี่ตุ๊ก พี่เอ ติว พิมพ์ บุษ พี่อาร์ท เมธ พอท โกว ที่ช่วยเหลือยามเจออุปสรรค จนผ่านพ้นปัญหา และสามารถทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำเร็จ ตลอดจนขอบพระคุณพี่ๆ น้องๆ พี่อาร์ททุกๆ ท่านจากหลากหลายหน่วยงาน ที่คอยให้กำลังใจ คอยถามไถ่ด้วยความเป็นห่วงน้องคนนี้เสมอมา โดยเฉพาะพี่ตุ๊ก พี่ณีย์ พี่หนุ่ม พี่หนึ่ง พี่มัน พี่น็อต น้องน้ำหวาน

ขอบใจเพื่อนๆ MA 33 สื่อสารมวลชนทุกคนที่คอยช่วยเหลือกัน โดยเฉพาะกลุ่มแก๊งค์คนดีศรีอยุธยา ที่คอยผลักดัน ช่วยเหลือเรื่องการเรียน การหาข้อมูลอยู่ตลอด จนทยอยจบตามๆ กัน จนครบแก๊งค์ รวมถึงสหายที่ชวนมาเรียนด้วยกัน นายันท์ กมล ที่คอยช่วยประคับประคอง คอยเตือนกำหนดการนั้นนี้ให้ (สรุปใครชวนใครเรียน) รวมถึงเตย จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ออกมาได้ด้วยดี ตามกำหนดเวลาของแต่ละช่วงปฏิทิน

จริงๆ อยากขอบคุณหลายๆ คน ญาติ พี่ น้อง แต่คงไม่สามารถเอ่ยได้หมด แต่ 2 คนที่จะไม่เอ่ยกล่าวคำขอบพระคุณ คงไม่ได้เลย คือ คุณพ่อสมศักดิ์ และคุณแม่ปรียา ที่เป็นกำลังใจสำคัญ และเป็นแรงผลักดัน ทำให้ผู้วิจัยคิดจะเรียนต่อปริญญาโท เพื่อเป็นอนาคตของครอบครัว คอยให้กำลังใจ ให้คำปลอบโยน ให้ทุกๆ อย่างที่ไม่สามารถพิมพ์เป็นถ้อยคำได้หมดสำหรับลูกคนนี้ “ขอขอบพระคุณมากๆ ครับ ที่ได้เกิดมาเป็นลูกของพ่อและแม่”

นายอาทิตย์ หลวงละ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาในการวิจัย	16
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	16
1.4 ขอบเขตในการวิจัย	16
1.5 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	17
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	19
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับศาสนา	20
2.1.1 การเป็นสถาบันแกนกลางของสังคม	20
2.1.2 การวิจัยสื่อใหม่ (New Media) กับประเด็นศาสนา	21
2.1.3 บทบาทของพระภิกษุสงฆ์ พระธรรมวินัย และการสื่อสาร	25
2.2 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ David Morley	26
2.3 ทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด แห่งสำนักโทรอนโต (Toronto School)	34

	(8)
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	57
2.4.1 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร	57
2.4.2 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวสาร	59
2.4.3 งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่	63
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	67
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	67
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	69
3.3 วิธีการเก็บข้อมูล	69
3.4 การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล	70
3.5 เกณฑ์ในการวิเคราะห์	70
บทที่ 4 การวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	74
4.1 การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊ก ให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	75
4.1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊ก ให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	75
4.1.2 จุดยืนของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	79
4.1.3 การเข้าถึงตัวบท	94
4.1.3.1 ปัจจัยภายนอก	96
4.1.3.2 ปัจจัยภายใน	103
4.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้	113
4.2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)	114
4.2.1.1 เนื้อหาที่ตนเองสนใจ	115
4.2.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับบัญชีเฟซบุ๊กของตนเอง	116
4.2.1.3 เพื่อนบนเฟซบุ๊ก	120
4.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)	121
4.2.2.1 ฟังก์ชันการใช้งาน	122

4.2.2.2 เนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	124
4.2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)	126
4.2.3.1 การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	127
4.2.3.2 การตีความหมายจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	132
4.2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response)	137
4.2.4.1 กรณีการรับเป็นเพื่อน	139
4.2.4.2 กรณีการขอเป็นเพื่อน	144
4.2.4.3 กรณีการตอบคอมเมนต์	145
4.2.4.4 กรณีการส่งคอมเมนต์	148
4.2.4.5 กรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	150
4.2.4.6 กรณีการกดไลค์	154
4.2.4.7 กรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)	155
4.2.4.8 กรณีการบล็อกเพื่อน	158
4.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)	160
4.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ	161
4.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค	167
4.3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค	172
4.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ	174
4.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ	175
4.4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ	176
4.4.1.1 เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน	176
4.4.1.2 เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างกัน	177
4.4.1.3 เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย ความบันเทิง	179
4.4.1.4 เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก	180
4.4.1.5 เพื่อเผยแพร่พระพุทศศาสนาในแง่มุมต่างๆ	181
4.4.1.6 เพื่อแสดงถึงสิทธิที่เท่าเทียม	183
4.4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม	183
4.5 ผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อ	188
4.5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์	189
4.5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก	197

	(10)
4.5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	198
บทที่ 5 การวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	201
5.1 การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	202
5.1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	202
5.1.2 จุดยืนของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	206
5.1.3 การเข้าถึงตัวบท	222
5.1.3.1 ปัจจัยภายนอก	223
5.1.3.2 ปัจจัยภายใน	225
5.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้	227
5.2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)	228
5.2.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับบัญชี เฟซบุ๊กของตนเอง	228
5.2.1.2 เพื่อนบนเฟซบุ๊ก	236
5.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)	238
5.2.2.1 กรณีฟังก์ชันการใช้งาน	239
5.2.2.2 กรณีเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	241
5.2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)	247
5.2.3.1 การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	248
5.2.3.2 การตีความหมายจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	256
5.2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response)	263
5.2.4.1 กรณีการรับเป็นเพื่อน	265
5.2.4.2 กรณีการขอเป็นเพื่อน	268
5.2.4.3 กรณีการตอบคอมเมนต์	269
5.2.4.4 กรณีการส่งคอมเมนต์	274
5.2.4.5 กรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	275
5.2.4.6 กรณีการกดไลค์	279
5.2.4.7 กรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)	280

	(11)
5.2.4.8 กรณีการบล็อกเพื่อน	280
5.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)	283
5.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ	283
5.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค	292
5.3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค	301
5.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ	303
5.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ	304
5.4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ	305
5.4.1.1 เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์ กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน	305
5.4.1.2 เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างกัน	306
5.4.1.3 เพื่อสนองความใฝ่รู้ในเนื้อหาที่สนใจ	306
5.4.1.4 เพื่อเผยแพร่พระพุทธรูปศาสนาในแง่มุมต่างๆ	307
5.4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม	310
5.5 ผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อ	311
5.5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์	312
5.5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก	321
5.5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	323
บทที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	326
6.1 สรุปผลการวิจัย	328
6.2 อภิปรายผล	348
6.3 ข้อจำกัดของการวิจัย	373
6.4 ข้อเสนอแนะ	373
รายการอ้างอิง	375
ประวัติผู้เขียน	378

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงการปรากฏตัวของพระสงฆ์บนเฟซบุ๊ก	23
2.2 แสดงระดับการใช้ภาษาของพระสงฆ์ลักษณะต่างๆ	24
2.3 แสดงรูปของการสื่อสารกับการขยายประสบการณ์ของมนุษย์	38
2.4 แสดงการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ Everette Rogers และเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	55
4.1 แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่พยายาม ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	76
4.2 แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	79
4.3 แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวบท ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	94
4.4 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	114
4.5 แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	121
4.6 แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	126
4.7 แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	137
4.8 แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	161
4.9 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	167
4.10 แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาบริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	172
4.11 แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	174
4.12 แสดงการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	175

4.13	แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	188
5.1	แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่ใช้ เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	203
5.2	แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	206
5.3	แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	222
5.4	แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	228
5.5	แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	238
5.6	แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	247
5.7	แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	263
5.8	แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	283
5.9	แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	292
5.10	แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่ใช้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	301
5.11	แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	303
5.12	แสดงการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	304
5.13	แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	311
6.1	แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	332
6.2	แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	334

6.3	แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	335
6.4	แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้ สื่อเฟซบุ๊ก	337
6.5	แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	339
6.6	แสดงการเปรียบเทียบปฏิกิริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	340
6.7	แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	341
6.8	แสดงการเปรียบเทียบการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	342
6.9	แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่ใช้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	343
6.10	แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างการบริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	344
6.11	แสดงการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	345
6.12	แสดงการเปรียบเทียบการเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์ การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก และการกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติที่มีต่อผู้ใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก	347

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงจุดยืนในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม	41
3.1	กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์”	73
6.1	ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในลักษณะทางโลกย์	349
6.2	ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในลักษณะทางโลกย์	350
6.3	แสดงถึงจุดร่วมและจุดต่างการใช้งานเฟซบุ๊กระหว่างกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมกับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	361

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การใช้สื่อใหม่ผ่านเฟซบุ๊กของคนไทย

การติดต่อสื่อสารของมนุษย์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ยิ่งสังคมมีการพัฒนามากเท่าใด ความสามารถในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันยิ่งเข้าถึงง่ายมากขึ้น โดยมีเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท ช่วยให้การสื่อสารของมนุษย์มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังเช่นในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารผ่าน “อินเทอร์เน็ต” (Internet) ตัวกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างมนุษย์ในพื้นที่ห่างไกลกัน ให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ในช่วงเวลาเพียงไม่กี่วินาที เริ่มตั้งแต่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล) ซึ่งเป็นสื่อใหม่ยุคเริ่มต้น ก่อนจะถูกพัฒนากลายเป็นทวีตเตอร์ เฟซบุ๊ก สื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนี้ เรียกได้ว่า สังคมโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) หรือยุคที่การสื่อสารไร้พรมแดนอย่างแท้จริง

สำหรับข้อมูลผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย โดยสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) Digital Advertising Association (Thailand) หรือ DAAT ร่วมกับเว็บไซต์ MarketingOps.com เปิดเผยตัวเลขภาพรวมและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2559 พบว่า มีคนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet Users) จำนวน 38 ล้านคน คิดเป็น 56% ของจำนวนประชากรทั้งหมดที่มีจำนวนทั้งสิ้น 68.1 ล้านคน และมีผู้ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network Users) มากถึง 41 ล้านคน คิดเป็น 60% สำหรับโซเชียลเน็ตเวิร์คที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดของไทย ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) 92.1% ตามด้วย ไลน์ (LINE) 85.1% และอันดับ 3 คือ กูเกิ้ล (Google+) 67% ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังมีข้อมูลจาก www.ZocialRank.com ณ เดือนมีนาคม 2558 พบว่า ทั่วโลกมีผู้ใช้เฟซบุ๊ก 1.39 พันล้านบัญชี คิดเป็นสัดส่วน 19.28% ของจำนวนประชากรทั่วทั้งโลก 7.21 พันล้านคน เพิ่มขึ้น 17% จากปี 2557 โดยประเทศไทยอยู่ลำดับที่ 9 มีจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กสูงถึง 35 ล้านบัญชี (51% ของประชากร) เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊ก 26 ล้านบัญชี หรือคิดเป็น 34.6% แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 17.11 ล้านบัญชี ส่วนเพศหญิงจำนวน 17.14 ล้านบัญชี และ 5 จังหวัดแรกที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กสูงสุดในประเทศ คือ 1. กรุงเทพฯ 20 ล้านบัญชี 2. เชียงใหม่ 9.6 แสนบัญชี 3. นครราชสีมา 7.8 แสนบัญชี 4. นนทบุรี 6 แสนบัญชี และ 5.ชลบุรี 5.4 แสนบัญชี สำหรับช่วงเวลาที่คนไทยโพสต์สแตตัสลงเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 10.00-10.59 น. ส่วนช่วงเวลาที่คนไทยโพสต์สแตตัสลงเฟซบุ๊กน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 04.00-04.59 น.

จากข้อมูลข้างต้น พอสรุปได้ว่า คนไทยได้เข้าถึงสื่อใหม่ โดยเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ได้รับ ความนิยมสูงสุดในชีวิตประจำวัน เพราะคุณสมบัติที่หลากหลาย สั้นไหล มีลักษณะยืดหยุ่น มีพลวัต ซึ่งแวดวงวิชาการด้านสื่อสารมวลชน รวมถึงงานวิจัยต่างๆ ได้นิยาม “สื่อใหม่” ไว้หลากหลาย แต่ปัจจุบันได้คำ 2 คำรวมกัน และตกลึกเป็นคำที่ใช้อ้างอิงถึง สื่อใหม่ ที่ค่อนข้างแน่นอนว่า “เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร” (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 15-16)

กระแสนิยมการใช้เฟซบุ๊กในหมู่พระสงฆ์

ด้วยเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสมัครเป็นสมาชิกฟรี เพื่อใช้ติดต่อสื่อสาร ระหว่างกันในสังคมเสมือนจริง เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนชุดข้อมูลหนึ่งๆ ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน โดย สื่อสารผ่านรูปสัญลักษณ์ต่างๆ ด้วยรูปแบบเครื่องมือที่หลากหลาย แม้แต่ถ่ายทอดสดกิจกรรมของผู้ใช้ สู่สมาชิกในสังคมเสมือนจริงได้รับรู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง เฟซบุ๊กจึงกลายเป็นที่นิยมของคนไทยทั่วไปใน ทุกชนชั้นรายได้ อายุ เพศ หรือแม้แต่ระดับการศึกษา

จากเหตุผลนี้เอง ส่งผลให้บุคลากรในสถาบันศาสนาอย่างพระสงฆ์ ผู้ถือครองศีลธรรม 227 ข้อ ดำรงตนภายใต้โลกแห่งธรรม ต่างให้ความสนใจ และเข้ามาใช้เฟซบุ๊กเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้ง พระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงในสังคม อาทิ พระมหาสมชาย ฐานวุฑฺโฒ, พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี สนใจใช้ เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระธรรมคำสอน เพื่อให้พุทธศาสนิกชนคนทั่วไปที่ยังไม่สามารถ ละกิเลส ตัณหา รัก โลภ โกรธ หลง สามารถเข้าถึงพระธรรมคำสอนได้ง่ายยิ่งขึ้น ในรูปแบบของเพจ เฟซบุ๊ก โดยผู้คนที่ไปตลอดจนในหมู่พระภิกษุสงฆ์ สามารถกดติดตามเพจเฟซบุ๊กของพระรูปดังกล่าว เพื่อทราบถึงความเคลื่อนไหว คติธรรมคำสอน หลักดำเนินชีวิตที่จะช่วยยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น หลุดพ้นกิเลสทั้งปวง ตลอดจนรับทราบข่าวสารที่มีสาระ เป็นประโยชน์ต่อผู้ติดตามในโลกของ สังคมเสมือนจริง โดยข้อมูล ณ วันที่ 16 มีนาคม 2560 พบว่า ยอดผู้ติดตามพระที่มีชื่อเสียงในสังคม ออนไลน์อย่าง พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี มีจำนวน 6,100,812 ไลค์ ส่วนพระศักดา สุนทรโร มีจำนวน ผู้ติดตาม 394,818 ไลค์ หรืออย่างเพจข้อธรรม คำสอน พระไพศาล วิสาโล มีจำนวน 260,222 ไลค์

นอกจากพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงในสังคม ได้ใช้เฟซบุ๊กผ่านรูปแบบของเพจให้คนทั่วไปใน โลกเสมือนจริง หลักหมื่น หลักแสนคนสามารถกดติดตามความเคลื่อนไหว นับตั้งแต่เฟซบุ๊กเริ่มได้รับ ความนิยมจากคนไทย ในช่วงเวลาเดียวกัน พระสงฆ์ทั่วไปที่บวชเรียนศึกษาพระธรรมคำสอน ประพฤติปฏิบัติตน ตามพระธรรมวินัยทางศาสนา ละซึ่งกิเลสทั้งปวง สามารถเป็นตัวอย่างให้คนทั่วไป ได้เดินรอยตามคุณงามความดี ต่างหันมาสนใจสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กมากขึ้นตามลำดับเช่นกัน จนใน ปัจจุบันจะพระสงฆ์สนใจใช้เฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่า พระสงฆ์ที่มีบัญชีเฟซบุ๊ก มักจะมีส่วนเกี่ยวข้องใน การสร้าง ดูแล หรือใช้งานเว็บไซต์ของวัดอยู่แล้ว และหากต้องการทราบบัญชีเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ทั่วไปนั้น จะสามารถค้นหาพระสงฆ์ที่มีบัญชีเฟซบุ๊กจากระบบค้นหาเพื่อน (Search) ด้วยการใส่

คำสำคัญ เช่น พระมหา พระครู เป็นต้น เมื่อพบพระสงฆ์รูปแรกแล้ว ก็สามารถอาศัยรายชื่อเพื่อน (Friend list) เพื่อเสาะหาพระสงฆ์รูปอื่นๆ ต่อไป (พินิจ ลาภานานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่, 2557, น. 9) ทำให้ทราบถึงสังคมพระสงฆ์กับการใช้เฟซบุ๊กในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้แล้ว งานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมของพระสงฆ์ ของ พินิจ ลาภานานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่ (2557, น. 44-53) ยังพบข้อมูลระบุว่า พฤติกรรมและลักษณะการใช้งาน เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ถูกแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ

1. พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ส่วนใหญ่พระสงฆ์กลุ่มนี้อยู่ในวินยิต นิสิต นักศึกษา ที่เรียนรู้หรือมีประสบการณ์ด้านคอมพิวเตอร์มาก่อนบวชเรียน เป็นพระสงฆ์ที่มีจำนวนพรรษาไม่มากนัก นอกจากความชอบส่วนตัวแล้ว ภาระหน้าที่รับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะสงฆ์ เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้พระสงฆ์วัยหนุ่มเข้ามาทำงานดูแลระบบ เช่น เฟซบุ๊กวัด เว็บไซต์วัด เป็นต้น โดยพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก พบว่า จะใช้บริการที่มีอยู่บนเฟซบุ๊กอย่างหลากหลาย สม่าเสมอ และมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา เนื้อหาที่ปรากฏจะเป็นทั้งทางโลกและทางธรรม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โดยพยายามนำเรื่องราวทางโลกมาประกอบการบรรยายตามหลักธรรมต่างๆ ให้เข้าใจง่ายขึ้น ที่สำคัญ ด้วยการที่พระสงฆ์กลุ่มนี้ยังอยู่ช่วงวัยหนุ่ม ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดี เข้าถึงและสนทนาได้ง่ายและสะดวก ช่วยทำความเข้าใจกับผู้ที่สงสัยต่อเนื้อหา

2. พระสงฆ์ที่โดดเด่นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ธรรม

จะพบว่า พระสงฆ์ที่บวชมาหลายพรรษาเป็นพระสงฆ์นักสอน หรือนักเทศน์ที่พอเข้าใจระบบสารสนเทศได้บ้าง จะเป็นผู้เผยแพร่หลักธรรมบนเฟซบุ๊กเป็นกิจวัตร เพื่อให้สมาชิกเฟซบุ๊กสามารถติดตามอ่านตลอดจนแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยพระสงฆ์กลุ่มนี้แต่ละวันจะปรากฏบนเฟซบุ๊กเพียงระยะเวลาสั้นๆ แต่มีความถี่สูง เนื่องจากเชื่อมต่อเฟซบุ๊กกับสมาร์ตโฟน เนื้อหาสนทนาจะได้อี้อาหาทางธรรมเชิงลึก ส่วนช่วงเวลาที่สามารถพบพระลักษณะนี้ เพื่อสนทนาจะเป็นช่วงสายหรือไม่ก็ช่วงเย็นไปจนถึง ขณะที่ภาษาทั้งจากการโพสต์ข้อความ หรือการสนทนาออนไลน์ พบว่าอยู่ในระดับทางการและบางครั้งก็ยากต่อการทำความเข้าใจ อย่างไรก็ตาม การใช้งานเฟซบุ๊กยังปรากฏเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับหลักธรรมในการสนทนาบ้าง แต่ไม่บ่อยครั้ง ขึ้นอยู่กับความสนธิของคู่สนทนา

3. พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านวิชาการ

พระสงฆ์ลักษณะนี้ มักใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทาง เพื่อสื่อสารผลงานที่ผ่านมา และเป็นช่องทางอย่างไม่เป็นทางการกับบุคคลต่างๆ ใช้เวลาอยู่บนเฟซบุ๊กไม่นานมากนัก หาโอกาสสนทนาออนไลน์ได้ยาก มักไม่ได้รับการตอบกลับเมื่อทักทายไปก่อน แต่หากได้สนทนาด้วยประเด็นส่วนใหญ่

จะเป็นเรื่องหลักธรรม คำสอน ด้านภาษาที่ใช้จะเป็นระดับทางการสูง ภาพรวมการติดต่อกับพระสงฆ์ กลุ่มนี้จะเป็นความเป็นทางการอยู่มาก และยากที่จะเข้าถึง

4. พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านการใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง

บนเฟซบุ๊ก มักจะสามารถพบพระสงฆ์ลักษณะนี้ได้ไม่ยาก เนื่องจากเป็นกลุ่มพระสงฆ์ที่มักใช้เวลาบนเฟซบุ๊กสูงในแต่ละสัปดาห์ ให้ความเป็นกันเอง ให้ความสนิทกับเพื่อนบนเฟซบุ๊ก มากกว่าพระสงฆ์ลักษณะอื่น โต้ตอบสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยสามารถแบ่งลักษณะการโต้ตอบได้เป็น 2 ระยะ คือ ระยะแรกมักจะมีคำสอน คติเตือนใจต่างๆ อยู่มาก แต่ระยะหลังมักมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ เหตุการณ์ทั่วไปมากกว่า หรืออาจเป็นเรื่องส่วนตัว สิ่งที่น่าสนใจ คือ พระสงฆ์ลักษณะนี้มักมีจำนวนพรรษาไม่เกิน 5 พรรษา อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบการบริการบนเฟซบุ๊กถูกใช้หลากหลาย

ลักษณะเด่นของการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มดังกล่าว มักจะมีการทิ้งร่องรอยการเข้าใช้บริการเกมและแอปพลิเคชันต่างๆ เมื่อใช้เสร็จจะแสดงผลทันทีบนนิวส์ฟีด (News feed) ปรากฏบนหน้าไทม์ไลน์ของเฟซบุ๊ก และยังพบว่า บทสนทนากับพระสงฆ์ลักษณะนี้ มักจะอยู่ในรูปแบบเพื่อนกับเพื่อน สนทนาด้วยระยะเวลาานพอสมควร ปราศจากเนื้อหาทางธรรม ตลอดจนภาษาข้อความและรูปภาพที่โพสต์ ไม่ค่อยคำนึงถึงความเป็นสมณเพศ

จากพระสงฆ์ทั้ง 4 กลุ่มข้างต้น จะเห็นได้ว่า แต่ละกลุ่มมีลักษณะการใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กแตกต่างกันออกไป ตามความพึงพอใจและเป้าหมายของพระสงฆ์แต่ละรูป แต่หากจะกล่าวในภาพรวมแล้ว พระสงฆ์ทั้งหมดนั้น ต่างมีจุดเริ่มต้นไม่แตกต่างกัน เพราะด้วยวัฒนธรรมนิยมของผู้คนในสังคมโลก ที่ให้ความสนใจเฟซบุ๊กอย่างมาก ใช้งานกันอย่างแพร่หลาย ในทุกช่วงวัย เพศ ระดับการศึกษา เนื่องด้วยคุณสมบัติพิเศษของเฟซบุ๊ก ที่นอกจากสามารถใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันบนโลกเสมือนจริงนี้ได้แล้ว ยังสามารถแสดงความคิดเห็นส่วนตัว บนพื้นที่เสมือนจริงของตัวเองได้ กระแสเหล่านี้ได้ค่อยๆ เข้าไปแทรกซึมกับระบบความคิดของพระสงฆ์ บุคลากรจากสถาบันหนึ่งในสังคม สูดท้ายแล้ว เพื่อให้ทันต่อโลกสมัย พระสงฆ์ย่อมต้องปรับตัวตามพลวัตทางสังคมที่เคลื่อนไหวไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ด้วยปัจจัยที่ว่า การใช้เฟซบุ๊กตามกระแสนิยมของผู้คนในสังคม ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้พระสงฆ์สามารถตามทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

สำหรับการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ผู้ครองตนอยู่ในสมณเพศแล้ว ย่อมมีกรอบความเหมาะสมในการใช้งาน ตามหลักพระธรรมวินัยเข้ามากำหนด อาจถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งกติกาที่ทำให้การใช้งานของพระสงฆ์มีเงื่อนไขมากกว่าปุถุชนคนธรรมดา ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่แตกต่างกันออกไป เพราะพระสงฆ์ส่วนหนึ่งคงรับเพียงเครื่องมือ เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารพระธรรมคำสอนกับผู้คนทางโลกย์ หวังให้คติสอนใจต่างๆ เท่านั้น แต่ยังมีพระสงฆ์อีกส่วนหนึ่งที่อาจถูกกระแสความนิยมของผู้คนที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊กจากสังคมทางโลกย์ เข้าไปมีอิทธิพลกับระบบ

ความคิดเป็นอย่างมาก ลักษณะการใช้งานของพระสงฆ์ในส่วนนี้ จึงอาจเป็นลักษณะการผสมผสาน ระหว่างการใช้งานเพื่อเรื่องส่วนตัวในด้านต่างๆ ขณะเดียวกัน ยังคงใช้เฟซบุ๊ก เพื่อสื่อสารคำสอน คติเตือนใจไปยังกลุ่มฆราวาส อย่างไรก็ตาม ยังมีพระสงฆ์อีกจำนวนหนึ่ง ที่ไม่อาจต้านทานกระแสนิยม ในสื่อเฟซบุ๊กของผู้คนทางโลกย์ จนพระสงฆ์เหล่านี้ หลุดเข้าไปอยู่โลกที่อิสระทางความคิด และการค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ตามใจชอบ กลายเป็นพระสงฆ์ที่มีลักษณะการใช้งานเพื่อความบันเทิง มีความสามารถในการวางตนทิ้งระยะห่างกับฆราวาสในฐานะที่ครองสมณเพศได้น้อยลง เมื่อพระสงฆ์ เหล่านี้ปรากฏตนบนสังคมเสมือนจริงอย่างเฟซบุ๊ก

ดังนั้น กระแสนิยมสื่อเฟซบุ๊ก เครื่องมือสื่อสารของสังคมทางโลกย์ สามารถเข้าไปมี อิทธิพลต่อสถาบันศาสนา โดยผ่านกลุ่มพระสงฆ์ที่ยอมรับ และใช้สื่อเฟซบุ๊ก แต่การใช้งานของ พระสงฆ์แต่ละรูป จะมีลักษณะการใช้งานอย่างไร อยู่ในความเหมาะสมในระดับมากน้อยเพียงใดนั้น ผู้ใช้งาน หรือพระสงฆ์เอง จะเป็นผู้ควบคุมเครื่องมือสื่อสารเฟซบุ๊กได้ว่าจะเข้าไปใช้เฟซบุ๊กในระดับใด ตรงนี้ อาจสะท้อนให้เห็นว่า แม้วัฒนธรรมนิยมจะเข้าไปมีอำนาจต่อบุคลากรในสถาบันศาสนา แต่สุดท้าย แล้ว ลักษณะการใช้งานย่อมขึ้นอยู่กับตัวผู้ใช้ ตามที่งานวิจัยได้สรุปไว้ได้เป็น 4 กลุ่มในข้างต้น

อย่างไรก็ดี จากพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กใน 4 กลุ่มนั้น มีพระสงฆ์ที่ค่อนข้างจะปรากฏใน สังคมสื่อใหม่ปัจจุบันอยู่เรื่อยๆ ด้วยกัน 2 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มพระสงฆ์ที่โดดเด่นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านการใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง โดยพระสงฆ์เหล่านี้ มีสถานะเป็นตัวแทนสถาบันศาสนาทั้งสิ้น แต่ได้เริ่มเคลื่อนย้ายเข้ามาสัมพันธ์และใกล้ชิดกับฆราวาส มากขึ้นผ่านสังคมเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร หรือรับข้อมูลสื่อสารต่างๆ ระหว่างกัน เนื่องจากจะมีความถี่ หรือช่วงเวลาใช้งานในการใช้เฟซบุ๊กในแต่ละวันค่อนข้างสูง โอกาสที่จะทำให้ ฆราวาสได้รับรู้ข้อมูล คำสอนต่างๆ ของพระสงฆ์เหล่านี้ย่อมมีโอกาสสูงมากขึ้นไปด้วยตามลำดับ เพียงแต่ความโดดเด่นของพระสงฆ์ทั้ง 2 กลุ่ม จะมีแนวโน้มวัตถุประสงค์และลักษณะของเนื้อหาที่ ปรากฏบนเฟซบุ๊ก แตกต่างกันไปตามความสนใจของพระสงฆ์แต่ละรูป

ความโดดเด่นที่เห็นได้ชัด สำหรับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ธรรมนั้น จะเป็น ลักษณะของแฟนเพจบนเฟซบุ๊ก ในพุทธศาสนิกชนกตโลก์ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหว ข่าวสารทาง ธรรมะต่างๆ ซึ่งทำให้เหล่าฆราวาสทั้งหลายที่สนใจเนื้อหาดังกล่าว สามารถเข้าถึงพระสงฆ์กลุ่มนี้ได้ โดยง่าย อาทิ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) พระศักดา สุนทรโร

แต่สำหรับความโดดเด่นของพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิงนั้น ส่วนใหญ่แล้ว พระสงฆ์จะมีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวมากกว่า ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลที่เพิ่งเข้ามาศึกษาพระธรรม ทำให้ สถานะทางบัญชีเฟซบุ๊กนั้นติดตัวมาตั้งแต่เป็นฆราวาส หรือเป็นความตั้งใจของพระสงฆ์แต่ละรูป ที่ยังคง ต้องการคงความเป็นส่วนตัว สำหรับฆราวาสที่ต้องการจะเข้าถึงพระสงฆ์กลุ่มนี้นั้น ไม่ได้มีลำดับ ขั้นตอนยากมากนัก เพียงแต่ยื่นขอเพิ่มเป็นเพื่อนในสังคมเฟซบุ๊ก ก็จะอยู่ที่ดุลยพินิจของพระสงฆ์แต่

ละรูปว่าจะมีความคิดเห็นเป็นอย่างไร หรือขรราวาสสามารถติดตามได้ หากพระสงฆ์รูปนั้นตั้งคำ บัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นสาธารณะ (Public)

ความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน ระหว่างสถาบันศาสนากับสื่อมวลชน

ในโลกแห่งความจริง ทั้งสถาบันศาสนากับสื่อมวลชน ยังคงต้องมีความสัมพันธ์ที่พึ่งพาอาศัยกัน (Reciprocity) ทั้งในด้านชีวิตทางสังคม (Social life) ชีวิตส่วนตัว (private Life) และชีวิตการทำงาน (Work Life) เริ่มจากด้านสื่อมวลชน ในหน้าที่สื่อมวลชนทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จำเป็นต้องมี “หน้าศาสนา รายการธรรมะ หรือข่าวความเคลื่อนไหวของวงการพระสงฆ์” เป็นส่วนหนึ่งอยู่เสมอ ดังตัวอย่างงานวิจัยของ รองรัตน์ ธีระนันท์ (2549) ในปี พ.ศ. 2549 พบว่ามีรายการศาสนาทางโทรทัศน์อยู่ถึง 36 รายการ และไม่ว่าสื่อมวลชนจะพัฒนาก้าวหน้าทันสมัยไปมากเพียงใด แต่ศาสนาก็ยังคงติดตามเป็นเนื้อหาของสื่อใหม่ๆ อยู่เสมอๆ เช่น สื่อสมัยใหม่รุ่นล่าสุดอย่างคอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต และนอกจากสื่อมวลชนจะทำงานร่วมกับศาสนาในฐานะที่เป็นแหล่งข่าว เป็นวัตถุประสงค์ เป็นผู้ให้ทัศนะในเรื่องต่างๆ แมแต่ในชีวิตทางสังคมขององค์กรสื่อเอง ก็มีความผูกพันเกี่ยวข้องกับศาสนาอยู่ตลอดเวลา เช่น ต้องนิมนต์พระไปเจิมป้ายเปิดอาคาร ทำบุญครบรอบวันเกิดองค์กร เป็นต้น ในสายศาสนา ทัศนะหลักที่บุคลากรทางศาสนามีต่อสื่อมวลชนมักจะเป็นทัศนะแบบ “เครื่องมือนิยม” (instrumentalist) หรือศาสนาจะมองเห็นว่าสื่อมวลชนเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ใช้เผยแพร่คำสอนศาสนา และแนะนำบุคลากรทางศาสนาให้สังคมได้รู้จักเพิ่มเติมจากช่องทางการสื่อสารของสถาบันศาสนาเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 26-27)

ลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างทั้งสองสถาบันเรื่อยมาตั้งแต่ในอดีต จนวิวัฒนาการของสื่อเริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี จนเป็นสื่อใหม่อย่าง เฟซบุ๊กในปัจจุบันนั้น ถือได้ว่าพระสงฆ์เองต่างหันหน้าเข้าหาสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างไปจากในอดีตที่เคยได้หันมาตั้งแต่นั่งหนังสือพิมพ์ เรื่อยมาเป็นสื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ตามลำดับ เพราะมองเครื่องมือสื่อเป็นเครื่องมืออีกชนิดในการเผยแพร่ศาสนา การก่อตัวเกิดขึ้นของเฟซบุ๊ก พระสงฆ์ซึ่งเป็นตัวแทนของศาสนา จึงหันเข้ามาใช้งาน ขณะเดียวกันสื่อเอง ก็อาศัยคตินิยม คำสอนของพระสงฆ์เป็นเนื้อหาที่ใช้เผยแพร่ไปยังพุทธศาสนิกชนได้อ่าน ได้ติดตาม การพึ่งพาอาศัยกันของทั้งสองสถาบันนี้ จึงไม่สามารถหลุดขาดจากกันได้ เช่นเดียวกับการที่พระสงฆ์เข้ามาใช้งานสื่อ เฟซบุ๊ก แต่จะใช้สื่อเฟซบุ๊กเกี่ยวข้องกับศาสนามากน้อยเพียงใดนั้น สุดท้ายขึ้นอยู่กับพระสงฆ์แต่ละรูป ว่ามีท่าที มีเป้าหมายการใช้งานอย่างไรบ้าง

การใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ กับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงกลายเป็นโลกขรราวาส

การที่พระสงฆ์ใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ส่งผลให้เกิดเป็นข้อสงสัย ว่า พระสงฆ์ที่มีบัญชีเฟซบุ๊ก แท้จริงแล้วอาจไม่ได้ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อการเผยแพร่ทางพระพุทธศาสนาอย่างเดียว แต่อาจมีวัตถุประสงค์อื่นประกอบด้วย เนื่องจากหลักทางพระพุทธศาสนาไม่มีข้อบังคับ และไม่มีการกำหนด

ขอบเขต หรือกฎระเบียบการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับพระสงฆ์และสามเณร ก่อให้เกิดความวิตกกังวล ต่อความเสียหายในภาพลักษณ์ และกิจการพระพุทธศาสนาได้ง่าย (พินิจ ลาภธนานนท์ แทนพันธ์ เสนะพันธ์, 2557, น. 5-6, อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 2552) ประกอบกับ ข้อมูลข้างต้น ที่ได้ระบุถึง 4 คุณลักษณะของพระสงฆ์กับการใช้เฟซบุ๊ก และหนึ่งในสี่คุณลักษณะ ระบุชัดเจน ถึงกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง โดยประชาชนที่ใช้สื่อนี้จะมีโอกาสพบเห็นบัญชีของพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก และกลายไปสู่การตั้งคำถามมากมายเกี่ยวกับความเหมาะสม ความจำเป็น หรือลักษณะการใช้งาน และความสงสัยจากคนทั่วไป คงไม่ได้สิ้นสุดเฉพาะกลุ่มพระสงฆ์ที่มีคุณลักษณะเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่อาจผุดผองไปถึงพระสงฆ์ทั่วไป ที่มีคุณลักษณะอื่นนอกเหนือไปจากที่กล่าวถึง ว่าแท้จริงแล้ว เป้าหมายการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์เป็นไปเพื่อประโยชน์ใด

ความสงสัยที่เกิดขึ้นนั้น ปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากเหตุผลที่ว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในบรรดาสื่อใหม่ที่มีในปัจจุบัน และคุณสมบัติของสื่อประเภทนี้มีลูกเล่นหลากหลาย เป็นช่องทางสำหรับคนทางโลกย์ใช้ติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันแบบไร้พรมแดน และด้วยความอิสระของข้อมูลข่าวนี้นี่เอง จึงเป็นสาเหตุให้ปรากฏเนื้อหาสาระทั้งด้านขาวและด้านมืดของสังคม

นอกจากนี้ ด้วยพระสงฆ์ซึ่งถือเป็นตัวแทนสถาบันทางศาสนา เป็นผู้บริสุทธิ์ คนไทยมีความศรัทธา ไกล่ชิด ผูกพันกับสถาบันนี้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ เพราะคนไทยถือว่าพุทธศาสนา เป็นสถาบันที่ช่วยขัดเกลาพฤติกรรม แบบแผนการดำเนินชีวิต ช่วยบรรเทาความทุกข์ หากมีปัญหาเศร้าหมอง พระสงฆ์จะเป็นสื่อกลางให้คำแนะนำ ยกตัวอย่างคำสอน แก่พุทธศาสนิกชนที่เลื่อมใสศรัทธาได้ประพฤติปฏิบัติตาม ดังที่พระสงฆ์เองต่างได้ปฏิบัติตามพระวินัย โดยเฉพาะการรักษาศีลให้บริสุทธิ์ หลุดพ้นกิเลส สร้างสรรค์ประโยชน์แก่สังคมโดยรวม เมื่อพระสงฆ์ยุคปัจจุบันบางส่วน มีโอกาสเข้ามาใกล้ชิดกับผู้ใช้ทั่วไปบนโลกเสมือนจริง ผ่านสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กมากขึ้น ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ใช้ที่เลื่อมใสศรัทธาเริ่มมีท่าทีเปลี่ยนไป กล่าวคือ จะมีความรู้สึกดีขึ้น เพราะสามารถใกล้ชิดพระสงฆ์ที่พุทธศาสนิกชนแต่ละรูปที่นับถือ โดยมีเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลาง เพื่อเข้าถึงพระธรรมคำสอน คติเตือนใจต่างๆ ที่พระสงฆ์เหล่านั้นสื่อสารผ่าน เฟซบุ๊ก พุทธศาสนิกชนสามารถนำคำสอนต่างๆ เหล่านี้ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน จรรโลงชีวิตให้ดีขึ้น

ในขณะเดียวกัน ย่อมมีพุทธศาสนิกชนจำนวนไม่น้อยที่มีปฏิกริยาในเชิงสงสัย หรือมีท่าที ความคิดเห็นต่างๆ ขึ้นมามากมายในปัจจุบัน สำหรับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กค่อนข้างชัดเจน ในลักษณะเพื่อความบันเทิงส่วนตน มากกว่าจะใช้สื่อเฟซบุ๊กนี้ เป็นช่องทางเผยแพร่วรรณธรรมคำสอน เข้าถึงพุทธศาสนิกชนได้ง่ายขึ้น เพื่อให้เหล่าฆราวาสทั้งหลายได้ประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมอันดีงาม และผลจากข้อสงสัยนี้ อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความรู้สึกเลื่อมใสศรัทธาที่มีต่อพระสงฆ์ในปัจจุบัน ด้วยฆราวาสผู้ศรัทธาเหล่านี้ใช้เฟซบุ๊กในชีวิตประจำวันมากเท่าใด โอกาสรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนบัญชีเฟซบุ๊กของพระสงฆ์รูปนั้นๆ ก็มีโอกาสมากขึ้นตามลำดับ ต่างจากสื่อสื่อสารระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสในอดีต จะต้องเป็นในลักษณะการสื่อสารแบบเผชิญหน้าเท่านั้น

ความสัมพันธ์ของพุทธศาสนิกชนต่อพระสงฆ์ที่เริ่มมีท่าทีเปลี่ยนแปลงไป ในลักษณะความสัมพันธ์ที่ถูกบั่นทอนลงข้างต้น สำหรับกลุ่มพระสงฆ์ที่เข้ามาใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กค่อนข้างโน้มเอียงไปเพื่อความบันเทิงเป็นหลักนั้น อาจกล่าวได้ว่า สอดคล้องตามแนวคิดของ Peter Berger (1967) ที่ระบุว่า โลกสมัยยุคปัจจุบัน (Modern world) สถาบันศาสนาจะลดความสำคัญและหมดบทบาทลงไปทุกที โดยมีสถาบันใหม่ๆ เช่น โรงเรียน ระบบการปกครอง เข้ามาทำหน้าที่แทน เรียกว่า “กระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาส” (Secularization) (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 28)

โดย Berger วางสมมติฐานที่ว่า ความแตกต่างระหว่างสังคมดั้งเดิมกับสังคมปัจจุบันนั้น อยู่ที่กระบวนการเปลี่ยนแปลง จากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) มาเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) หรือกระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาส เพราะปกติทุกสังคม จะประกอบด้วยสถาบันย่อยๆ และในแต่ละยุคจะมีสถาบันย่อยสถาบันหนึ่ง ทำหน้าที่เป็นแกนกลางขับเคลื่อนสถาบันอื่นๆ ในสังคมแบบประเพณีที่เป็น Sacred world สถาบันศาสนาจะเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ครอบครัว ศิลปะ แต่เมื่อสังคมประเพณีผ่านเข้าสู่กระบวนการ Secularization ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงสถาบันแกนกลางที่ขับเคลื่อนสังคม สถาบันทางศาสนาจะหลีกถอยให้กับสถาบันทางเศรษฐกิจที่ก้าวเข้ามาเป็นแกนกลาง เรียกสังคมนี้อีกว่า “สังคมสมัยใหม่ สังคมทุนนิยม สังคมอุตสาหกรรม” (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 56-58)

จากแนวคิดของ Berger ข้างต้น หากจะเปรียบเทียบกับปรากฏการณ์ความสัมพันธ์ระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสในยุคปัจจุบัน คงได้เริ่มเห็นสัญญาณข้อสงสัย จนเกิดเป็นคำถามสำหรับพุทธศาสนิกชนบางกลุ่มที่มีต่อพระสงฆ์ อันเป็นตัวแทนของพระพุทธศาสนา แม้ฆราวาสเหล่านี้ยังศรัทธาในคำสอนของพระพุทธเจ้าอันเป็นแก่นแท้ของศาสนาก็ตาม โดยเฉพาะเรื่องความเหมาะสมของพระสงฆ์บางส่วนที่ประพฤติปฏิบัติอาจจะนอกรอบพระธรรมวินัย ตามความรู้สึกของผู้เลื่อมใสศรัทธาเห็นว่าควรจะเป็น หลังสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กเข้ามามีอิทธิพลต่อพระสงฆ์ จนส่งผลให้พระสงฆ์บางส่วนใช้สื่อนี้เกินงาม เกินความจำเป็น สำหรับสถานะทางสังคมที่ได้ละแล้วซึ่งกิเลส

ความเปลี่ยนแปลงที่เริ่มเกิดขึ้นกับพระสงฆ์บางส่วนนั้น คงมาจากอำนาจของสื่อใหม่อย่าง เฟซบุ๊ก ตามทัศนะของ Berger ที่เห็นว่าโลกแห่งความศักดิ์สิทธิ์ กำลังถูกกลืนด้วยอิทธิพลของเฟซบุ๊ก โดยมีพระสงฆ์บางส่วนตกอยู่ภายใต้อำนาจนี้ สถานะความศักดิ์สิทธิ์ จึงเริ่มกลายเป็นโลกฆราวาส ผ่านกรอบความคิด หรือการสื่อสารบนเฟซบุ๊กของพระสงฆ์บางส่วนที่อาจจะไม่แตกต่างจากฆราวาสปุถุชนคนธรรมดาทั่วไป ต่างกับความศักดิ์สิทธิ์ของสถาบันศาสนาในอดีต ที่กำแพงระหว่างฆราวาสกับพระสงฆ์จะถูกกั้นไว้ด้วยสถานะทางสังคม ฆราวาสจะศรัทธาพระสงฆ์แทบไร้ข้อสงสัย หรือคำถามถึงพฤติกรรมต่างๆ ที่อาจไม่ติงามของพระสงฆ์ ด้วยพระสงฆ์ในอดีตจะดำรงตนอยู่ในโลกแห่งทางธรรม มีภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ผู้เลื่อมใสรู้สึกอุ่นใจถึงความศักดิ์สิทธิ์ พระสงฆ์ยังสามารถเป็นแบบอย่างของคนไทยทั่วไป ในฐานะฆราวาสที่ยังไม่สามารถหลุดพ้นซึ่งกิเลสตัณหาต่างๆ ได้ แต่พระสงฆ์ยุค

ปัจจุบันบางส่วน กลับตกอยู่ภายใต้อำนาจสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เครื่องมือทางโลกย์ ที่คนทั่วไปส่วนใหญ่เสพติด เพื่อเข้าถึงเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ตามแต่ละบุคคลสนใจ

แนวโน้มของฆราวาสกับการตั้งคำถาม หรือเกิดมุมมองต่างๆ ต่อพระสงฆ์หลังจากสังเกตเห็นพระสงฆ์บางส่วนเริ่มมีการประพฤติปฏิบัติเปลี่ยนไป เพราะด้วยอิทธิพลของเฟซบุ๊กนั้น อาจจะสะท้อนถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นว่า พระสงฆ์มีความศักดิ์สิทธิ์ มีอำนาจต่อระบบความคิดของผู้ที่นับถือลดน้อยลงจริงหรือไม่นั้น หากแนวโน้มเป็นเรื่องจริงเช่นนั้น จะมีผลต่อความรู้สึก ความเลื่อมใสศรัทธาต่อพระสงฆ์เปลี่ยนไปมากน้อยเพียงใด จะแตกต่างจากอดีตที่พระสงฆ์เป็นผู้ครองตนในโลกแห่งความศักดิ์สิทธิ์ ผู้เลื่อมใสศรัทธาไม่กล้าเข้าไปยุ่งเกี่ยว หรือตั้งคำถาม เหมือนกับที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน

จากความใกล้ชิดระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสบนโลกเสมือนจริงในสังคมเฟซบุ๊กมีมากขึ้น ผู้ใช้ต่างสามารถแสดงความคิดเห็น หรือแสดงความคิดเห็นผ่านบัญชีพระสงฆ์ในเฟซบุ๊กได้ทันทีที่มีโอกาส และตลอดเวลา เช่น ฆราวาสเข้าไปคอมเมนต์ในเฟซบุ๊กพระสงฆ์ว่าสาธุครับ นมัสการค่ะ โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังวัดต่างๆ ตามที่พระสงฆ์จำพรรษาอยู่ ขณะที่พระสงฆ์เองอาจเข้ามาตอบทักทายด้วย เช่น เจริญพรเอะโยม บนบัญชีเฟซบุ๊กของพระสงฆ์รูปนั้นๆ ได้ทันทีเช่นกัน กำแพงกันทางสถานะพระสงฆ์กับฆราวาส เริ่มถูกทำลายลงด้วยอิทธิพลของสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก อาจถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ฆราวาสที่นับถือศาสนาพุทธได้รับทราบถึงสถานะบนโลกเสมือนว่า ไม่ว่าจะเป็นพระสงฆ์หรือเป็นฆราวาส ต่างก็ตกอยู่ภายใต้อำนาจของสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก สื่อที่ผู้คนทั่วไปนิยมใช้สูงสุดเหมือนๆ กัน

เมื่อสถานะของทั้ง 2 ฝ่าย เข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยมีเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลาง เท่ากับว่า ช่องว่างระหว่างความศักดิ์สิทธิ์ของพระสงฆ์ที่ครองตนในทางธรรม กับฆราวาสที่ดำเนินชีวิตด้วยรักโลก โกรธ หลง ในทางโลกย์ เริ่มทิ้งระยะห่างกันน้อยลง เสมือนสังคมบนเฟซบุ๊กเป็นสังคมที่มีสถานะของผู้ใช้เท่าเทียมกัน ประชาชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อว่าผู้นำประเทศ มีอำนาจสั่งการทางนโยบายต่างๆ ผ่านเพจ เฟซบุ๊กส่วนตัวได้ ก็คงไม่ต่างจากฆราวาสที่มีโอกาสจะทราบความเคลื่อนไหว หรือถึงขั้นวิพากษ์วิจารณ์หากพระสงฆ์แสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสมได้ตลอดเวลาเช่นกัน ความเปลี่ยนแปลงที่เริ่มแตกต่างจากในอดีต ที่มีระยะห่างกันอย่างชัดเจน อาทิ หากฆราวาสต้องการจะเข้าไปนมัสการพระสงฆ์ หรือสื่อสารกับพระสงฆ์ เพื่อขอพร ขอคำแนะนำ ตลอดขอคำปรึกษายามที่ประสบทุกข์ ฆราวาสจำเป็นจะต้องเดินทางไปยังวัด และต้องทำตามขนบธรรมเนียมต่างๆ ตามที่เคยปฏิบัติสืบต่อกันมา เช่น ถ้าฆราวาสผู้นั้นเป็นเพศหญิงเข้านมัสการพระสงฆ์เพียงคนเดียว ถือว่าไม่เหมาะสมอย่างยิ่งในสังคมไทย เพราะจะถูกข้อครหาต่างๆ ตามมาได้ จำเป็นต้องมีเพศชายเข้าร่วมนมัสการด้วย ตลอดจนสถานที่สนทนาธรรมต้องเป็นพื้นที่โล่ง ให้คนทั่วไปมีโอกาสได้เห็นระหว่างพูดคุย ขอคำปรึกษา

พระสงฆ์ หรือแม่ต้อนเข้านมัสการ หรือจะลากลับ เมื่อทำธุระแล้วเสร็จจุล่ง ยังต้องกราบไหว้ตามธรรมเนียมที่ได้ปฏิบัติมา

สำหรับกรณีที่จะวิพากษ์วิจารณ์พระสงฆ์ หากเห็นว่าแสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสมยิ่งแล้วใหญ่ เพราะการจะดำเนินการเช่นนั้นได้ คงต้องเป็นในลักษณะความผิดซึ่งหน้า โดยเข้าไปหาพระสงฆ์ หรือเจ้าอาวาสวัดถึงในวัด หรือต้องเกิดจากความเห็นพ้องของหมู่คณะพุทธศาสนิกชนด้วยกัน ว่าสิ่งๆ นั้น พระสงฆ์รูปดังกล่าวประพฤติไม่ถูกต้อง เหมาะสมจริง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลามากกว่าในปัจจุบัน

สังคมยุควัตถุนิยมในปัจจุบัน ที่ต่างคนต่างแสวงหาสิ่งใหม่อย่างเพชบุรี ผ่านเครื่องมือที่ถูกพัฒนาด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างโทรศัพท์สมาร์ทโฟน จะส่งผลให้พระสงฆ์กับฆราวาสมีเส้นแบ่งห่างระหว่างกันลดลง จนเกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง จากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) มาเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) ตามที่ Berger วางสมมติฐานไว้จริงมากน้อยเพียงใดนั้น คงต้องพิจารณาจากปัจจัยพื้นฐานของสังคมเสมือนจริงอย่างเพชบุรี

สำหรับการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกบนเพชบุรีแบบปิด ถือเป็นเครื่องมืออีกประเภทหนึ่งของเพชบุรี ซึ่งปกติคนทั่วไปจัดตั้งขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเฉพาะกลุ่มที่สนใจในเรื่องเดียวกัน หรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใต้สถาบันหนึ่งๆ เหมือนกัน ไม่ต้องการให้คนอื่นเข้ามารับรู้ และการตั้งกลุ่มสมาชิกบนเพชบุรีแบบปิดของพระสงฆ์นั้น ย่อมเกิดขึ้นได้เช่นกัน เพื่อติดต่อสื่อสารหรือส่งข้อมูลความคิดเห็นต่างๆ ระหว่างสมาชิกด้วยกัน เพื่อเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง เป็นข้อมูลที่ได้รับรู้กันเฉพาะสมาชิกในกลุ่ม บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกจะไม่มีสิทธิ์รับรู้ข้อมูลดังกล่าว โดยพระสงฆ์ที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มจะต้องแสดงเจตจำนงด้วยความสมัครใจเป็นสมาชิก แล้วผู้ดูแลเพจของกลุ่มดังกล่าว หรือสมาชิกในกลุ่มนั้น จะพิจารณารับเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม

อย่างไรก็ดี พระสงฆ์ได้มีการตั้งกลุ่มสมาชิกเพชบุรีแบบปิด จากข้อมูลพบว่า มีการตั้งชื่อกลุ่มด้วยการใช้คำง่าย ๆ ไม่ได้สะท้อนถึงการตั้งชื่อในวิถีแห่งธรรม ตามหลักพระพุทธศาสนาโดยตรง ข้อมูล ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2559 เบื้องต้นได้พบประเภทของกลุ่มดังกล่าว จำนวน 6 กลุ่ม คือ 1. ชื่อกลุ่มพระเถรไทยหัวใจเกินร้อย มีสมาชิกทั้งที่เป็นพระสงฆ์และฆราวาส (โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย) จำนวนสมาชิก 454 ราย 2. ชื่อกลุ่ม สายเหลืองวาไรตี้ จำนวนสมาชิก 727 ราย โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายเช่นกัน 3. ชื่อกลุ่ม ณ. เณร เหงาๆ จำนวนสมาชิก 1,285 ราย โดยกลุ่มนี้มีรายละเอียดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ระบุว่า “เป็นกลุ่มที่สามเณร ได้บรรยายถึงความในใจของตัวเอง หรือ หากคนคุยเป็นเพื่อน” 4. พระหนุ่มเณรน้อย จำนวนสมาชิก 914 ราย (โดยส่วนใหญ่เป็นพระ เณร และฆราวาสเพศชาย) และ 5. มุมสบาย พระ – เณร จำนวนสมาชิก 394 ราย (โดยส่วนใหญ่เป็นพระ เณร และฆราวาสเพศชาย) โดยกลุ่มนี้มีรายละเอียดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ระบุว่า “กรุณาอย่าโพสต์อะไรที่มันทำลายชื่อเสียงและทำลายกลุ่มนะครับ”

จากข้อมูลเกี่ยวกับพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กที่พบข้างต้น พิจารณาจากชื่อกลุ่มเฟซบุ๊กแล้ว จะมีความโน้มเอียงไปในทางโลกย์ เช่นเดียวกับพระสงฆ์อีกบางส่วน แม้ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มดังกล่าว ได้ปรากฏความรู้สึกนึกคิดแทบไม่แตกต่างไปจากฆราวาสทั่วไป แม้จะมีเรื่องคติคำสอน หลักการปฏิบัติตนตามแนวทางของพระพุทธเจ้าแล้ว แต่ยังละซึ่งความรู้สึกส่วนตนไม่ได้ อาทิ การตั้งชื่อบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวในลักษณะทางโลกย์ค่อนข้างชัดเจน การโพสต์สเตตัสด้วยความถี่ติดต่อกันหลายวัน เพื่อขอบริจาคปัจจัยเพื่อสมทบทุนสร้างศาลาการเปรียญ ตึกอาคารต่างๆ การขึ้นขมยนิยอฆราวาสที่นำปัจจัยมาถวาย การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความรัก ความเศร้า ความโกรธผ่านทางเฟซบุ๊กส่วนตัว การโพสต์สิ่งของมีค่า หรือน้ำหอม เครื่องหอมประทีนผิว เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ยังมีกลุ่มพระสงฆ์อีกจำนวนไม่น้อย ยังคงเฟซบุ๊กเป็นช่องทางเชื่อมคำสอนของพุทธศาสนาให้เข้าถึงพุทธศาสนิกชนได้ง่ายขึ้น หวังให้ฆราวาสมีโอกาสซึมซับพระธรรมคำสอนได้ตามความสะดวกของแต่ละรูป ผ่านทั้งเฟซบุ๊กส่วนตัว เพจเฟซบุ๊กสาธารณะ หรือแม้แต่การตั้งกลุ่มสมาชิกเฟซบุ๊ก ปรากฏให้เห็นอีกไม่น้อยเช่นกัน อาทิ เพจเฟซบุ๊กข้อธรรม คำสอน พระไพศาล วิสาโล มีคนกดติดตาม 258,051 ราย กลุ่มเฟซบุ๊กพระอรหันต์ สายหลวงปู่มั่น มีสมาชิก 426,845 ราย กลุ่มเฟซบุ๊กของ #รวมพลพระเถรรักพระพุทธศาสนา มีจำนวน 2,281 ราย (โดยส่วนใหญ่เป็นพระสงฆ์สามเณร และเพศชาย) โดยมีข้อความระบุว่า “มิตรภาพความเป็นอันเดียวกัน มีศีลสามัญญตา คือ ความเป็นสมณะเหมือนกันครับ” หรือแม้แต่บัญชี เฟซบุ๊กส่วนตัวของพระไพศาล วิสาโล ที่พระไพศาลได้ตั้งขึ้นมาเอง ใช้ชื่อ phra paisal visalo

ปรากฏการณ์สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ที่กำลังเกิดขึ้นกับพระสงฆ์ในแต่ละกลุ่ม แต่ละรูปในปัจจุบันนั้น จะสอดคล้องกับสมมติฐานของ Berger ที่ระบุไว้ว่า พระสงฆ์กับฆราวาสมีเส้นแบ่งห่างระหว่างกันลดลง จนเกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง จากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา เป็นสังคมฆราวาส จะเป็นเรื่องจริงมากน้อยเพียงใดนั้น คงต้องพิจารณาจากองค์ประกอบหลายประการ

การใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่มีแนวโน้มเปลี่ยนจากสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) มาเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) ที่อาจเรียกได้ว่ากำลังเกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบันนั้นของพระสงฆ์กลุ่มหนึ่ง เป็นสาเหตุให้เกิดกลุ่มพุทธศาสนิกชนส่วนหนึ่งที่ไม่ต้องการให้สถาบันพุทธศาสนาของไทยถูกมองในแง่ไม่ดี ได้เริ่มเข้ามาเฝ้าติดตาม ผ่านการเปิดเป็นรูปแบบเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ ใช้ชื่อว่า สำนักข่าววงเจริญ V2 ซึ่งเป็นสำนักข่าวที่พบข้อมูลจากเว็บไซต์มติชนออนไลน์ (<http://www.matichon.co.th/news/195582> เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2559) โดยเนื้อหาว่าระบุถึง สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (พศ.) หน่วยงานที่กำกับดูแลพระสงฆ์ เพื่อให้ พศ. ประสานไปยังกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) ให้ลบเฟซบุ๊กดังกล่าว เพราะเป็นเพจเฟซบุ๊กที่ขอบนำเสนอการโพสต์ภาพและข้อความไม่เหมาะสมของพระสงฆ์ในโซเชียลมีเดีย

โดยเฉพาะกลุ่มพระสงฆ์ที่มีลักษณะเบี่ยงเบนทางเพศ แต่จากการตรวจสอบของไอซีที พบว่า ไม่พบการกระทำที่ผิดตามหมวด 1 ใน พ.ร.บ.ว่าด้วยกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

นอกจากนี้ ยังระบุว่า ตามที่เพจเฟซบุ๊ก สำนักข่าวพวงเจริญ V2 ตรวจสอบความเคลื่อนไหวของพระสงฆ์บนโลกเสมือนจริงอย่างเฟซบุ๊ก ทั้งจากบัญชี เฟซบุ๊กพระสงฆ์ส่วนตัว เพจหรือกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ต่างๆ ถึงความเหมาะสมในพฤติกรรมต่างๆ ตลอดจนการใช้เครื่องมือสื่อใหม่ประเภทนี้หวังเป็นกระจุกสะทอนให้พระสงฆ์ด้วยกันเองช่วยกันตักเตือนถึงความไม่เหมาะสมที่เกิดขึ้นในหมู่พระสงฆ์เอง ตลอดจนสื่อสารข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้กับสังคมเสมือนจริงในเฟซบุ๊กรับรู้ ช่วยกันแก้ไขเป็นลำดับถัดไป ทั้งนี้ สำหรับเพจเฟซบุ๊กสำนักข่าวพวงเจริญ V2 เพจสาธารณะที่คอยตรวจสอบการกระทำไม่เหมาะสมของพระสงฆ์ มีผู้ติดตามจำนวน 22,657 โไลค์ อย่างไรก็ตาม หลังจากการนำเสนอข่าวได้ระยะหนึ่ง เพจสำนักข่าวพวงเจริญ V2 ได้ปิดตัวลงไป แต่ได้ยังมีเพจ เฟซบุ๊กสาธารณะที่คอยตรวจสอบในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้น โดยเป็นเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ ใช้ชื่อว่า สำนักข่าวพวงเจริญ V2 มีผู้กดติดตามจำนวน 13,966 ราย โดยเพจระบุข้อความว่า “ตีแผ่เรื่องจริงของมารศาสนา ที่ใช้ผ้าเหลืองเป็นเครื่องมือหากิน แอดมินไม่ใช่พระ”

สำหรับสาเหตุที่มีเพจของสำนักข่าวพวงเจริญ V2 หรือแม้แต่เพจของสำนักข่าวพวงเจริญเกิดขึ้นก็ตาม ปัจจัยส่วนหนึ่ง มาจากยุคเริ่มแรกของสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ที่ประชาคมชาวเฟซบุ๊กได้ตั้งข้อสงสัยตั้งแต่ปี 2553 ช่วงแรกที่สื่อนี้ได้รับความนิยมจากคนไทย โดยได้ร้องเรียนเกี่ยวกับพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กเป็นแหล่งสื่อสารข้อมูลไม่เหมาะสม รวมทั้งมีการนำข้อมูลแสดงความคิดเห็นต่อกันว่าพระ เณร สามารถเล่นเฟซบุ๊กได้หรือไม่ โดยนำไปลงไว้ในเว็บไซต์อะลิตเติ้ลบูตดะ ดอทคอม (www.alittlebuddha.com) เกี่ยวกับการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ตามที่รายงานเป็นข่าวในสำนักข่าวไทย และถูกเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ www.mthai.comnews เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2553

ในวันที่ 3 มิถุนายน 2553 เช่นกัน ได้รับคำชี้แจงจากนายอำนาจ บัวศิริ ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักเลขาธิการมหาเถรสมาคม (มส.) สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (พศ.) ในขณะนั้น ผ่านเว็บไซต์เดียวกันว่า “การที่พระสงฆ์ สามเณร จะใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเป็นเรื่องที่ทำได้ และไม่ผิด แต่หากใช้คุยเรื่องส่วนตัวและมีการส่งรูปภาพหรือข้อความต่างๆ ที่ไม่เหมาะสม ถือว่าไม่ถูกต้อง เพราะเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่มีฆราวาสหรือประชาชนใช้เป็นจำนวนมาก หากมีพระสงฆ์ สามเณร ทำสิ่งใดไม่เหมาะสมจะลดความศรัทธาที่มีต่อพระพุทธศาสนาได้ ที่ผ่านมาพระธรรมวินัย หรือระเบียบ มส.ไม่ได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการห้ามพระสงฆ์เล่นอินเทอร์เน็ต หรือการใช้ช่องทางสื่อสารดังกล่าว มีแต่คำสั่ง มส. เรื่องการกวดขันพระสงฆ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเท่านั้น เนื่องจากเคยมีกรณีที่พระสงฆ์เล่นไฮไฟว์อย่างไม่เหมาะสม มส.จึงมีคำสั่งกวดขันให้เจ้าคณะผู้ปกครองดูแลการใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ให้เข้มงวดมากขึ้น เรื่องราวเหตุการณ์ครั้งนี้ เหมือนเฟซบุ๊ก กำลังเป็นสนามรบระหว่างโลกศักดิ์สิทธิ์และโลกสามัญชนที่เข้มข้นมาก

สถาบันศาสนา แกนกลางของสังคมไทย กับอิทธิพลของสื่อใหม่ในยุควัตุนิยม

นอกจากกรอบแนวคิดของ Berger ที่มองว่าสังคมเปลี่ยนไปสู่ยุควัตุนิยม ศาสนาที่เคยเป็นแกนกลางของสถาบันทางสังคม ได้ถูกเปลี่ยนจากสังคมแบบเน้นความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) เป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) มากขึ้นนั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 56-58)

แต่ในช่วงทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา กลับมีนักวิชาการ เช่น S.M. Hoover and K. Lundby (1997) หรือ G. Davie (2007) ได้เริ่มแสดงทัศนะปฏิเสธข้อเสนองของ Berger ว่าไม่เป็นความจริง เนื่องจากในสภาพความเป็นจริง อิทธิพลของศาสนาได้ย้อนกลับคืนมาทุกส่วนเสียของสังคม มีการเกิดขึ้นของลัทธิใหม่ๆ ในโลกตะวันตก ดังนั้น การเคลื่อนไหวในหมู่นักวิชาการที่จะทำความเข้าใจการหวนกลับคืนมา มีบทบาทในโลกของศาสนาในโลกปัจจุบัน มีข้อเสนอใหม่ๆ คือ ศาสนาแบบดั้งเดิมยังคงอยู่ หลายแห่งยังมีบทบาทเช่นเดิม หรืออาจเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนพบว่า เกิดรูปแบบศาสนาใหม่ๆ มากขึ้น เช่น ความนิยมในการทำสมาธิของคนรุ่นใหม่ ศาสนาในโลกยุคใหม่นี้ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับมิติทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมทุกระดับ

ส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนโดยตรง คือ ปัจจุบันยุคข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการมีประสบการณ์กับศาสนา (religious experience) ได้เปลี่ยนจากประสบการณ์ตรง (direct experience) เช่น การไปฟังพระเทศน์ที่วัด มาเป็นการมีประสบการณ์ศาสนาผ่านสื่อ (mediated religion) เช่น การเสียงเซียมซีออนไลน์ ดังนั้น จุดสนใจของนักวิชาการด้านสื่อสารศาสนศึกษา อย่าง S.M. Hoover ที่สงสัยว่า ประสบการณ์ดังกล่าว มีข้อเหมือนข้อต่างจากประสบการณ์ตรงอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 28-29)

จากข้อสงสัยของ Hoover ที่เห็นว่า แม้ผู้นับถือศาสนาอาจไม่ได้ประสบกับตัวแทนสถาบันทางศาสนา อย่างพระสงฆ์โดยตรงเหมือนในอดีต แต่ยังมีโอกาสที่ฆราวาสจะสามารถพบเจอพระสงฆ์ในสื่อสมัยใหม่อย่าง เพชฌึกได้ง่ายขึ้น สามารถสนทนาธรรม ศึกษาพระธรรมคำสอนต่างๆ และนำไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ลักษณะเช่นนี้ ย่อมถือเป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนาอีกช่องทางหนึ่ง เพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบจากต้องเผชิญหน้า ปรับเข้าสู่สังคมออนไลน์อย่างเพชฌึก โดยที่เนื้อหาสาระของธรรมะยังคงอยู่ ดังนั้น แกนหลักของพระพุทธศาสนา ยังคงอยู่เป็นแกนกลางของสังคมโดยรวมต่อไป ไม่ได้ถูกบั่นทอนลงตามทัศนะคติของ Berger ที่มองถึงวัตุนิยม สังคมอุตสาหกรรม เมื่อมีอิทธิพลต่อคนในสังคมแล้ว จะเพิ่มบทบาทของภาคส่วนเหล่านี้ และเข้ามาเป็นแกนกลางแทนที่สถาบันศาสนา

จากข้อคิดเห็นและข้อสงสัยของ Hoover หากชี้ชัดในแง่ของศาสนาจะยังคงสามารถรักษาสถานะเป็นแกนกลางของสังคมได้มากน้อยเพียงใด เมื่อปัจจุบันกลายเป็นสังคมวัตุนิยม อุตสาหกรรม เทคโนโลยีด้านสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในสังคม หรือจะเป็นไปตามข้อสงสัยของ Berger ที่ระบุถึงอำนาจทางศาสนา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เริ่มมีน้อยลง เพราะตัวแทนทางศาสนาอย่างพระสงฆ์เข้าไปใช้สื่อ

สมัยใหม่ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางโลกย์ และมีโอกาสใกล้ชิดกับฆราวาสมากขึ้นผ่านสังคมเสมือนจริง สิ่งที่น่าสนใจ คือ เหตุใดยังแทบไม่ค้นพบงานวิจัยในทิศทางดังกล่าว เพื่อพิสูจน์หาข้อสรุปจากความสงสัยของนักวิชาการทั้ง 2 ราย การสืบหาข้อมูลตาม เพื่อพิสูจน์แนวคิดของนักวิชาการทั้ง 2 ราย ว่าจะมีสรุปไปในทิศทางใดนั้น เป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในยุคที่สื่อ เฟซบุ๊กมีบทบาท มีอิทธิพลต่อคนในสังคม ไม่เว้นแม้แต่พระสงฆ์ที่ต่างเข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊ก เพื่อเป้าหมายที่แตกต่างกันไปของแต่ละรูป

งานศึกษาวิจัยพระสงฆ์กับการใช้สื่อใหม่

งานวิจัยที่ใกล้เคียงเกี่ยวกับข้อสงสัยตามแนวคิดข้างต้น ผ่านการใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นตัวแทนของสังคมวัตถุนิยมและมีความเป็นโลกียะอยู่สูงนั้น หากพระสงฆ์ตัวแทนสถาบันทางศาสนา ซึ่งอยู่ระหว่างความเห็นต่างของ Berger และ Hoover ว่า เมื่อตัวแทนของสถาบันดังกล่าว เข้าใช้เครื่องมือทางโลกียะ บทบาท อำนาจของสถาบันนี้ยังคงอยู่ต่อไปตามเดิมตามที่ Hoover ระบุ หรือจะถูกบั่นทอนจากสถาบันศักดิ์สิทธิ์เข้าสู่การเป็นทางโลกย์ จากอิทธิพลของสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ตามแนวคิดของ Berger

งานวิจัยที่พอจะตรงกับแนวคิดทั้ง 2 รายนั้น คงเป็นการศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ภายใต้กรอบพระวินัยและความคาดหวังทางสังคมต่อพระสงฆ์” ของพินิจลาภานานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่ (2557) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พระสงฆ์มีความรู้เกี่ยวกับการใช้เฟซบุ๊กมาก โดยเฉพาะในหมู่พระสงฆ์วัยหนุ่มระหว่าง 20-25 ปี มีอายุพรรษาไม่เกิน 5 ปี เพราะยังขาดความเข้มแข็งในการศึกษา และเข้าใจหลักธรรมของพระพุทธศาสนา อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาตั้งแต่ก่อนบวช โดยเฉพาะพระสงฆ์หลายรูปได้เปิดบัญชีเฟซบุ๊กของตนเองใช้มาก่อนที่จะบวชแล้ว ประกอบกับยังมีเพื่อนฝูงคนรู้จักในทางโลกย์ มาโดยตลอด การใช้คำสนทนากับคู่สนทนาจึงเป็นลักษณะการสนทนากับฆราวาสทั่วไป

กล่าวโดยสรุปแล้ว งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพระสงฆ์โดยตรงนั้น จะเป็นลักษณะการศึกษาถึงบทบาทของพระสงฆ์ในแง่มุมต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมชุมชน สังคมให้ดียิ่งขึ้น โดยมีพระสงฆ์เป็นแกนกลางของสังคมช่วยประสานระหว่างภาคส่วนต่างๆ การศึกษารูปแบบวิถีการครองตนของพระสงฆ์ การศึกษาทัศนคติและความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อพระสงฆ์ การสำรวจความพึงพอใจในแง่มุมต่างๆ ส่วนการศึกษาสื่อใหม่กับพระสงฆ์นั้น แม้จะเริ่มมีมากขึ้น แต่จะเป็นลักษณะการศึกษาการรับรู้ หรือทัศนคติของฆราวาสที่มีมุมมองต่อพระสงฆ์เป็นส่วนใหญ่ เช่นเดียวกับการศึกษาการใช้สื่อใหม่ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กในหมู่พระสงฆ์ เพื่อสะท้อนพฤติกรรม ความคิดจากผู้ใช้โดยตรงนั้น แทบไม่ปรากฏในงานวิจัยที่ผ่านมา

หากจะศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยนี้ เห็นว่ายังสามารถมีหลากหลายประเด็นที่จะทำการศึกษาได้ โดยเฉพาะการศึกษาตามแนวคิดของ Berger ผ่านพระสงฆ์ตัวแทนสถาบันศาสนาและเป็นผู้ใช้เฟซบุ๊กกว่าแท้จริงแล้ว สื่อใหม่ประเภทนี้ จะมีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ใช้ของพระสงฆ์อย่างไร อำนาจ

ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้ ด้วยพฤติกรรมที่อยู่กับการเสพเพชปักตลอดเวลา ตามคนในสังคมโลกได้กล่าวถึงกัน หนาหู ถึงภาวะสังคมก้มหน้า ซึ่งกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งการเสพติดเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนข้อมูลสิ่งมอมเมา ยั่วจากข้อมูลด้านมืด และโอกาสการสนทนาระหว่างกัน ผ่านรูปแบบ การติดต่อสื่อสารที่เข้าถึงง่ายเพียงใช้ปลายนิ้วสัมผัสนั้น เหล่านี้ได้ปรากฏบน เพชปักของโลกียะ โลกที่ ฆราวาสต่างอิสระเสรีในการแสดงความคิดเห็น และแชร์เนื้อหาข้อมูล สามารถแสดงความรู้สึกนึกคิด มิบทนาสนทนา การแสดงอารมณ์ได้อย่างเต็มที่ เพราะสื่อนี้ได้ออกแบบรองรับโลกอิสระทางความคิด เพราะถือเป็นสื่อสากลไร้พรมแดน มีความเป็นโลกอยู่เต็มเปี่ยม ส่วนพระสงฆ์เองซึ่งครองตนอยู่ในทาง ธรรม ละแล้วซึ่งกิเลส ตระหนักด้วยศีลธรรมระหว่างครองเพศบรรพชิต เป็นที่เคารพ พึ่งพาทางจิตใจ ของเหล่าฆราวาส จะยังคงสามารถรักษาศีลด้วยจิตบริสุทธิ์ หรือจะโดนอำนาจสื่อใหม่ครอบงำ จนไม่สามารถหลุดพ้น

การถือครองพระธรรมวินัยอย่างเคร่งครัดของพระสงฆ์นั้น เมื่อพระสงฆ์เข้ามาใช้สื่อ เพชปักเครื่องมือสื่อสารของคนทางโลกจะเป็นอย่างไร การดำเนินตามวิถีของพระสงฆ์ผ่านเพชปัก บนโลกเสมือนจริง ไปพร้อมๆ กับการครองตนในโลกแห่งความจริง ภายใต้กรอบศีลธรรม ที่เข้ามา ควบคุมมากกว่ามนุษย์ปุถุชนคนธรรมดา พระสงฆ์จะมีความโน้มเอียงในระบบคิดได้มากน้อยเพียงใด จะสามารถยับยั้งการแสดงอารมณ์ที่มาพร้อมกิเลส รัก โลภ โกรธ หลง ได้หรือไม่ อย่างไร จากความ สงสัยเบื้องต้นเหล่านี้ จะสามารถต่อยอดจากงานวิจัยข้างต้น ที่เพียงศึกษาแต่ลักษณะพฤติกรรม ถ้อยคำภาษา แต่ยังไม่เห็นแนวโน้มว่า แท้จริงแล้วพระสงฆ์ไม่ว่าจะเป็นผู้มีชื่อเสียง หรือจะเป็น พระสงฆ์ทั่วไป เมื่อก้าวเข้ามาสู่สื่อสมัยใหม่อย่าง เพชปักแล้ว ท่าทีของพระสงฆ์จะเปลี่ยนไปอย่างไร แล้วสุดท้ายจะถูกอำนาจสื่อใหม่อย่างเพชปัก ทำให้พระสงฆ์หลุดพ้นจากวิถีแห่งธรรม ภายใต้ศาสนา อันศักดิ์สิทธิ์สู่โลกโลกียะ ด้วยเพราะความใกล้ชิดระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสหากันเพียงแค่ปลายนิ้ว ที่ใช้สัมผัสบนเทคโนโลยีสื่อสารได้หรือไม่ อย่างไร

ข้อสงสัยข้างต้น จึงนำไปสู่ความสนใจในการศึกษาค้นคว้าที่ว่า หากพระสงฆ์ซึ่งมี ศีลธรรม พระธรรมวินัยเป็นกรอบควบคุมการประพฤติปฏิบัติมากกว่าปุถุชนคนธรรมดา อยู่ภายใต้ พระศาสนา เป็นสถาบันที่กลุ่มฆราวาสเลื่อมใสศรัทธา กลับเลือกที่จะเข้ามาใช้สื่อใหม่อย่างเพชปัก ซึ่งเป็นสื่อเทคโนโลยีของโลกโลกียะ มีคุณลักษณะความเป็นสากล เป็นแหล่งรวมข้อมูลสาระ บันเทิง เหตุการณ์ความเคลื่อนไหว ตลอดจนเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมบัญชีสมาชิกเพชปักจากทั่วทุกมุมโลกไว้ ด้วยกัน ซึ่งแน่นอนว่าพระสงฆ์ย่อมมีโอกาสเข้าถึงทางโลกย์ ทั้งรูปแบบการพบปะสมาชิกเพชปัก บนสังคมเสมือนจริง ความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านดี เพราะเป็นพื้นที่สาธารณะ แต่ขณะเดียวกัน เพชปักก็มีคุณสมบัติแสดงความเป็นพื้นที่ส่วนตัวได้เช่นกัน ทำให้พระสงฆ์อาจก้าวข้ามไปถึงข้อมูลลอบบายบางอย่างไร้ขอบจำกัดด้วยบัญชีเพชปักส่วนตัว ตามความ สนใจของผู้ใช้เจ้าของบัญชี ซึ่งสาธารณะหรือแม้แต่คนสนิท ต่างไม่สามารถเข้าถึงได้ความเป็นส่วนตัว

นั้นได้ อาทิ การแชร์ส่วนตัวผ่านเฟซบุ๊กในเรื่องต่างๆ ทางโลกย์ การค้นหาพงศาวดารณะที่อาจส่อไปทางอนาจาร เพื่อดูข้อมูลที่ตนเองสนใจ และไม่มีใครรับรู้กับเรา เพราะไม่จำเป็นว่าผู้ใช้ต้องกดติดตามเพจนั้น การเป็นสมาชิกของกลุ่มปิดในเฟซบุ๊ก เป็นต้น การก้าวเข้ามาใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์นี้ อำนาจของสื่อซึ่งมีคุณลักษณะจูงใจมากมายจะสามารถดึงพระสงฆ์ในทางธรรม ก้าวเข้าไปอยู่ในสังคมทางโลกย์ ได้หรือไม่ อย่างไร

1.2 ปัญหานำการวิจัย

เนื่องจากเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นสื่อทางโลกย์ เมื่อพระสงฆ์ผู้ครองตนทางธรรมเข้ามาใช้สื่อทางโลกย์ การใช้สื่อเฟซบุ๊กของพระสงฆ์จะมีศักยภาพในการใช้ให้เป็นสื่อทางธรรมได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
2. เพื่อศึกษาพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

1.4 ขอบเขตในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษา “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” เนื่องจากปัจจุบันเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในสังคมไทย และระดับนานาชาติ เมื่อเทียบกับสื่อใหม่อื่นๆ ถือว่ามีความเหมาะสมเป็นอย่างมาก ที่จะนำมาศึกษาถึงการใช่ว่าเป็นอย่างไร และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้มนุษย์สามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตสาธารณะได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์ปุถุชนคนธรรมดา คนมีชื่อเสียง หรือแม้แต่พระสงฆ์ผู้รักษาศีล ผู้ที่ละเว้นแล้วซึ่งกิเลส ก็ยังสนใจที่จะเข้ามาใช้เฟซบุ๊ก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปร 2 ส่วน คือ 1. การใช้สื่อเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในแบบทางธรรม และ 2. การใช้สื่อเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในแบบทางโลกย์ ในการศึกษาจากกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จะเป็นพระสงฆ์มีชื่อเสียงทางสังคม เป็นที่รู้จักของพุทธศาสนิกชนทั่วไป ประกอบด้วยพระมหาภูมิจัย วชิรเมธี, พระศักดา สุนทรโร, พระไพศาล วิสาโล ซึ่งจะมีเพจเฟซบุ๊กประจำ และมีฝ่ายดูแลข้อมูลข่าวสาร รูปภาพกิจกรรมต่างๆ ให้อย่างสม่ำเสมอ ขณะที่กลุ่มเพื่อศึกษาพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จะเป็นพระสงฆ์ทั้งที่บวชเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา (ตลอดชีวิต) และบวชเพื่อทดแทนพระคุณบิดา มารดา โดย

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และใช้การการสำรวจ
 เนื้อหา (Survey Research) เพื่อเก็บข้อมูลประกอบงานวิจัย

1.5 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกัน
 ทั่วโลก โดยมีมาตรฐานการรับส่งข้อมูลระหว่างกันเป็นหนึ่งเดียว เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถรับส่ง
 ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ได้หลายรูปแบบ เช่น ตัวอักษร ภาพกราฟิก และเสียง รวมทั้งสามารถค้นหา
 ข้อมูลจากที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

เว็บไซต์ (Web Site) หมายถึง หน้าเอกสารจำนวนมากมาหลายล้านหน้าที่ประกอบ
 อยู่ในบริการรูปแบบ เวิลด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web: www) โดยหน้าเอกสารเหล่านี้จะเชื่อมโยง
 กัน เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้ในเวลาอันรวดเร็ว จากฐานข้อมูลที่โยงใยกันทั่วโลก ซึ่งเอกสารที่มี
 ความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันเหล่านี้ จะรวมกันอยู่เรียกว่า “เว็บไซต์”

เว็บไซต์สังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์ที่มุ่งเน้นการสร้างชุมชนออนไลน์ให้กับกลุ่มคน
 ที่ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือกิจกรรมกิจกรรมต่างๆ ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน ซึ่งเว็บไซต์ประเภทนี้
 ส่วนใหญ่จะมีบริการช่องทางต่างๆ ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น
 บริการทางอีเมล (e-mail) บริการส่งข้อความ (instantmessaging) เป็นต้น

เว็บไซต์เฟซบุ๊ก (www.facebook.com) หมายถึง เว็บไซต์ที่จัดอยู่ในประเภทเว็บไซต์
 ชุมชนออนไลน์ (Social Networking) ที่เกิดจากการแนะนำต่อกันไปของกลุ่มเพื่อนๆ โดยผู้ใช้
 อินเทอร์เน็ตสามารถสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ เพียงใช้อีเมลในการ
 สมัครที่เว็บไซต์ www.facebook.com ก็สามารถเป็นสมาชิกและใช้บริการของเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้

พระสงฆ์ หมายถึง หมายถึง ผู้ที่ได้รับการอุปสมบทตามพระวินัยและระเบียบแบบแผน
 ประเพณีของคณะสงฆ์ไทย ตามกฎหมายเถรสมาคม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2526) ทั้งพระสงฆ์ที่บวชชั่วคราว
 และพระสงฆ์ที่บวชเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา (ตลอดชีวิต)

พระวินัย หมายถึง กฎระเบียบข้อบังคับ หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่จะต้องปฏิบัติ
 ให้เป็นไปในทางเดียวกันของหมู่ภิกษุสงฆ์ เพื่อให้เกิดความเลื่อมใสแก่ผู้พบเห็น เพื่อมีอาจารย์อันงาม
 เป็นระเบียบเรียบร้อย อันจะนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติชอบ เป็นการเอื้อต่อการประพฤติธรรม
 ทางจิตต่อไป

กระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาส (Secularization) หมายถึง กระบวนการ
 เปลี่ยนแปลงจากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) ซึ่งมีสถาบันศาสนา
 จะเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ครอบครัว ศิลปะ ถูกสถาบันทาง

เศรษฐกิจ ก้าวเข้ามาเป็นแกนกลาง กลายเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) เรียกสังคมนี้ว่า สังคมสมัยใหม่ สังคมทุนนิยม สังคมอุตสาหกรรม

การใช้สื่อเฟซบุ๊ก หมายถึง ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก หรือมีกิจกรรมต่างๆ บนเฟซบุ๊ก ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผู้ใช้สองกลุ่ม คือ กลุ่มเพื่อศึกษาพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

ในที่นี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดของ David Morley ซึ่งเป็นผู้วิเคราะห์ผู้รับสาร จากสื่อโทรทัศน์ นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยมีหลักการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ภูมิหลังของพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก

1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม

1.2 จุดยืนทางวัฒนธรรม

1.3 การเข้าถึงตัวบท โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

2. การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้

การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้จะทำการวัดการรับรู้เรื่องราวจากการใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊กโดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ

2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

2.4 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)

3. การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ (Media Consumption)

3.1 ความสนใจในการเปิดรับ

3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะใช้

3.3 ช่วงเวลาที่เปิดใช้

3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้เฟซบุ๊ก

4. การศึกษาผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ

4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ

4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

5. การศึกษาผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อ

5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์

5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก

5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง

1. ได้ทราบถึงพฤติกรรมพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กภายใต้ข้อระเบียบพระวินัย มีพฤติกรรมการใช้อย่างไร มีนัยยะใด

2. เป็นแนวทางให้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ กรมการศาสนา ตลอดจนหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง นำผลการวิจัยไปขยายเป็นองค์ความรู้ รวมถึงวางแนวทางสำหรับการกำกับควบคุมการเล่นสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กในบรรดาคณะสงฆ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์สังคมปัจจุบันมากขึ้น

ประโยชน์ทางวิชาการ

3. ทำให้เกิดขยายองค์ความรู้ในการศึกษาเรื่องสื่อใหม่ (New media) ที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมทางพุทธศาสนา ผ่านตัวแทนอย่างพระสงฆ์ กับเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับต่อยอดการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก กับพระสงฆ์ในแง่มุมอื่นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” เป็นการศึกษา “ผู้รับสาร” (Audience Research) ซึ่งในที่นี้คือ กลุ่มพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีการศึกษาผู้รับสารในแนวทางวัฒนธรรมศึกษา เพื่อเป็นกรอบในการทำความเข้าใจลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต กรณีการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อทำความเข้าใจประเด็นปัญหา ผ่านมุมมองของผู้รับสารเอง และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับศาสนา
2. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ David Morley
3. ทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดแห่งสำนักโตรอนโต (Toronto School)
4. แนวคิดเรื่องชุมชนออนไลน์ (Online Community)
5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับศาสนา

เหตุผลที่ต้องศึกษาเรื่องศาสนากับการสื่อสาร

2.1.1 การเป็นสถาบันแกนกลางของสังคม

สังคมยุคอดีต ศาสนาถือเป็นสถาบันแกนกลางของสังคม ทำหน้าที่กำกับดูแลสถาบันอื่น ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง ครอบครัว การศึกษา การปกครอง ฯลฯ ครั้นเวลาเปลี่ยนจนสังคมพัฒนาสู่ยุคใหม่ ด้วยกระบวนการกลายเป็นโลกียะมากขึ้น (Secularization) ตามทัศนะของ Peter Berger (1967) สถาบันศาสนาจึงเริ่มถอยออกจากตำแหน่งศูนย์กลางของสังคม โดยมีสถาบันอื่นเข้าไปครองตำแหน่งแทน เช่น สถาบันเศรษฐกิจที่เข้าไปควบคุมกำกับดูแลสถาบันอื่นๆ (ในกรณีของสังคมไทย การเคลื่อนย้าย “วัด” ที่เคยเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาเป็น “ศูนย์การค้า” เป็นรูปธรรมที่สะท้อนคำกล่าวข้างต้นได้เป็นอย่างดี)

และในโลกยุคสมัยใหม่ (Modern world) โดยเฉพาะสังคมที่พัฒนาเป็น “สังคมข่าวสาร” (Information society) สถาบันที่ก้าวสู่ตำแหน่งศูนย์กลางของยุคสมัยสารสนเทศ นั่นคือสถาบันสื่อมวลชน ฉะนั้น หากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นไปโดยธรรมชาติ/ยถากรรม รูปแบบความสัมพันธ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ น่าจะเป็นรูปแบบที่สถาบันใหม่ (สื่อมวลชน) เข้าไปแทนที่ (Substitution)

สถาบันเดิม (ศาสนา) เช่น คนรุ่นใหม่จะใช้เวลาไปวัดน้อยลงอย่างมาก โดยเวลาส่วนใหญ่จะถูกใช้ไปกับการเปิดรับสื่อสมัยใหม่ เช่น โรงภาพยนตร์ สถานบันเทิง

การที่สถาบันศาสนาและสถาบันสื่อมวลชนต่างก็“เคยเป็น” และ “กำลังเป็น” สถาบันแกนกลางหลักของสังคม ที่ถูกจัดวางรูปแบบความสัมพันธ์ให้แข่งขันช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสังคม และพื้นที่ในจิตใจของผู้คน การช่วงชิงพื้นที่เป้าหมายเดียวกันน่าจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ 2 สถาบันไม่ค่อยลงลอยกัน กลายเป็นอุปสรรคที่ต้องเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 19-20)

สำหรับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ได้มีมุมมองประชาชนบางส่วนต่อภาพพระสงฆ์ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ในทางที่น่าสงสัยว่า อาจไม่ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อกิจการทางพระพุทธศาสนาอย่างเดียว เพราะไม่ได้มีข้อบังคับ และไม่ได้กำหนดขอบเขต หรือกฎระเบียบการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับพระสงฆ์และสามเณร ก่อให้เกิดความวิตกกังวลเสียหายในภาพลักษณ์และกิจการพระพุทธศาสนาได้ง่าย (มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 2552, อ้างถึงใน พิณิจ ลาภธนานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่, 2557, น. 6) อาจส่งผลต่อการเป็นผู้นำทางศาสนา สังคม และทางปัญญาของพระสงฆ์

ยิ่งไปกว่านั้น การใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ยังอาจเป็นพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมไทย ก่อให้เกิดความอคติต่อบทบาทของพระสงฆ์ เนื่องจากการเผชิญหน้ากันของ 2 มโนทัศน์ ระหว่างวัฒนธรรม กับ เทคโนโลยี ที่ไม่อาจผสมกลมกลืนกันได้อย่างลงตัว ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างกัน ยากต่อการทำความเข้าใจ เมื่อทั้ง 2 มโนทัศน์ต้องมาสัมพันธ์กันในการอธิบายบทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์และพุทธศาสนา

เพราะสังคมไทยยังคงมองสถานภาพและบทบาทของพระสงฆ์ ที่ค่อนข้างยึดติดกับกรอบวัฒนธรรมประเพณี ยากจะปรับเปลี่ยนโครงสร้างได้ในสังคมแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะในสังคมที่มีความเป็นชนบทมากกว่าสังคมเมือง จนเป็นที่มา ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและสงสัยต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในหมู่พระสงฆ์ แม้ว่าพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์นั้น อาจจะสนับสนุนสถานภาพ บทบาท และหน้าที่ของพุทธสาวกอย่างครบถ้วนแล้วก็ตาม (พิณิจ ลาภธนานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่, 2557, น. 6)

2.1.2 การวิจัยสื่อใหม่ (New Media) กับประเด็นศาสนา

สื่อใหม่ ทั้งอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เพิ่งเข้ามาแพร่หลายในเมืองไทย เมื่อประมาณกลางทศวรรษ 2530 นี้เท่านั้น และสื่อใหม่เหล่านี้ ล้วนมีลักษณะ “ทางโลกย์” อย่างเต็มตัว เริ่มตั้งแต่ต้นกำเนิดของอินเทอร์เน็ต จากยุคสงครามและถูกทหารนำมาใช้ ก่อนถูกนำไปใช้ในมิติข่าวสารธุรกิจการค้า แต่สำหรับการเชื่อมต่อระหว่างสื่อใหม่กับมิติทางศาสนาในสังคมไทย กลับเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจนน่าประหลาดใจ

ปรากฏการณ์การเชื่อมต่อระหว่าง 2 ส่วนดังกล่าว หากจะอธิบายจากแบบแผนหลักในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันดั้งเดิม เช่น ศาสนา กับสถาบันใหม่ๆ ที่ก้าวเข้ามาในสังคมไทย ด้วยสังคมไทยไม่ได้ใช้แบบแผน “กีดกัน” หรือ “เข้าแทนที่” ระหว่างสิ่งเก่ากับสิ่งใหม่ ดังเช่น พุทธศาสนา (สิ่งใหม่ในอดีต) ได้ผนวกความเชื่อเรื่องผี พราหมณ์เข้าไว้ด้วย และเมื่อความรู้แบบวิทยาศาสตร์ก้าวเข้ามาในสังคมไทย สังคมไทยก็ “ผนวกประสาน” และ “จัดที่ทาง” ให้กับวิทยาศาสตร์ (คำอธิบายของ Graham Murdock เรื่องการพัฒนาแบบคู่ขนานจึงน่าจะเหมาะสมกับสังคมไทยมากกว่าทฤษฎี Secularization ของ Peter Berger)

เมื่อสังคมไทยชำนาญเรื่องการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ จึงไม่น่าแปลกที่บรรดาสื่อใหม่ๆ จะถูกนำมาปรับใช้ศาสนาอย่างไม่ขัดเขิน เช่น การบันทึกพระไตรปิฎกลงบน CD-ROM หรือกรณีที่พระสงฆ์ใช้สื่อออนไลน์สมัยใหม่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ในการเผยแพร่พระธรรมคำสอนตามหลักพุทธศาสนา เป็นต้น

จากการสำรวจเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ช่วงปี 2540-2550 พบว่ามีจำนวนมากถึง 200 กว่าเว็บไซต์ และบุคคลที่จัดทำเว็บเหล่านี้ มีทั้งบุคลากรในทางสถาบันศาสนา ตลอดจนฆราวาสทั่วไป และหากพิจารณาคุณลักษณะของสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ จะพบว่า คุณลักษณะบางประการที่เหมาะสมกับรูปแบบการสื่อสารของศาสนา หรือมีคุณลักษณะที่ชวนให้บุคลากรเข้าไปใช้เผยแพร่ศาสนา แต่ก็ยังมีบางคุณลักษณะที่ขัดแย้ง ไม่ค่อยลงตัวกับการสื่อสารแบบศาสนา อาทิ

ลักษณะ interactive คือ การตอบโต้กันระหว่างคู่สื่อสาร ซึ่งขัดแย้งกับลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) การสื่อสารจากบนลงล่าง (top-down approach) เช่น รูปแบบเทศนาสั่งสอนของพระสงฆ์ หรือลักษณะที่เกิดจากความต้องการของผู้ใช้ (User's pull) มากกว่าการเกิดจากความต้องการของผู้ส่งสาร ซึ่งขัดแย้งกับรูปแบบการสื่อสารของศาสนา ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารทางศาสนาของสื่อใหม่ จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่า “วันนี้ หลวงพ่ออยากเทศน์เรื่องอะไร” แต่กลับขึ้นอยู่กับว่า “วันนี้ ญาติโยมมีปัญหาอะไรในชีวิต”

การที่กลุ่มผู้ใช้สื่อใหม่นั้น เป็นคนรุ่นใหม่และเข้าหาศาสนา ไม่ใช่เพราะ “ความเชื่อหรือศรัทธา” เป็นหลัก แต่เพราะ “เป็นเรื่องที่มีเหตุผล” เช่นเดียวกับบริบทในทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบ กับเนื้อหา หากเป็นการสื่อสารทางศาสนาจะเน้น เนื้อหา มากกว่า รูปแบบ แต่สำหรับวัยรุ่นนั้น รูปแบบ ถือว่าต้องมาก่อนเนื้อหา ดังนั้น การเทศน์ของพระสงฆ์ต้อง “มีภาพ มีเพลง มีพุด” (Multimedia) จะพุดอย่างเดียวไม่ได้ เป็นต้น

และถึงแม้ว่าจะมีคุณลักษณะขัดแย้งกัน ระหว่างสื่อใหม่กับการสื่อสารแบบศาสนา แต่ด้วยคุณสมบัติโดดเด่นของสื่อใหม่ โดยเฉพาะความสามารถเข้าถึง “กลุ่มคนห่างวัด” เช่น กลุ่มวัยรุ่น จึงทำให้สถาบันศาสนามีความสนใจที่จะศึกษา และมีความต้องการใช้สื่อใหม่อย่างเต็มที่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 208-210)

ดังนั้น แนวทางกรอบความคิดข้างต้น จะเห็นได้ว่า การสื่อสารกับศาสนาจะมีความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกันมาโดยตลอดเป็นระยะเวลาานาน แม้พัฒนาการของสื่อจะเปลี่ยนไปสู่ความทันสมัยมากเท่าใด แต่ศาสนาเองก็สามารถปรับตัว และดำเนินการเผยแพร่ ผ่านการใช้สื่อ เพื่อเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งได้ตลอด ดังเช่นกรณีพระภิกษุสงฆ์กับการใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งถือเป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารและได้รับความนิยมมากในหมู่ฆราวาสบุุคคลชนคนทั่วไปในสังคมไทยยุคปัจจุบัน กลับได้รับความนิยมจากหมู่พระสงฆ์ไม่ต่างกัน โดยจากข้อมูลการวิจัย จะพบสถิติเรื่องเวลา และลักษณะภาษาการเล่นเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1

แสดงการปรากฏตัวของพระสงฆ์บนเฟซบุ๊ก

ลักษณะ/สถิติ	เวลาโดยเฉลี่ย (ชั่วโมง/สัปดาห์)	ความถี่โดยเฉลี่ย (ครั้ง/สัปดาห์)	ช่วงเวลา ที่มักจะพบ
พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร	7-8	11	20.01-24.00
พระสงฆ์ที่โดดเด่นการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เพื่อเผยแพร่ธรรม	3	12	16.01-20.00
พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านวิชาการ	2	11	16.01-20.00
พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านการใช้ เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง	9-10	12	20.01-24.00

หมายเหตุ. จาก พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมของพระสงฆ์ (น. 55), โดย พิณิจ ลาภธนานนท์, และ แทนพันธุ์ เสนาะพันธุ์ บัวใหม่, (2557, กรุงเทพฯ: จรัสณีทวงศ์การพิมพ์.

ตารางที่ 2.2

แสดงระดับการใช้ภาษาของพระสงฆ์ลักษณะต่างๆ

ลักษณะของพระสงฆ์/ปัจจัย และระดับภาษาที่ใช้	ช่วงอายุ (ปี)	จำนวนพรรษา (ปี)	ระดับภาษาที่ใช้
พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร	20-25	ไม่เกิน 5	กึ่งทางการและ ไม่ทางการ
พระสงฆ์ที่โดดเด่นการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เพื่อเผยแพร่ธรรม	25 ขึ้นไป	มากกว่า 5	ทางการและกึ่งทางการ
พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านวิชาการ	25 ขึ้นไป	มากกว่า 5	ทางการและกึ่งทางการ
พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านการใช้ เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง	20-30	ไม่เกิน 5	ไม่เป็นทางการ

หมายเหตุ. จาก พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมของพระสงฆ์ (น. 67), โดย พินิจ ลาภานานนท์, และ แทนพันธุ์ เสนาะพันธุ์ บัวใหม่, (2557, กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์.

จากข้อมูลข้างต้น ซึ่งระบุถึงระดับความสามารถในการลด ละ เลิก จากเครื่องมือเฟซบุ๊กซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับโลกียะ ตามปัจจัยที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงวัย เป็นข้อมูลที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา เรื่อง การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊กของพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือการติดต่อสื่อสารประเภทหนึ่ง ที่ฆราวาสนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีวัตถุประสงค์การใช้แตกต่างกันออกไป ทั้งเสพเพื่อความบันเทิง เพื่อความรู้ เพื่อถึงข้อมูลข่าวสารของสังคมด้านใดด้านหนึ่ง ผู้นำทางความคิดต่างๆ ซึ่งมีผลต่อความคิดเห็นของคนติดตามในสังคมนั้นด้วย ตลอดจนอบายมุขจากด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งบางรายอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือเพื่อเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งในทิศทางที่เป็นลบต่อตนเอง ตลอดจนบุคคลใกล้ชิด และถ้ายิ่งผู้ใช้เป็นผู้นำทางความคิดที่โด่งดังมีคนเคารพ ชื่นชมมากเพียงใด ความสามารถการกลั่นกรองเรื่องถูกผิดย่อมมีน้อยลง และเชื่อหรือสนับสนุนผู้นำทางความคิดผู้นั้นได้ง่ายยิ่งขึ้น

เช่นเดียวกับสถาบันพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งประพฤติปฏิบัติตนในทางธรรม ละแล้วซึ่งกิเลส ตัณหาทางโลกย์ แต่กลับมีพระสงฆ์กลุ่มหนึ่ง สนใจเข้ามาเสพสื่อใหม่ดังกล่าว ประหนึ่งว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในกิจวัตรประจำวันของสงฆ์ แม้จะเป็นลักษณะขัดแย้งระหว่างสื่อใหม่กับการใช้สื่อ

ของพระสงฆ์ แต่ด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นของสื่อใหม่ และกลายเป็นที่นิยมของคนในสังคมโลกอย่างมากนั้น ส่งผลให้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กได้รับความนิยมจากหมู่พระสงฆ์ไม่ต่างกัน

สอดคล้องกับ 1 ใน 10 คติความเชื่อของ Abelman and Hoover (1990) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “รายการธรรมะที่ผ่านสื่อกระจายเสียง” ซึ่งบ่งบอกนัยยะถึงความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชนว่า เมื่อพระสงฆ์ไปออกรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ จะเป็นการไม่เหมาะสมแก่สถานภาพของสงฆ์ เพราะรูปแบบ (format) ของสื่อสมัยใหม่จะเน้นหนักไปทางโลกียสุข เช่น ต้องเน้นความตื่นเต้น สนุกสนาน บันเทิง มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง ขณะที่รูปแบบของศาสนานั้นเน้นความเรียบง่าย สละความสุขทางเนื้อหนัง มุ่งระงับกิเลสและอารมณ์ทั้งหลาย ให้บังเกิดสติเพื่อแสวงหาให้แก่ปัญญาตามมา ดังนั้น หากสถาบันทางศาสนาก้าวเข้าไปในสถาบันทางโลกอย่างสื่อใหม่ อาจจะถูกเนื้อหาหรือรูปแบบของสื่อใหม่ครอบงำได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544, น. 361) ถือเป็นทิศทางเดียวกับผู้วิจัยที่มีความสนใจประเด็นเรื่องพระสงฆ์กับสื่อใหม่เป็นอย่างมาก และต้องการจะศึกษาต่อไปว่าแท้จริงแล้วพระภิกษุสงฆ์ ใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กประเภทนี้ เพื่อเป้าหมายการสื่อสารใด

2.1.3 บทบาทของพระภิกษุสงฆ์ พระธรรมวินัย และการสื่อสาร

พระสงฆ์ถือเป็นผู้สืบทอดพระพุทธศาสนา มาแต่ครั้งพุทธกาล การครองตนภายใต้ผ้าไตรจีวรนั้น ย่อมเป็นเสมือนเครื่องเตือนสติ ให้รู้จักไตร่ตรองก่อนลงมือปฏิบัติภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่เสมอ คำนึงถึงผลลัพธ์หลังจากนั้นว่าจะเป็นอย่างไร ส่งผลดีหรือผลเสียต่อผู้ใดบ้าง ด้วยเหตุที่พระสงฆ์มีบทบาทและหน้าที่ในการทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา ดังนี้

1. การศึกษาตามหลักไตรสิกขา คือ จะต้องศึกษาทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ศีล เป็นการศึกษาด้านพระวินัย (ศีล 227 ข้อ) ธรรมเนียม วัตรปฏิบัติ และมารยาทต่างๆ ของพระสงฆ์ เพื่อให้ปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและด้วยอาการสำรวมระงับ สมาธิ เป็นการศึกษาด้านสมาธิ ผูกเจริญวิปัสสนาเพื่อให้จิตสงบ ปัญญา เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาด้านปัญญา โดยใช้ปัญญาคิดพิจารณาให้เข้าใจถึงสัจธรรมหรือความจริงของชีวิต รวมทั้งเป็นเครื่องมือดับทุกข์หรือแก้ไขปัญหาชีวิตต่างๆ
2. เป็นพระนักเทศน์ ได้แก่ พระภิกษุที่ปฏิบัติหน้าที่สอนหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาแก่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไป
3. เป็นพระธรรมทูต เป็นพระภิกษุที่ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาทั้งในและต่างประเทศ
4. เป็นพระธรรมจาริก ได้แก่ พระภิกษุที่ออกไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาแก่ชาวเขา โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะสงฆ์ และกรมประชาสัมพันธ์
5. เป็นพระวิทยากร ได้แก่ พระภิกษุผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาอบรมให้ความรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรมแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนทั่วไป

6. เป็นพระวิปัสสนาจารย์ ได้แก่ พระภิกษุผู้ทำการสอนการปฏิบัติกรรมฐานตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา

7. พระนักพัฒนา ได้แก่ พระสงฆ์ที่ทำงานสงเคราะห์ชุมชนด้วยการให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือชาวบ้านด้วยกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้น

พระสงฆ์เหล่านี้ได้ทำให้สังคมไทยได้ตระหนักว่า พระนั้นไม่ได้มีบทบาทเฉพาะพิธีกรรมแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ท่านยังมีบทบาทที่สำคัญในพัฒนาชุมชนและสังคมให้มีความเป็นอยู่ที่ดีอีกด้วย (รังสิยศ งามฤทธิ์, 2559)

นอกจากนี้ ในพุทธดำรัสเกี่ยวกับบทบาทพระสงฆ์พระธรรมวินัย ที่พระสงฆ์ต้องปฏิบัติ เฉพาะตน ดังที่พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต) ระบุไว้ว่า พระสงฆ์ผู้รักษาศีล พึงประพฤติตามวินัย ควรเข้าใจวัตถุประสงค์ คือ ประโยชน์ที่มุ่งหมายของวินัย ที่พระพุทธเจ้าทรงแถลงก่อน บัญญัติสิกขาบทแต่ละข้อ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะ 10 ประการ ดังนี้ 1) เพื่อความตั้งงามที่เป็นไปเพื่อความเห็นชอบร่วมกันของสงฆ์ 2) เพื่อความผาสุกแห่งสงฆ์ 3) เพื่อการปราบคนหน้าด้านไม่รู้จักอาย 4) เพื่อความอยู่ผาสุกแห่งเหล่าภิกษุผู้มีศีลตั้งงาม 5) เพื่อปิดกั้นความเสื่อมเสีย ความทุกข์ ความเดือดร้อนที่มีในปัจจุบัน 6) เพื่อบำบัดความเสื่อมเสีย ความทุกข์ ความเดือดร้อนที่จะมีในภายหลัง 7) เพื่อความเสื่อมใสของคนที่ยังไม่เสื่อมใส 8) เพื่อความเสื่อมใตยิ่งขึ้นไป ของคนที่เสื่อมใสแล้ว 9) เพื่อความดำรงมั่นแห่งศีลธรรม 10) เพื่อส่งเสริมความเป็นระเบียบเรียบร้อย สนับสนุนวินัยให้หนักแน่น (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), 2552, น. 436)

ตามพระธรรมวินัย และบทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์ที่พึงปฏิบัติตามข้างต้นนั้น กลายเป็นกรอบแนวทางปฏิบัติ เมื่อเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งแน่นอนว่าวิธีการย่อมแตกต่างไปจากฆราวาสที่อยู่ทางโลกย์ใช้งาน เพราะระหว่างใช้ย่อมต้องพึงระวังความสัมพันธ์ด้วยพระธรรมวินัยต่างๆ ถือเป็นหัวใจสำคัญอีกประการที่ผู้วิจัย สนใจว่าพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก พร้อมๆ กับการครองตนภายใต้ศีล 227 ข้อ และแนวทางพระวินัยที่สงฆ์พึงปฏิบัติานั้น จะมีโอกาสที่พระสงฆ์จะย่างก้าวเข้าสู่การใช้งานเว็บไซต์ เฟซบุ๊กในลักษณะทางโลกย์ ตามทัศนคติของ Peter Berger ในเรื่องกระบวนการกลายเป็นโลกียะ (Secularization) และทำให้สถาบันศาสนาเริ่มถอยออกจากตำแหน่งศูนย์กลางของสังคมได้หรือไม่ อย่างไร

2.2 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ David Morley

สำหรับแนวคิด เพื่อวิเคราะห์ผู้รับสารที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ (Critical Cultural Studies) ซึ่งก่อตัวขึ้นในประเทศอังกฤษ ตามแนวคิดของสำนัก Birmingham ในช่วงทศวรรษที่ 1960 โดยช่วงเวลานั้น ได้มีอิทธิพล

ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications) เข้ามาวิเคราะห์ ผู้รับสารอย่างกว้างขวาง นักวิชาการด้านสื่อมวลชนต่างหันมาให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจ ผู้ชม ผู้ใช้สื่อในมิติใหม่ๆ โดยให้ความสนใจต่อการวิเคราะห์ผู้รับสารว่า มีการใช้สื่อสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในชีวิตประจำวัน หรือเท่ากับว่า ผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้กระทำ (active) ซึ่งมีความต้องการบางอย่างก่อน แล้วจึงเลือกที่จะเข้าไปใช้สื่อ

นอกจากนี้ ยังพบว่า แนวทางการศึกษาแบบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ยังมีความแตกต่างจากแนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ เนื่องจากการศึกษาแบบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้รับสารมากเกินไป และโดยทั่วไปแนวคิดนี้ ยังตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของแนวคิดเชิงหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งมักจะนำไปสู่ แนวโน้มที่ให้ความสำคัญต่อการอธิบายเชิงการทำหน้าที่ของสื่อ และการเน้นความเป็นอิสระของปัจเจกอย่างไร้ขอบเขต จนดูเหมือนว่าการมองในบริบทต่างๆ ของการรับสารจะถูกกลืนหายไป

แต่เมื่อเวลาผ่านไป จนกระทั่งปี 1980 แนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ (Critical Cultural Studies) ของสำนัก Birmingham ได้เริ่มขยายวงกว้างและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น จากการตั้งคำถามถึงตัวผู้รับสารที่เป็นได้ทั้งฝ่ายกระทำ (Active) และฝ่ายตั้งรับ (Passive) ไปพร้อมๆ กัน บวกกับความพยายามที่จะผสมผสานแนวความคิดการใช้สื่อเข้ากับการศึกษาวัฒนธรรม จึงได้มีการให้ความสำคัญกับทฤษฎีการมอง ปัจเจก ผู้ชม ผู้ใช้สื่อสมัยใหม่ ในฐานะที่เป็นนักถอดรหัสที่ตื่นตัว ผู้มีชีวิตอยู่ในโลกของความเป็นจริง ซึ่งมีการปะทะกับตัวบท (text) จากการนำเสนอของสื่อใหม่ๆ นั้นได้อย่างสร้างสรรค์ต่อเนื่อง จนเกิดเป็นแนวทางการศึกษาที่เรียกขานกันว่า “ชาติพันธุ์วรรณนาว่าด้วยการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่” (the new audience ethnography) ขึ้นมา

แนวทางการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ดังกล่าวนี้ มีนักวิชาการที่โดดเด่น คือ David Morley ซึ่งเป็นนักวิชาการของสำนัก Birmingham สังกัดสายเศรษฐศาสตร์การเมืองที่เน้นการศึกษาวัฒนธรรมอย่างวิพากษ์ (Critical Cultural Studies) และเป็นนักวิชาการที่มีความสนใจวิเคราะห์ห้องค์ประกอบของการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่ง Morley ได้ปฏิเสธวิธีคิดที่มองผู้รับสารเป็นผู้กระทำ ตามแนวทางการศึกษาแบบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ หรือมองผู้รับสารเป็นผู้ถูกกระทำ ตามทฤษฎีสายผลกระทบของสื่อ เช่น ทฤษฎีเข็มฉีดยา เพราะ Morley เห็นว่า ผู้รับสารไม่เคยมีลักษณะเป็นผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ทั้งสองอย่างอาจเกิดขึ้นได้ในผู้รับสารคนเดียวกัน ดังนั้น คำถามน่าจะอยู่ที่ว่า เงื่อนไขแบบใดที่ผู้รับสารจะถูกกระทำ และเงื่อนไขแบบใดที่ผู้รับสารจะกลายเป็นผู้กระทำมากกว่า

ด้วยเหตุดังกล่าว Morley จึงสนใจเชื่อมโยงการศึกษาตัวบท (text) กับผู้รับสารเข้าหากัน โดยด้านหนึ่งเขาเชื่อว่า ภายในตัวบทเองจะผ่านการเข้ารหัส และวางกรอบความหมายที่หลากหลายเอาไว้ชุดหนึ่งแล้ว (structured polysemy) ซึ่งไม่จำเป็นจะต้องมีความหมายหลักเพียงชุดเดียว

ดังนั้น เมื่อมาถึงระดับผู้รับสาร โดยพื้นฐานแล้ว Morley มองว่า เป็นปัจเจกผู้กระทำการทางสังคม (social agent) คือ กลุ่มคนที่อิสระเลือกตีความหมายได้ แต่ความมีอิสระในการตีความหมายของผู้รับสารนี้ ก็ไม่ใช่สิ่งที่ไร้ขอบเขต หากแต่ต้องอยู่ในกรอบที่รหัสความหมายอันหลากหลายได้รับการบรรจุไว้แล้วในตัวบทนั้น (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553, น. 670-671)

ทั้งนี้ หากจะสรุปจุดยืนทางวิชาการของ Morley ต่อแนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสารของ Morley ดังนี้

1. ทักษะพื้นฐานต่อผู้รับสารของ Morley มองว่าผู้รับสารนั้นมีลักษณะทั้งเป็นฝ่ายกระทำ (Active) และเป็นฝ่ายตั้งรับ (Passive) ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งหมายความว่า Morley ได้หลุดออกไปจากข้อถกเถียงระหว่างแนวคิด Impact Study กับแนว Uses & Gratifications Approach ที่มองผู้รับสารไปในด้าน Active หรือ Passive เพียงอย่างเดียว ปัญหาที่น่าสนใจของ Morley อยู่ที่ว่าในแง่มุมใดผู้รับสารจะ Active และแง่มุมใดผู้รับสารจะ Passive (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 177-179)

แนวคิดดังกล่าว สอดคล้องกับ งานที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา การใช้สื่อเพชบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งผู้ใช้สื่อจะมี 2 สถานะ คือ เป็น Active หรือเป็นผู้กำหนดวาระสาร หรือข้อความบนเพชบุ๊ก เพื่อเผยแพร่ให้กลุ่มคนในสังคมเครือข่ายเพชบุ๊กของตนได้รับทราบ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างไร้ข้อขัดแย้ง ขณะเดียวกัน ในการกำหนดวาระสาร หรือข้อความในแต่ละครั้ง ก็ไม่สามารถจะกำหนดได้ทันทีทันใด เพราะผู้ส่งสารก็ต้องนึกถึงเป้าหมายกลุ่มผู้รับสารก่อน เพื่อให้สารที่กำหนดนั้น บรรลุเป้าหมายมากที่สุด เท่ากับว่า มีสถานะ Passive ด้วย ดังนั้น การจะใช้เพชบุ๊กของพระสงฆ์แต่ละครั้ง จึงมีทั้ง 2 สถานะในเวลาเดียวกัน นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า ลักษณะสารที่สื่อออกไปมีลักษณะอย่างไร เป็นสำคัญ

2. จุดยืนที่แน่นอนของ Morley คือ ความเชื่อที่ว่าการวิเคราะห์เรื่องการรับสารนั้น ไม่อาจจะแยกการวิเคราะห์สารกับการวิเคราะห์ผู้รับสารออกจากกันได้ หากแต่ต้องวิเคราะห์ร่วมกัน และแนวทางในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสารและผู้รับด้านหนึ่งในตัวบท (Text) จะต้องมีการวางกรอบความหมายอันหลากหลายไว้ชุดหนึ่ง (Structured Polysemy) โดยที่ตัวบทหนึ่งไม่สามารถจะเลือกบรรจุความหมายไว้เพียงความหมายเดียวเท่านั้น หรือไม่สามารถจะปิดกั้นความหมายอื่นๆ ที่อาจจะแตกต่างออกไปบ้างได้อย่างแน่นอน สำหรับด้านผู้อ่านเอง ก็มีอิสระในการจะเลือกตีความหมายได้ อย่างไรก็ตาม อิสระในการตีความของผู้อ่านก็มีไม่ใช่ไร้ขอบเขต แต่ทว่าจะต้องอยู่ภายใต้กรอบแห่งความหมายอันหลากหลายที่ปรากฏอยู่ในตัวบทนั้นๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 177-179)

โดยจุดยืนของ Morley จะเห็นได้จากประเด็นสำคัญที่ Morley ค้นพบในเรื่องการรับชมโทรทัศน์ โดย Morley ได้ข้อสรุปว่า โทรทัศน์ในตัวของมันเองจะไม่มีมีความหมายใดๆ เลย หากปราศจากซึ่งผู้ชมที่ได้ทำการเชื่อมโยงประสบการณ์ชีวิต ภูมิหลังทางสังคมวัฒนธรรม และความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างหลากหลายของพวกเขาเข้าไปมีส่วนร่วมับกระบวนการของการตีความ

รายการโทรทัศน์เหล่านั้น ดังนั้น ภายใต้สถานการณ์ทางสังคม ณ เวลา และสถานที่หนึ่งๆ เงื่อนไขทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม มีส่วนสัมพันธ์อย่างสำคัญต่อการทำความเข้าใจกิจกรรมการชมรายการโทรทัศน์ (ระพีพร ทศรัฐ, 2552, อ้างถึงใน วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2543, น. 16)

เช่นเดียวกับ สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ที่ผู้วิจัยใจสนใจศึกษากับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้สื่อประเภทนี้ เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เพราะหากกล่าวตามแนวคิดของ Morley ย่อมถือว่า เฟซบุ๊กในตัวของมันแล้วไม่ได้มีความหมายใดๆ เช่นกัน เสมือนกับโทรทัศน์ที่ Morley ได้ยกเป็นกรณีตัวอย่าง แต่เมื่อผู้ใช้เฟซบุ๊ก อย่างคนทั่วไป ตลอดจนพระสงฆ์ นำมาเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างกัน โดยผู้ใช้แต่ละรายต่างมีประสบการณ์ ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา ความรู้สึนึกคิด กรอบกติกาของแต่ละสถาบันทางสังคมที่แตกต่างกัน การที่ผู้ใช้ได้รับสาร ล้วนถูกตีความแตกต่างกัน ตามมุมมองและภูมิหลังของผู้ใช้แต่ละราย ตามสิทธิ์ของผู้ใช้ที่จะเลือกรับในเนื้อหาที่ตนสนใจ และตรงกับความรู้สึนึกคิดของแต่ละบุคคล เพื่อนำสารดังกล่าวไปต่อยอดอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งเพิ่มพูนความรู้ ความบันเทิง ตอบสนองความต้องการส่วนตัว และในทางกลับกัน หากผู้ใช้ต้องการจะแสดงความคิดเห็นหรือนำเสนอข้อมูลใดๆ ย่อมจะมองกลุ่มเป้าหมายในสังคมเฟซบุ๊ก เพื่อนำเสนอเนื้อหาอย่างใดอย่างหนึ่งให้กลุ่มคนในสังคมเฟซบุ๊กเห็นพ้อง หรือแสดงความคิดเห็นจากเนื้อหาสารที่ได้นำเสนอไป

สำหรับกรณีของพระสงฆ์ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งสถาบันในสังคมไทย ได้ให้ความสนใจด้านการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเช่นกัน ปกติแล้วหากเป็นประชาชนคนธรรมดาเป็นผู้ใช้เฟซบุ๊ก ย่อมไม่ใช่เรื่องแปลกแต่อย่างใด แต่เมื่อพระสงฆ์ ซึ่งเป็นผู้ละแล้วซึ่งกิเลสทั้งปวง ได้ให้ความสนใจมาใช้สื่อใหม่ดังกล่าว ตามหลักการของ Morley การรับเนื้อหาสารคงไม่แตกต่างจากประชาชนทั่วไป ที่จะเลือกรับสารตรงตามความสนใจของพระสงฆ์รูปนั้นๆ แต่เมื่อสภาพสังคมความเป็นจริง เนื้อหาสารผ่านเฟซบุ๊กไม่ได้มีเพียงสารที่เกี่ยวกับธรรมะเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงเนื้อหาบันเทิง เนื้อหาแสดงความก้าวร้าว เรื่อยยาวไปถึงสารที่ล่อแหลม เกี่ยวเนื่องกับตัณหา ราคะ ความโลภ ความโกรธ อารมณ์รุนแรง อันเป็นเรื่องปกติของสามัญชนคนธรรมดาที่สามารถประสบพบเจอ แต่กับการคัดเลือกรับสารของพระสงฆ์ ย่อมมีวิธีการคิดในการคัดเลือกรับสารที่แตกต่างจากประชาชนทั่วไป ขณะเดียวกัน การแสดงความคิดเห็นของพระสงฆ์ผ่านทางเฟซบุ๊กนั้น ย่อมแตกต่างตามไปด้วย ถือเป็นประเด็นที่น่าสนใจ หากจะศึกษาถึงพฤติกรรมการเล่นเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งอยู่ภายใต้สถาบันศาสนา

3. ด้วยจุดยืนทางทฤษฎีดังกล่าว Morley จึงได้วิจารณ์นักทฤษฎีกลุ่มวิพากษ์ (Critical Theory) ที่กำลังมีอิทธิพลอยู่ในช่วง ค.ศ. 1960-1970 เนื่องจากกลุ่มนี้จะยึดถือว่าสถาบันสื่อสารมวลชนเป็นกลไกอย่างหนึ่งของกลุ่มผู้ปกครอง ดังนั้น จึงจะทำหน้าที่เป็นตัวหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ และการปฏิบัติของผู้รับสารตามเจตจำนงของผู้ปกครอง การยึดถือดังกล่าว เมื่อลงมือศึกษาก็เป็นไปในทำนองเดียวกับ Impact Study นั่นเอง เขาเห็นว่าจุดอ่อนของทฤษฎีนี้คือ การละเลยข้อเท็จจริง

ที่ว่า ผู้รับสารนั้นต่างเป็น “ผู้กระทำการทางสังคม” (Social agent) ที่มีวิธีการเลือกตีความชุดข้อมูลข่าวสาร (Range of information) ที่นำเสนอมาให้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 177-179)

โดยหากพิจารณาจากสภาพความเป็นจริง ดังที่ปรากฏในสื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก จะสะท้อนข้อเท็จจริงตามที่ Morley ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า สื่อไม่ได้ทำหน้าที่เป็นตัวหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ ต่อผู้รับสารได้ทั้งหมด เพราะตัวผู้รับสารมีสิทธิ์กลั่นกรองสารและตีความ ตลอดจนเสนอความคิดเห็น ส่งกลับไปยังผู้ส่งสาร ตามความคิดเห็นหรือมุมมองของผู้รับสารแต่ละราย ไม่ว่าจะผู้รับสารนั้นจะเป็นสามัญชนคนธรรมดา หรือแม้แต่พระสงฆ์อันเป็นผู้รักษาศีลเป็นร้อยละ ๑๐๐ ก็ตาม เมื่อได้เข้ามาใช้สื่อใหม่แล้ว ย่อมต่างสามารถแสดงความคิดเห็นจากพื้นฐานของเหตุผล ประสบการณ์ ความเชื่อแต่ละคน ดังนั้น ตามที่กลุ่มวิพากษ์เห็นว่า สื่อมวลชน ถือเป็นกระบอกเสียงของผู้ปกครอง ที่เป็นตัวแทนส่งสารมายังผู้รับสารนั้น มีอำนาจในการหล่อหลอมทางความคิด ให้ผู้รับสารอยู่ในกรอบของสารตามเป้าหมายจากผู้ส่งสารนั้น ในความคิดเห็นของ Morley มองว่าไม่สามารถเป็นไปได้ ตราบดีที่ผู้รับสารสามารถเลือกตีความชุดข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา

4. สำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับการรับสารนั้น Morley สนใจสิ่งที่เป็นผลกระทบระยะยาว (Long-term Effect) และยังคงย่นความสนใจในเรื่องผลกระทบตามจุดยืนทางทฤษฎีที่กล่าวมา กล่าวคือ เขาสนใจผลอันจะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างการก่อตัวเป็น Subject ของผู้รับสาร (Constituted subject) ที่มีปฏิสัมพันธ์กับวาทกรรมเฉพาะ (Specific discourses) แต่ละชุดจากสื่อ Morley กล่าวว่า ผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่ผู้รับสารได้สัมผัสกับวาทกรรมชุดต่างๆ เหล่านี้ ก็คือ เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของตนเองในด้านต่างๆ (Identity) เช่น จากชุดวาทกรรมต่างๆ ที่เกิดบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร รูปภาพประจำตัวเฟซบุ๊ก จะสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มผู้ใช้อย่างไร เช่น รูปแบบการนำเสนอ ภาพถ่าย การตั้งชื่อบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว หรือแม้แต่รูปแบบข้อความที่ใช้ในการทักทาย “มาเม้นต์ให้แล้วนะ” หมายความว่า มาแสดงความคิดเห็นหรือเข้ามาทักทาย

ในกรณีดังกล่าว Morley อธิบายว่า นี่เป็นวิธีการที่สังคมสมัยใหม่จะสร้างอัตลักษณ์ (Modern Identity) ให้แก่บุคคล และเนื่องจากวาทกรรมชุดต่างๆ ในสื่อมวลชนที่สร้างอัตลักษณ์ของบุคคลนั้น มีความแตกต่างและหลากหลาย เพราะฉะนั้น อัตลักษณ์ของคนสมัยใหม่ก็จะเป็นผลึกที่เกิดจากกระบวนการทำงานของวาทกรรมอันหลากหลายเหล่านี้ (Heterogeneous construction from multiple of discourse practice) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากไม่มีวาทกรรมชุดใดสามารถผูกขาดการ “เรียก” หรือ “การสถาปนาตัวตน” (Interpellation) ของบุคคลได้ ดังนั้น ในเนื้อที่ของสื่อมวลชนจึงเป็นเวทีแห่งการต่อสู้และช่วงชิงการเรียกร่องและการสถาปนาตัวตนของบุคคลตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 177-179)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแนวคิดของ Morley จะทำการศึกษาผู้รับสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก แต่ข้อเสนอของเขายังสามารถขยายไปสู่การศึกษาผู้รับสารจากสื่ออื่นๆ ได้อีก ซึ่งที่ผ่านมามีงานวิจัยหลายชิ้นที่นำทัศนะของ Morley ไปประยุกต์ใช้ในการศึกษา โดยส่วนใหญ่จะพุ่งเป้าศึกษาไปที่กลุ่มคนทั่วไป อาทิ งานวิจัยเรื่อง “แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชายและผู้หญิง” ของ สุระ ศรีศศิ (2550) ที่ทำการศึกษาผู้รับสารจากสื่อทางเพศหลายประเภท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีซีดี และสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น และจากจุดยืนทางวิชาการของ Morley ต่อแนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มองว่าผู้รับสารนั้นมีลักษณะทั้งเป็นฝ่ายกระทำ (Active) และเป็นทั้งฝ่ายตั้งรับ (Passive) ไปพร้อมๆ กัน หรืองานวิจัยเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน : ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์” ของ ระพีพร ทศธู (2552) เพื่อศึกษาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งเป็นสามัญชนคนธรรมดาเช่นกัน แต่ผู้วิจัยต้องการศึกษากลุ่มพระสงฆ์ ผ่านกรอบแนวคิดของ Morley นั้น แทนที่การศึกษาจากคนธรรมดา

โดยหัวข้อที่ผู้วิจัยสนใจศึกษานั้นหมายถึง “ผู้ใช้” เว็บไซต์เฟซบุ๊กบนสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มพระสงฆ์ ซึ่ง “ผู้ใช้” สามารถเป็นทั้งฝ่ายกระทำและตั้งรับกับสารได้ในขณะเวลาเดียวกัน ถือเป็นหัวข้อวิจัยที่มีการศึกษาน้อยมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา โดยงานวิจัยที่เห็นเด่นชัดคงเป็นเรื่อง “พฤติกรรมกรการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมของพระสงฆ์” ของพินิจ ลาภธนานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่ (2557) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมความเหมาะสมและไม่เหมาะสมในการใช้อินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ตลอดจนรูปแบบการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเพื่อกิจการพระพุทธศาสนา ดังนั้น หากผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับตัว “ผู้ใช้” ผ่านการนำทัศนะของ Morley มาประยุกต์ใช้ จำเป็นต้องนำหลักเกณฑ์ต่างๆ มาเป็นแนวทางในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้

กระบวนการวิจัยของผู้รับสารของ Morley ประกอบด้วยเกณฑ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาโครงสร้างทางสังคมของกลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ การใช้เกณฑ์ด้านประชากร กล่าวคือ หากบุคคลมีอายุ รายได้ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม รวมทั้งตัวแปรด้านชนชั้นแตกต่างกัน จะสามารถเข้าถึงและตีความแตกต่างกัน ยกตัวอย่างในคำถามที่ว่า พระสงฆ์ที่มีอายุต่างกันหรือมีระดับการศึกษาที่ต่างกันนั้น จะมีการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ต่างกันหรือไม่ หรือมีการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเหมือนหรือต่างกันอย่างไร หรือแม้แต่พระสงฆ์ ซึ่งถือเป็นสมณเพศ โดยตามหลักพระพุทธศาสนาแล้ว สมณเพศ ย่อมหมายถึง การไม่มีสถานะทางเพศในทางโลกย์ ถือเป็นศีลธรรมอันดีงามในโลกของพระธรรม แต่เมื่อพระสงฆ์ได้เข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊ก มุมมองความคิดของความเป็นเพศชายที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด และก่อนบวชศึกษาเล่าเรียน จะมีผลต่อการใช้สื่อเฟซบุ๊ก หรือไม่อย่างไร

เช่นเดียวกับในแง่ของรายได้และระดับการศึกษาก็เช่นกัน หากพระสงฆ์ที่บวชเรียนในวัดใหญ่ มีชื่อเสียง อยู่ตามหัวเมืองใหญ่ๆ มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนได้สูง และชื่อเสียงของวัดตลอดจนสถานที่ตั้ง ส่งผลให้พุทธศาสนิกชนเข้าไปทำบุญอย่างไม่ขาดสาย พระสงฆ์ย่อมมีรายได้ไม่ขาดสาย

ผ่านปัจจัยจากญาติโยมที่นำไปถวายเช่นกัน โอกาสที่จะนำปัจจัยจากญาติโยมนำไปซื้อเทคโนโลยีสมัยใหม่ อย่างสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ เพื่อเข้าถึง เฟซบุ๊กย่อมมีโอกาสสูงกว่า เมื่อเทียบกับพระสงฆ์ที่อยู่วัดตามชนบท และโอกาสเข้าถึงปัจจัย หรือสื่อสมัยใหม่ยังน้อยกว่า

1.1 การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร เพื่อให้การกำหนดขอบเขตคุณลักษณะของประชากรแคบลงมา Morley ได้เสนอให้มีการใช้เกณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น จุดยืนทางการเมือง / วัฒนธรรมมาใช้ในการดูว่ากลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันในจุดยืนดังกล่าว จะมีการรับสารอย่างไรบ้าง เช่น เราอาจเปรียบเทียบมุมมอง ความคิดเห็น และทัศนคติต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ของกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมกับพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ว่าเป็นอย่างใด เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

1.2 การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง (Access to relevant text) กล่าวคือ ยังมีปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวแปรแทรกในการเปิดรับสารอยู่เสมอ เช่น การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มพระสงฆ์นั้น อาจมาจากการชักชวนจากกลุ่มเพื่อน หรือบุคคลรู้จักหรือไม่ หรือเสพติดสื่อสมัยใหม่ก่อนที่จะเข้ามาบวชเรียน หรือไม่ อย่างไร

2. การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร (Perception of Audience) Morley ได้แยกออกเป็น 4 ขั้นตอน หลังจากเปิดรับแล้ว คือ

2.1 การจดจำได้ (Recognition) เพื่อศึกษาให้ทราบถึงการใช้งานของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา สามารถจดจำเนื้อหาได้บ้างหลังจากได้เข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ซึ่งจะสามารถสะท้อนในเรื่องความถี่ในการใช้งาน หรือความสนใจในเรื่องเฉพาะด้าน เพราะหากสามารถจดจำได้ดี นั่นอาจหมายถึง พระสงฆ์รูปนั้นมี ความถี่ในการใช้งานในระดับค่อนข้างสูง

2.2 การเข้าใจในเนื้อหาสาร (Comprehension) เป็นการศึกษาความเข้าใจ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาบนสังคมเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เช่น คำศัพท์ที่มาเร็วไปเร็ว ตรงนี้พระสงฆ์ที่ใช้งาน เฟซบุ๊กและเป็นเป้าหมายที่ต้องการศึกษานั้น จะมีความเข้าใจเรื่องนี้ได้มากน้อยเพียงใด

2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation) ซึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมในการถอดรหัสของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ผู้ใช้งานและคนย่อมมีการตีความหมายเนื้อหาแตกต่างกันออกไป จนอาจทำให้ได้เห็นมุมมองของพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กต่อเนื้อหาหนึ่งๆ แตกต่างกันไป

2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response) จะเป็นการศึกษาปฏิกริยาตอบสนองของพระสงฆ์ที่ใช้งานเฟซบุ๊กต่อหัวเรื่องต่างๆ อาทิ การขอเป็นเพื่อน การรับเป็นเพื่อน การแสดงความความคิดเห็นบน เฟซบุ๊ก เป็นต้น

ขั้นตอนทั้ง 4 นี้จะเป็นตัวกำหนดว่า ผู้รับสารจะนำเอาข่าวสารหรือความรู้ที่ได้จากสื่อไปปฏิบัติตามหรือไม่ มากน้อยเพียงไร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะใช้กระบวนการรับรู้ของผู้รับสารสำหรับวัดการรับรู้เนื้อหาจากเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ใช้เห็นข้อความทักทายหรือข้อความคำถาม (comment) ที่ผู้อื่นส่งมาถึงตนเองทางหน้าเว็บไซต์แล้ว จะมีการตอบกลับข้อความนั้นหรือไม่ หรือเมื่อผู้อื่นแสดงความประสงค์มาขอเป็นเพื่อน (add as friend) จะมีการตอบตกลงรับเป็นเพื่อนหรือไม่อย่างไร ด้วยเหตุใดประการใด

3. การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption) จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสาร (Exposure Behavior) กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาได้ขยายแนวความคิดเรื่องการเปิดรับออกไปถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อ เนื่องจากเห็นว่าความรู้ค่าตอบในเชิงปริมาณยังขาดมิติเชิงคุณภาพในการเปิดรับ โดยที่มิติเชิงคุณภาพเหล่านี้จะช่วยอธิบายผลของการรับสารได้ดีขึ้นมิติต่างๆ (dimensions) ของพฤติกรรมการรับสารอาจแยกแยะได้ดังนี้

3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention) ได้แก่ การศึกษาผู้รับสาร ในที่นี้คือ กลุ่มพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊ก ว่า มีความสนใจใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร หรือเพื่อเป้าหมายด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อรับรู้ หรือติดต่อกับคนในสังคมทั่วไป และบางส่วนอาจจะยังละกิลิสได้ หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ซึ่งความสนใจนั้นอาจขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ข้อความ ภาพถ่าย ที่เป็นองค์ประกอบบนหน้าของผู้ใช้รายอื่น ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มพระสงฆ์ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กอาจมีความสนใจในการเปิดรับภาพถ่าย หรือข้อความของผู้ใช้เว็บไซต์รายอื่นมากเป็นพิเศษ หรือบางส่วนให้ความสนใจข่าวสารบ้านเมืองทั่วไป มีความเคลื่อนไหวอย่างไร เป็นต้น

3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive) ได้แก่ วิธีการเปิดรับของผู้รับสารนั้น เป็นแบบดูแล้วเชื่อถือหมด ดูแล้วไม่ได้ติดตาม หรือดูแล้วรู้จักพิจารณาไตร่ตรองตามไปด้วย เช่น การที่กลุ่มพระสงฆ์ได้ดูข้อมูล ภาพถ่าย หรือคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด (เฟซบุ๊กไลฟ์) ของผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กกรายอื่นๆ แล้วนำมาไตร่ตรองดูหรือบริโภคว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ หรือเป็นความจริงมากน้อยเพียงใด หรือเฝ้าติดตามชื่นชมมากเป็นพิเศษ จนไม่ได้ไตร่ตรองด้วยเหตุผล ความเหมาะสมตามสมณเพศที่ถือครอง

3.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization) การศึกษาในช่วงเวลาที่ดูนั้น อาจหมายความว่ากว้างขวางกว่าคำตอบที่ว่า ผู้รับสารเปิดรับรายการต่างๆ ในช่วงเวลาไหน นานเท่าใด แต่หมายความว่าถึงการที่สื่อมวลชนหรือเฟซบุ๊กได้เข้าไปจัดระบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้รับสารอย่างไรบ้าง เมื่อสื่อเฟซบุ๊กถูกพัฒนาขึ้นมา และพระสงฆ์หันมานิยมใช้มากขึ้น จะกระทบต่อเวลาการศึกษาพระธรรมวินัย หรือเวลาที่ควรเผยแพร่พระธรรม คำสอนของพระพุทธเจ้า สู่พุทธศาสนิกชน หรือไม่อย่างไร

3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ เนื่องจาก Morley พบว่า ผู้รับสารที่แตกต่างกัน ต่างก็จะมีกิจกรรมระหว่างที่ใช้สื่อต่างกัน ดังเช่นที่ Morley ได้เคยศึกษาสื่อโทรทัศน์ไว้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารที่แตกต่างกัน ล้วนทำกิจกรรมระหว่างชมโทรทัศน์ต่างกัน ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์เดียวกันมาวิเคราะห์กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่กลุ่มพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กด้วยเช่นกัน

4. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร โดยเฉพาะกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มพระสงฆ์ผู้ใช้เฟซบุ๊ก จากการที่ Morley สนใจผลกระทบระยะยาวของสื่อที่มีในเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ของผู้รับสาร ในการศึกษาของเขาที่เคยศึกษาการชมโทรทัศน์นั้น ค้นพบว่า กิจกรรมการชมโทรทัศน์นั้น เป็นปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความเป็นจริงของผู้รับสารกับรูปแบบสัญลักษณ์ของตัวบทสำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้หมายถึง กลุ่มพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กนี้ สารสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจ คือ กลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จะมีการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ตลอดจนมีการใช้เฟซบุ๊ก แตกต่างไปจากคนในสังคมทั่วไปด้วยหรือไม่อย่างไร

2.3 ทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด แห่งสำนักโตรอนโต (Toronto School)

ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) เป็นทฤษฎีที่มองว่า เทคโนโลยีทางการสื่อสารเป็นตัวแปรต้นที่เข้าไปกำหนดการสื่อสารและประสบการณ์ของมนุษย์ เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นในระดับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคลบ้าง ถือเป็นอีกทฤษฎีที่สังกัดในกลุ่มทฤษฎีที่ใช้สื่อมวลชนเป็นตัวแปรต้น (Media-Centric Theory) นอกจากทฤษฎีผลกระทบของสื่อกับสื่อใหม่ศึกษา (Impact/Effect Theory) และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมกับสื่อใหม่ศึกษา (Social Learning Theory)

กลุ่มทฤษฎีดังกล่าว มีข้อตกลงเบื้องต้นร่วมกันว่า สื่อ่นั้นเป็นตัวแปรต้นที่มีอำนาจอิทธิพล (Power media) หรือสามารถสร้างผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นได้ แต่ทั้ง 3 กลุ่มทฤษฎีย่อมมีความแตกต่างกันไป ในเรื่องของอำนาจหรืออิทธิพลของสื่อจะสร้างให้เกิดผลกระทบในลักษณะใด เช่น เกิดผลกระทบสั้นทันที (Short-term impact) หรือเกิดผลที่ต้องค่อยๆ สังเกตทีละเล็กละน้อย (Long-term Impact) หรือเป็นผลกระทบต่ออะไรเป็นต้น กาญจนา แก้วเทพ (2556, น. 52-54)

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด ตามแนวคิดของสำนักโตรอนโต (Toronto) เป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่ออย่างหนักแน่นใน “ตัวสื่อ”

(Media) ว่าเป็นตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลอย่างมาก เพราะตัวสื่อจะทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ เกิดขึ้นกับตัวสื่อ องค์ประกอบทุกอย่างก็จะเปลี่ยนแปลงตาม ตั้งแต่ตัวสาร ตัวคนที่ทำการสื่อสาร ไปจนถึงสังคม จะผันแปรไปตามความเปลี่ยนแปลงของตัวสื่อ

สำนักโทรอนโต เห็นว่า การแบ่งโครงสร้างสังคมออกเป็น 2 ส่วน ตามแนวคิดของลัทธิมาร์กซิสต์ คือ โครงสร้างส่วนบน (superstructure) และโครงสร้างส่วนล่าง (infrastructure) มีความสัมพันธ์ลักษณะที่โครงสร้างส่วนล่างทางเศรษฐกิจ จะเข้าไปกำหนดความเป็นไปของจิตสำนึกอุดมการณ์ สถาบันสังคม อันเป็นโครงสร้างส่วนบนเสมอ อย่างไรก็ตาม มีจุดสนใจพิเศษของสำนักโทรอนโต คือ องค์ประกอบที่เรียกว่าพลังทางการผลิต (productive force) โดยเฉพาะส่วนที่เรียกว่าเทคโนโลยี หากสำนักโทรอนโตจะศึกษากระบวนการสื่อสารของมนุษย์ คำถามแรกของพวกเขา คือเทคโนโลยีจะเป็นกลไกขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสาร และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างไร เช่น มนุษย์คิดค้นเทคโนโลยีกระดาษขึ้นมาก การเขียนบนกระดาษทำให้สังคมมนุษย์วิวัฒน์ไปจากยุคอารยธรรมการบอกเล่าพูดคุยอย่างไรบ้าง (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553, น. 122-124)

แนวคิดตามสำนักโทรอนโต ถูกพัฒนาขึ้นมา โดยนักวิชาการที่สำคัญ 2 คน คือ ฮาโรลด์ อินนิส (Harold Innis) และ มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) แต่อย่างไรก็ดี สำหรับงานวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ผู้วิจัยขอหยิบยกแนวคิดของ Marshall McLuhan ใช้เป็นแนวทางหลักในการศึกษา

แนวคิดของ Marshall McLuhan

McLuhan นักทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism) ที่ทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยโทรอนโต ประเทศแคนาดา เขาสนใจผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านการวิเคราะห์อำนาจของสื่อในระดับจุลภาค (microscopic) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลเมื่อโลกก้าวสู่ยุคสมัยของสื่อใหม่ที่มีผลกระทบต่อสังคมในแง่ของเวลา (time) ซึ่งสื่อหลายชนิดสามารถบันทึกสารข้ามเวลา เช่น ภาพถ่าย จารึกบนใบลาน และสำหรับในแง่พื้นที่ (space) โดยสื่อต่างๆ พยายามเอาชนะพื้นที่ เช่น จดหมาย เวิลด์ไวด์เว็บ ฯลฯ ตลอดจนผลกระทบของสื่อในแง่ประสบการณ์ของมนุษย์ (human experiences) เช่น เฟซบุ๊ก ทำให้เราได้ในสิ่งที่ไม่เคยเห็นมาก่อน ได้ช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป (กาญจนา แก้วเทพ สมสุข หินวิมาน, 2553, น. 141-142) อาทิ คลิปวิดีโอข่าวเหตุการณ์ก่อการร้าย ที่รายงานสดจากสำนักข่าวระดับโลกผ่านทางเฟซบุ๊ก ทำให้ผู้รับสารได้รับทราบและรู้ทันที่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอีกพื้นที่หนึ่งที่อยู่ห่างออกไป สำหรับประเด็นคำถามที่ McLuhan ต้องการหาคำตอบ คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อ กับประสบการณ์ด้านผัสสะ (Sense) ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการเห็น การได้ยิน

การสัมผัสในกาลและเทศะต่างๆ อย่างไรก็ตาม (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, น. 118-121, อ้างถึงใน ระพีพร ทศรัฐ, 2552)

โดยแนวคิดหลักๆ ของ McLuhan ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ ก็คือ สื่อทุกชนิด (Media) ถือเป็นส่วนขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of experience) ทุกครั้งที่มีสื่อใหม่ๆ อุบัติขึ้นมาในสังคม สื่อใหม่เหล่านี้จะเข้ามาจัดระเบียบวิถีคิด และสำนึกของมนุษย์ เริ่มตั้งแต่จดหมายที่ทำให้เราสามารถจะพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างๆ ไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบสื่อเสียง โทรศัพท์ทำให้มองเห็นได้ยิน (และเกือบจะสัมผัส) กับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว กล้องส่องทางไกลก็เป็นส่วนขยายสายตามนุษย์ให้ยาวไกลขึ้น และทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสื่อเก่าเป็นสื่อใหม่ ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผัสสะของมนุษย์อยู่เสมอ (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2544, น. 229)

ยกตัวอย่างเช่น สังคมที่ใช้การสื่อสารแบบปากเปล่า (Oral Communication) ผัสสะที่ไวต่อการรับรู้ของมนุษย์ในสังคม ก็จะเป็นโสตประสาท/หูรับฟัง (ตัวอย่างเช่น พรานป่า) แต่เมื่อสังคมถูกพัฒนาเข้าสู่ระบบลายลักษณ์อักษร (written communication) ผู้คนก็จะมีการกวาดสายตามตามตัวอักษรที่ไวกว่า ขณะที่โสตประสาทจะเริ่มรับรู้ได้น้อยลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 107)

McLuhan กล่าวว่า โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้น ได้ขยับขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมาย จนราวกับว่าทำให้คนจำนวนมากจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์นับหมื่นๆ ไมล์ (space) ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริง (real time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว ยิ่งในยุคปัจจุบัน สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ที่ทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีผ่านเครื่องมือถ่ายทอดสด ที่เฟซบุ๊กได้พัฒนาขึ้นมารองรับความต้องการของมนุษย์กับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สำหรับความสนใจในเรื่องสื่อกับประสบการณ์ของมนุษย์นั้น จุดเด่นของ McLuhan อยู่ที่ว่าเขาไม่สนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์กับอะไร” (what we experience) แต่กลับสนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์ต่อโลกอย่างไร” (how we experience the world) ซึ่งหากพิจารณาในเชิงการสื่อสาร ก็คือ McLuhan ไม่ได้สนใจ “เนื้อหาข่าวสาร” (content) หากแต่สนใจ “รูปแบบของสื่อ” (form/media) ดังที่อยู่ในข้อสรุปสั้นๆ ของเขาที่ว่า “เพียงแคตัวสื่อก็กลายเป็นสารแล้ว” (Medium is the Message) เนื่องจาก McLuhan คิดว่าเพียงแค่การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว ตัวอย่างเช่น เมื่อรูปแบบหลักใน

การสื่อสารของมนุษย์อยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ประสบการณ์ของมนุษย์ที่ต้องสัมผัสอยู่กับสื่อสิ่งพิมพ์ จะมีลักษณะสำคัญ คือ

- จะแยกตัวอย่างโดดเดี่ยว (isolate) ทั้งนี้เพราะกิจกรรมการอ่านหนังสือ จะต้องการความเป็นส่วนตัว อ่านคนเดียวเป็นส่วนใหญ่
- จะยังรักษาระยะห่างระหว่างตัวเองกับเรื่องที่อ่าน (Non-involving) ทั้งนี้ เพราะรูปแบบการอ่าน (ประสบการณ์กับสื่อสิ่งพิมพ์) ผู้อ่านจะเป็นผู้ควบคุมการสื่อสาร ทำให้เรื่องราวในสื่อมีอำนาจโน้มน้าวผู้อ่านได้น้อยกว่า (โดยการเปรียบเทียบกับโทรทัศน์) เพราะเมื่อผู้อ่านรู้สึกว่าจะ “in” เข้าไปกับสาร ก็มีสิทธิจะถอยห่างออกมาใช้สติพิจารณาไตร่ตรองได้ทุกเวลา
- การอ่านจะส่งเสริมวิธีคิดแบบมีเหตุผล (rational) เนื่องจากการอ่านมีช่วงเวลาให้หยุดคิด
- การอ่านจะส่งเสริมให้คนมีทัศนคติแบบปัจเจกบุคคลนิยม (individualistic) เป็นอิสระทางความคิด เป็นตัวของตัวเอง อันเป็นผลลัพธ์มาจาก “วิธีการ” (how) ที่คนสัมผัสกับรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม

แต่เมื่อนำลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว มาเปรียบเทียบกับสื่อโทรทัศน์แล้ว หรือแม้แต่สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก จะเห็นได้ว่าประสบการณ์ของผู้รับสารที่สัมผัสกับสื่อโทรทัศน์จะแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ โดยจะมีลักษณะดังนี้

- จะมีลักษณะจะเอาตัวเข้าผูกกับเรื่องราวในสื่อสูงมาก (In-volving) ทั้งนี้ ที่ตัวสื่ออาจไม่ได้ให้ข้อมูลต่างๆ มากมายนัก ทั้งนี้ เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียง ยิ่งไปกว่านั้น หากเป็นสื่อสมัยใหม่อย่าง เฟซบุ๊ก นอกจากสามารถให้ทั้งภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ข้อความ การแสดงความคิดเห็น เล่นเกมส์ ยังสามารถสนทนาระหว่างกันในช่วงเวลานั้นๆ กับคู่สนทนาที่อยู่ต่างพื้นที่ หรือแม้แต่โซนเวลาได้ด้วย ซึ่งเป็นรูปแบบสื่อที่ดึงดูดทั้งใจ (และคล้ายๆ กับ) กายของผู้รับให้เข้าไปสังเกตในระยะใกล้ๆ และกระชั้นชิดมากยิ่งขึ้นทุกที จนผู้ชมอาจจะไม่รู้สึกรู้สีกี่ได้ ซึ่ง McLuhan เห็นว่า สื่อชนิดนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการเชื่อมให้เกิด หมู่บ้านโลก (the global village) ขึ้นมา
- จากคุณสมบัติต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์และสื่อสมัยใหม่ที่ได้กล่าวมา จะทำให้ประสบการณ์ของผู้ชมมีลักษณะใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล และไม่ค่อยมีเวลาคิดหน้าคิดหลัง (Less rational & Less calculated) หากเรานำเอาแนวคิดของ McLuhan ที่ได้เคยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารของสื่อสิ่งพิมพ์ (typography) อันจะเป็นการขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปในรูปแบบใด (คิดในแง่มิติของกาลและเทศะ) มาเปรียบเทียบกับสื่อคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันอาจจะได้เห็นแนวโน้มบางประการของประสบการณ์ของมนุษย์ในอนาคต ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544, น. 229-232)

ตารางที่ 2.3

แสดงรูปของการสื่อสารกับการขยายประสบการณ์ของมนุษย์

รูปแบบการสื่อสารของสื่อสิ่งพิมพ์	รูปแบบการสื่อสารของคอมพิวเตอร์
<ul style="list-style-type: none"> - ชาตินิยม (Nationalism) - อุตสาหกรรมนิยม (Industrialism) - ตลาดแบบมวลชน (Mass Market) - อ่านออกเขียนได้อย่างเป็นสากล (Universal Literacy) - มีการศึกษาในระบบ (Formal Education) 	<ul style="list-style-type: none"> - โลกาภิวัตน์ไร้พรมแดน (Globalism) - สังคมข่าวสาร (Information Society) - ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) - อ่านเขียนภาษาอังกฤษได้อย่างเป็นสากล (English Literacy) - มีการศึกษาแบบนอกระบบ (Information Education)

McLuhan ให้ข้อเสนอว่า การเปลี่ยนผ่านสังคมยุคหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง ไม่ได้มีลักษณะเส้นตรง (linear) หรือเท่ากับว่า สังคมยุคหลังจะสามารถแทนที่สังคมยุคแรกทั้งหมดได้ แต่จะมีลักษณะการหลอมรวมแต่ละสังคมเข้าด้วยกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 110)

จากกรอบแนวคิดข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงการสื่อสารจากยุคแรกที่เป็นหนังสือพิมพ์ ไปสู่การสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่รวดเร็ว ทันใจ อย่างเพชฌกูชในปัจจุบัน ได้นำไปสู่สิ่งที่ McLuhan เรียกว่า การยุบรวมประสบการณ์ของมนุษย์ (implosion) หรือหมายความว่า การทำให้ปัจเจกบุคคลหนึ่งๆ ไม่ว่าจะอยู่แห่งหนใดบนพื้นโลก สามารถร่วมประสบการณ์ของเหตุการณ์และเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้น พร้อมกันได้จากระยะทางที่ไกลๆ โดยผ่านการสื่อสารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553, น. 148-149)

แนวคิดดังกล่าว อาจนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถาบันในสังคมไทย ที่ใช้สื่อสมัยใหม่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ติดตามข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ตลอดจนแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้ตลอดเวลา และทุกพื้นที่ผ่านเครื่องมือองค์ประกอบตามที่ เฟซบุ๊กสร้างขึ้นมา แต่ความน่าสนใจของการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องจาก ปกติจะเป็นการศึกษาคนทั่วไปกับ เฟซบุ๊ก หรือสื่อสมัยใหม่อื่นๆ อันเป็นที่นิยมของคนในสังคม อาทิ ไลน์ ทวิตเตอร์ เป็นต้น แต่งานวิจัยนี้ สนใจศึกษา ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เป็นพระสงฆ์ เพราะด้วยความโดดเด่นเรื่องความเหมาะสมระหว่างการใช้งาน ภายใต้กรอบพระวินัย หรือข้อควรพึงปฏิบัติตามหลักของพระสงฆ์ กับแนวทางในการใช้เฟซบุ๊กที่น่าจะแตกต่างไปจากคนทั่วไปนั้น ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพื่อศึกษาและทราบแนวโน้มข้อเท็จจริงตามที่ผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษา

นอกจากแนวคิดของ McLuhan แล้ว ยังมีข้อเสนอแนวคิดของ Everett Rogers ที่อธิบายถึงลักษณะทางธรรมชาติของสื่อที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในครั้งนี้

แนวคิดของ Everett Rogers

แม้ Everett Rogers จะไม่ได้สังกัดอยู่ในสำนักโตรอนโต (Toronto) โดยตรง แต่ Rogers เป็นนักทฤษฎีการสื่อสารซึ่งถูกจัดว่าเป็นนักคิดกลุ่ม “เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบอ่อนๆ” เนื่องจากเขามีความคิดพื้นฐานว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบวกผสมกับปัจจัยอื่นๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม” กล่าวคือ Rogers เห็นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนี้ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยตัวอื่นๆ

ขณะเดียวกัน Rogers ได้ค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ๆ (New Media) เช่น คอมพิวเตอร์ โดยเปรียบเทียบกับคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อสารอย่างเดิมๆ ที่มีอยู่ คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน ซึ่งเขาได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้น คุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face - to - Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail Computer-Conference ผู้เอที่เอ็มเฟซบุ๊ก จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. ลักษณะ Individualized/Demassified แต่เดิมรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารเป็นแบบ “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกๆ อย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ยิ่งนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเลือกใช้ตาม กาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่น เครื่องอัติวิดีโอเทป การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกรายการดูได้เอง (Pay per view) เว็บไซต์ ยูทูป ที่สามารถเลือกดูละคร ซีรีส์ต่างๆ ย้อนหลังได้ ตามเวลาที่ผู้ชมรายนั้นสะดวก แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนได้ด้วยตัวเอง ในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ใดก็ได้ เป็นต้น

3. ลักษณะ Asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ (synchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาวๆ ที่เดียวแต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ในลักษณะรายงาน

ความคืบหน้าเหตุการณ์ข่าวประเด็นหนึ่งๆ หรือลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถจะแยกชื่อเป็นส่วนๆ แล้วค่อยๆ มาประกอบ มาเพิ่มเติมภายหลังได้ นอกจากนั้น ยังหมายความว่า ถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน 2553, น. 154-156)

นอกจากนี้ มุมมองสื่อใหม่กับการเปลี่ยนผ่านการคมนาคมสู่การสื่อสาร Frederick Williams (1992) กล่าวว่า ทุกวันนี้พวกเราคุ้นเคยกับการเปลี่ยนรูปแบบของความสัมพันธ์ทางสังคม จากรูปแบบที่ใช้ “การคมนาคม” (transportation) มาสู่ “การสื่อสาร” (Communication) เช่น แทนที่จะเดินทางไปพบปะเพื่อเยี่ยมเยียน เราก็เปลี่ยนเป็นโทรศัพท์ถึงกันแทน ที่เรียกว่า “Communication-transportation trade-off” หรือที่เรียกกันเล่นๆ ว่า “เราใช้นิ้วมือเดินทางแทนนิ้วเท้า” (fingers do the walking)

การเปลี่ยนผ่านจากคมนาคมไปสู่การสื่อสารนี้ เกิดขึ้นในทุกปริมณฑลของชีวิตสังคม ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ Teleshopping ที่กลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในอเมริกา แทนที่จะออกไปดูหนัง เราก็ซื้อแผ่นวิดีโอมาดูที่บ้าน เกิดระบบห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ การประชุมทางไกล (Teleconferencing) เกิดระบบการศึกษาทางไกล (Link for Learning) แม้แต่การคิดถึง “ชุมชน” (community) ซึ่งแต่เดิมเรามักจะคิดถึงชุมชนในแง่พื้นที่/กายภาพ แต่ในยุค The Second Media Age ชุมชนอิเล็กทรอนิกส์ หรือชุมชนเสมือนจริงจะมีใช้การรวมตัวเชิงพื้นที่อีกแล้ว หากแต่เป็น “ชุมชนของคนสนใจเหมือนกัน” (communication of interest) เช่น แฟนคลับประเภทต่างๆ

อย่างไรก็ตาม แม้การสื่อสารเข้ามาแทนที่การคมนาคมมากขึ้นทุกทีในยุคปัจจุบัน เนื่องจากคุณลักษณะต่างๆ ที่เป็นข้อได้เปรียบของสื่อใหม่ เช่น มีราคาถูกกว่า รวดเร็วกว่า รู้ผลเร็วกว่า ฯลฯ แต่ก็มีข้อสงสัยอยู่ตลอดเวลาว่า การเข้าแทนที่ดังกล่าวนั้น จะเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์หรือไม่ การคุยกันผ่านโซเชียลมีเดียจะทำให้หายคิดถึง ได้เท่ากับการไปพบเห็นหน้าจริงๆ หรือไม่ และเนื่องจากการสื่อสารด้วยสื่อใหม่นั้น ต้องมีการลงทุน ต้องมีการวางโครงสร้างพื้นฐาน (เช่น การวางสายโทรศัพท์ การมีดาวเทียม ฯลฯ) ดังนั้น จึงยังคงมีงานวิจัยที่ศึกษาตัวแปรที่แทรกเข้ามาเกี่ยวข้องกับการแทนที่ดังกล่าว (F. Williams, 1992, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 127)

นอกจากนี้ Everette Rogers ยังให้ความสนใจคือ เรื่องการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ซึ่ง Rogers ได้ให้ความหมายคำว่า “การแพร่กระจายนวัตกรรม” ว่า คือ กระบวนการซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางในช่วงเวลาหนึ่งระหว่างสมาชิกต่างๆ ที่อยู่ในระบบสังคม โดยจำแนกความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในสังคม กับการยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มชอบของใหม่ (Innovator) หรือ กลุ่มล้ำสมัย เป็นกลุ่มที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบเสี่ยง เต็มใจรับผลที่เกิดขึ้นจากการรับนวัตกรรมนั้น เป็นกลุ่มมีบทบาทแนะนำนวัตกรรมแก่ผู้อื่น

2. กลุ่มรับเร็วส่วนแรก (Early adopter) หรือ กลุ่มนำสมัย เป็นกลุ่มที่ได้รับความเคารพ เชื่อถือ มักเป็นผู้นำทางความคิด มีอิทธิพลชักชวนผู้อื่นในสังคมให้เห็นคล้อยตาม พร้อมยอมรับนวัตกรรม เมื่อได้ผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

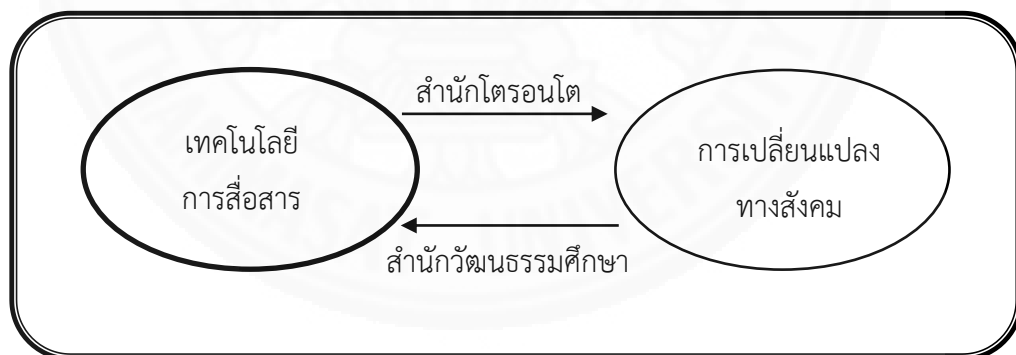
3. กลุ่มรับเร็วส่วนมาก (Early majority) หรือกลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมเร็ว เมื่อรับนวัตกรรมจากผู้นำความคิดแล้ว จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

4. กลุ่มรับช้าส่วนมาก (Late majority) หรือกลุ่มตามสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมช้า หรือในระดับกลางๆ

5. กลุ่มล่าหลัง (Laggard) หรือกลุ่มล่าสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตาม ยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากทั้ง 3 กลุ่ม คือ ผู้นำทางความคิด กลุ่มรับเร็วส่วนมาก และกลุ่มรับช้าส่วนมาก แล้วจึงค่อยๆ ยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ถือเป็นสื่อใหม่ที่มีวิธีการใช้ การนำเสนอข้อมูล ด้วยวิธีใหม่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ถือว่าเป็นกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมการสื่อสารในรูปแบบใหม่นี้ ดังนั้น ทฤษฎีการเผยแพร่ข่าวสาร จึงเป็นกุญแจในการตอบระดับของการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ว่าเป็นอย่างไร

แนวคิดของ Raymond Williams



ภาพที่ 2.1 แสดงจุดยืนในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม

จากภาพข้างต้น จะแสดงให้เห็นจุดยืน 2 จุด ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม กล่าวคือ หากเป็นทัศนะสำนักโทรอนโต จะเชื่อว่าเทคโนโลยีการสื่อสาร จะเป็นตัวแปรหลักที่กำหนดความเปลี่ยนแปลงของมนุษย์กับสังคมเสมอ เช่น เมื่อเกิดเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตขึ้นมา การติดต่อระหว่างผู้คนจะกลายเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่รวดเร็วขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดของสำนักโทรอนโต ที่ค่อนข้างลดรูปตัวแปรให้เหลือปัจจัยด้านเทคโนโลยีเท่านั้น กรณี

นี้ ทำให้ Raymond Williams นักทฤษฎีวิพากษ์ชาวอังกฤษ แห่งสำนักวัฒนธรรมนิยม (culturalism) โต้แย้งว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร อาจไม่ได้กำหนดโครงสร้างสังคมเสมอไป แต่มีหลายๆ กรณี ที่ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเข้าไปเป็นตัวแปรกำหนดความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553, น. 130-131)

นอกจากแนวคิดของ McLuhan และ Rogers แล้ว ผู้วิจัยขอนำแนวคิดของ Raymond Williams นักวิชาการสายมาร์กซิสต์แนววัฒนธรรมนิยมชื่อดังชาวเวลส์ ผู้เสนอแนวคิดที่สำคัญอย่างมากต่อพัฒนาการของสื่อทางเลือกในปัจจุบัน ซึ่งได้ขยายความสนใจศึกษาจากวัฒนธรรมร่วมสมัยมาสู่วัฒนธรรมโทรทัศน์ ซึ่งนับเป็นสื่อสมัยใหม่ราวทศวรรษที่ 1970 และผู้วิจัยเห็นว่า จะสามารถนำกรอบแนวคิดดังกล่าว นำมาอธิบายสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างเพชฌัญญาได้เป็นอย่างดี ซึ่งข้อเสนอแนวคิดของ Raymond Williams อธิบายตามลำดับดังต่อไปนี้

สำหรับจุดยืนของ Williams นั้น จะสนใจศึกษาปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมแห่งชีวิตประจำวันธรรมดา” (Culture of the ordinary) (O'Connor, 2549, อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2558, น. 7) ซึ่งหนึ่งในวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันของมนุษย์ที่เขาสนใจยิ่ง คือ โทรทัศน์ ซึ่ง Williams ได้ศึกษาเรื่องโทรทัศน์ เมื่อปี 1974 โดยเขาได้ตั้งคำถามถึงคุณลักษณะสองด้านของสื่อดังกล่าว ในฐานะที่เป็น “เทคโนโลยี” (technology) และ “รูปแบบทางวัฒนธรรม” (cultural form)

โดยคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ในฐานะเป็นเทคโนโลยี Williams ได้ใช้จุดยืนแบบนักวิชาการสำนักโตรอนโต อย่าง McLuhan (1964) มาใช้อธิบาย ว่า การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างโทรทัศน์ นำไปสู่การสร้างเงื่อนไขทางสังคมแบบใหม่ และกำหนดความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ในเงื่อนไขชีวิตของมนุษย์ หรือกล่าวอีกนัยยะ เทคโนโลยีของโทรทัศน์ถูกมองว่าเกิดขึ้นและเป็นไปเพื่อ “สร้างโลกสมัยใหม่” ทั้งด้านการสร้างสังคมรุ่นใหม่ และการผลักดันให้ผู้คนเหล่านั้น เข้าสู่สังคมสมัยใหม่เวลาเดียวกัน

Williams ยึดทัศนะเรื่อง เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด จาก McLuhan เป็นพื้นฐาน ได้ข้อสรุปว่า ในแง่ของเทคโนโลยีนั้น “โทรทัศน์กำลังเปลี่ยนแปลงโลกของเราอย่างต่อเนื่อง” ไม่เพียงแต่เปลี่ยนโครงสร้างทั้งหมด หากแต่ยังกำหนดความเป็นไปในวิถีชีวิตของปัจเจกบุคคลด้วย เช่น คนรุ่นก่อนจะมีลักษณะใจเย็นและมีสมาธิยาว เนื่องจากเติบโตมากับสื่อพื้นบ้าน ที่เข้ามากำหนดบุคลิกภาพของคนกลุ่มดังกล่าว แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไปเข้าสู่สังคมยุคโทรทัศน์ คนจะมีอารมณ์แปรปรวนเปลี่ยนแปลงง่าย และมีสมาธิค่อนข้างสั้น เพราะรีโมทคอนโทรลได้เข้ามากำหนดพฤติกรรมในการรับชมโทรทัศน์ พร้อมๆ กับสร้างบุคลิกลักษณะของผู้คนยุคนี้ควบคู่กันไป (สมสุข หินวิมาน, 2558, น. 7-9 2558)

แนวความคิดข้างต้น อาจเปรียบเสมือนสื่อสมัยใหม่ในปัจจุบัน อาทิ เพชฌัญญา อินสตาแกรม ไลน์ ล้วนแต่เป็นสื่อที่ทำให้พฤติกรรมมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป นอกจากเสพติดเทคโนโลยีตลอดเวลาแล้วยังส่งผลต่อคุณภาพทางอารมณ์ ปลายคนมีสมาธิสั้นยิ่งขึ้นไปอีก อันเป็นผลจากปลายนิ้วสัมผัสกับสื่อ

สมัยใหม่อย่างจอคอมพิวเตอร์ หรือมือถือสมาร์ทโฟน เพื่อเสพข้อมูลข่าวสาร สนทนา หรือทั้งสองอย่างในเวลาเดียวกัน จนเกิดเป็นประโยคที่คนในสังคมยุคปัจจุบันเอง มักจะสะท้อนกันอยู่เสมอๆ ว่า ยิ่งอยู่ใกล้กัน ยิ่งเหมือนอยู่ไกลกัน โดยเป็นผลจากภาวะที่กลุ่มคนในครอบครัว หรือแม้แต่คนรู้จักกัน แม้จะอยู่ด้วยกันในช่วงเวลาหนึ่งๆ แต่ต่างคนต่างมุ่งสนใจกับหน้าจอมือถือมากกว่าที่จะสนทนากับคนที่นั่งร่วมโต๊ะ หรือนั่งอยู่ในบ้านหลังเดียวกัน และปฏิเสธไม่ได้ว่า พระสงฆ์เอง ซึ่งถือเป็นอีกสถาบันหนึ่งในสังคม ต่างได้รับอิทธิพลของเฟซบุ๊ก ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างพระสงฆ์ด้วยกัน หรือพระสงฆ์กับคนทั่วไป

สำหรับคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ในฐานะเป็น “รูปแบบทางวัฒนธรรม” Williams มองความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับสังคมเป็นสองทางเสมอ คือ นอกจาก “เทคโนโลยี” จะเข้ามากำหนดชีวิตเราและชีวิตทางสังคมแล้ว “เทคโนโลยี” ยังถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้น เพื่อสนองเป้าหมายและปฏิบัติการทางสังคมต่างๆ ของมนุษย์ อันมีมาก่อนหน้าที่เทคโนโลยีจะอุบัติขึ้นด้วยซ้ำ ซึ่งถือเป็นความเห็นต่างจากสำนักโทรนอนโต โดย Williams ได้วิพากษ์วิจารณ์ว่า นักทฤษฎีสำนึกโทรนอนโต มองเรื่อง “เทคโนโลยี” กับ “สังคม” แยกขาดจากกันมากเกินไป เนื่องจาก Williams มองเทคโนโลยีแบบเชื่อมความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์โดยรวม ขณะที่สำนักโทรนอนโต กลับมองประวัติศาสตร์เป็นเพียงเรื่องเล่า (tales) ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อแต่ละชนิดเท่านั้น (Williams 1974, อ้างใน สมสุข หินวิมาน, 2558)

Williams ได้แสดงความถึงประเด็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อใหม่อย่างโทรทัศน์ ตลอดจนเฟซบุ๊กในปัจจุบัน ว่า แม้โทรทัศน์จะมีอำนาจเข้ามากำหนดสังคมหลายๆ ทาง แต่การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ล้วนมีเงื่อนไขมาจากสังคมสมัยใหม่ “ต้องการ” และ “เรียกร้อง” ให้มีการประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดนี้ขึ้นมา หรืออาจกล่าวได้ว่า เพราะสังคมสมัยใหม่มี “ความต้องการ” บางอย่างก่อน เป็นต้นว่า สังคมมวลชนที่ผู้คนอยู่กันอย่างกระจัดกระจายแบบบ้านใครบ้านมัน โทรทัศน์จึงถูกสร้างขึ้นเพื่อ “เติมเต็ม” ความต้องการดังกล่าว เพื่อสืบทอดวัฒนธรรม หรือความต้องการหนึ่งๆ ของสังคม (สมสุข หินวิมาน, 2558, น. 8)

เช่นเดียวกับงานของผู้วิจัย ที่ศึกษาเฟซบุ๊ก เครื่องมือหนึ่งของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น เพราะความต้องการและเรียกร้องของผู้คนในสังคม และอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย แต่ต้องการมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ผ่านช่องทางการสื่อสารของเทคโนโลยีสมัยใหม่

อย่างไรก็ตาม สำหรับสำนักโทรนอนโต ที่มองเรื่องเทคโนโลยีทางการสื่อสาร หรือตัวสื่อจะเป็นตัวแปรเข้าไปกำหนดการสื่อสารและประสบการณ์ของผู้รับสาร มีอำนาจอิทธิพล หรือสามารถสร้างผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นกับผู้รับสารนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้หยิบยกกรอบแนวคิดจากสำนักฯ ดังกล่าว ผ่านแนวคิดของ Marshall McLuhan และ Everett Rogers เพื่อเป็น

แนวทางการศึกษานั้น จะเห็นได้ว่า แนวคิดของทั้ง 2 ราย จะเป็นไปทิศทางคล้ายกัน กล่าวคือ สำหรับ McLuhan นั้น จะมองว่า เทคโนโลยีของสื่ออย่างเฟซบุ๊กตามที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา จะเข้ามามีอำนาจเป็นส่วนขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ ทุกครั้งที่มีการมีสื่อใหม่ๆ อุบัติขึ้นมาในสังคม สื่อเหล่านั้นจะจัดระเบียบวิธีคิด และสำนึกของมนุษย์ ให้สามารถสื่อสาร หรือรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอีกพื้นที่หนึ่งผ่านข้อมูลต่างๆ หรือการสนทนาบนเฟซบุ๊กภายในระยะเวลารวดเร็ว

เช่นเดียวกับ Rogers ถึงแม้แนวคิดจะไปในทิศทางเดียวกันกับ McLuhan แต่ก็ไม่ได้ทั้งหมด เพราะ Rogers ได้มีความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า ไม่เพียงเทคโนโลยีที่เป็นตัวสื่อเท่านั้น ที่จะมีอำนาจอิทธิพลต่อผู้รับสาร แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาร่วมเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อาทิ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้ผู้ใช้ เลือกที่จะรับสารเดียวกัน ในเวลาที่แตกต่างกันได้ โดยการรับชมละครย้อนหลัง ผ่านทางเว็บไซต์ยูทูป ดังนั้น ในความคิดเห็นของ Rogers มองว่าสื่อเทคโนโลยีไม่ได้มีอำนาจผู้รับสารทั้งหมดเสียทีเดียว เพราะผู้รับสารเองก็ยังมีอำนาจในการเลือกรับชมสารตามความชอบ สนใจ ในเวลาที่ผู้รับสารรายนั้นๆ สะดวก

แนวความคิดของสำนักโทรนอนโตฯข้างต้น เป็นมุมมองผ่านกลุ่มคนทั่วไป แต่สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาในกลุ่มพระสงฆ์ ซึ่งถือเป็นอีกสถาบันหนึ่งทางสังคม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องสื่อสมัยใหม่ไม่แตกต่างไปจากคนทั่วไป โดยเฉพาะเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง บางรูปมีเพจให้ผู้คนติดตามไม่จากเพจดาราร หรือผู้มีชื่อเสียงด้านต่างๆ ในสังคม เรื่อยไปถึงพระสงฆ์ทั่วไปต่างมีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยเห็นว่า จากแนวคิดของสำนักโทรนอนโต ซึ่งมองเรื่องของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความคิด ประสบการณ์ของผู้รับสารอย่างใดอย่างหนึ่ง หากนำกรอบแนวทางดังกล่าว มาปรับใช้เพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ซึ่งตามหลักแล้วจะมีแนวทางปฏิบัติและกรอบความคิดที่แตกต่างไปจากบุคคลธรรมดาทั่วไป มีความสำรวม มีอารมณ์รัก โลภ โกรธ หลง น้อยกว่าคนธรรมดา ตามวิถีแห่งสงฆ์นั้น หากเข้ามาใช้สื่อใหม่ผ่านเฟซบุ๊ก ผลลัพธ์ที่ออกมาจะเป็นในลักษณะอย่างไร และแนวทางการเสพเฟซบุ๊กจะแตกต่างจากคนทั่วไปมากน้อยเพียงใด

นอกจากสำนักโทรนอนโต ที่พุ่งเป้าหมายเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวแปรที่มีผลต่อผู้รับสารเป็นสำคัญนั้น แต่สำหรับ Williams นั้น กลับมองต่าง เพราะ Williams เชื่อว่า เทคโนโลยีไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากถึงเพียงนั้น จนแยกขาดระหว่างสังคมกับเทคโนโลยีให้เดินคนละเส้นทาง แต่ยังมีหลายปัจจัยที่เข้ามามีผลต่อระบบความคิด หรือประสบการณ์ของผู้รับสาร ช่วงก่อนหรือระหว่างเสพสื่อใหม่นั้นๆ แล้วจึงค่อยเกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ หรือเกิดเงื่อนไขใหม่ๆ ตามมา โดย Williams เชื่อในเรื่องวัฒนธรรมแห่งชีวิตประจำวันว่า สังคมและเทคโนโลยี ต่างเดินทางเส้นทางเดียวกัน ต่างฝ่ายต่างเป็นปัจจัยให้เกิดเงื่อนไขทางสังคม เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ตลอดจนมีการพัฒนาสื่อใหม่ๆ ด้วยกัน ถือว่าต่างฝ่าย ต่างเติมเต็มซึ่งกันและกัน เมื่อคนในสังคมเกิดความต้องการสื่อใหม่ๆ รongรับกับ

วิถีชีวิตที่เปลี่ยนตามยุคสมัย สื่อก็มีหน้าที่พัฒนารูปแบบสื่อใหม่ๆ เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างคนในสังคม ถือเป็น การตอบสนองความต้องการของคนเหล่านั้น

ในทางกลับกัน เมื่อเทคโนโลยีพัฒนาสื่อใหม่ๆ อุบัติขึ้นในสังคม เทคโนโลยีก็สามารถสร้างอำนาจผ่านสื่อที่ได้รับการพัฒนามานี้เช่นกัน จนเกิดเป็นวาทะกรรม “สังคมก้มหน้า” ดิถุของ คนในสังคมยุคปัจจุบัน แม้แต่คนที่อยู่ใกล้กันเพียงช่วงศอก ก็เสมือนอยู่ไกลกันคนละโยชน์ ขณะที่คนที่อยู่พื้นที่ห่างไกลออกไป ข้ามจังหวัด ข้ามทวีป กลับเสมือนอยู่ใกล้กันมากกว่า เพราะแต่ละคนต่างถูกอำนาจเทคโนโลยีจากสื่อเข้ามามีอิทธิพล จนต้องก้มหน้าผ่านหน้าจอโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เพื่อสนทนาหรือติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตามแต่ละคนสนใจ โดยเฉพาะสังคมเมือง แม้แต่ตอนทานข้าวเย็นร่วมกันบนโต๊ะอาหารในครอบครัวเดียวกันก็ตาม กลายเป็นเรื่องธรรมดาในสายตาของคนในสังคม จนถือเป็นวัฒนธรรม เป็นวิถีที่คนในสังคมปัจจุบันไม่สามารถสลัดทิ้งได้ไปเสียแล้ว

ตามแนวคิดวัฒนธรรมประจำวัน ของ Williams ที่มองความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันนั้น Williams ได้มองผ่านกลุ่มคนในสังคมคนทั่วไป แต่หากนำกรอบแนวคิดของ Williams มาศึกษากลุ่มพระสงฆ์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถาบันในสังคมไทย ซึ่งปกติจะมีวิถีแตกต่างไปจากบุคคลธรรมดาแทบทั้งสิ้น ทั้งวิถีการฉันอาหาร การปฏิบัติตามกิจของสงฆ์ การทำหน้าที่เผยแพร่ทางศาสนา ตลอดจนรักษาศีล ปฏิบัติชอบปฏิบัติดี เป็นตัวอย่างแก่คนทั่วไปในสังคม แต่เมื่อผู้วิจัยพบว่า แนวโน้มการให้ความสนใจกับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กจากหมู่พระสงฆ์มีจำนวนมากนั้น กรอบแนวคิด ความต้องการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสื่อใหม่ๆ ทางนวัตกรรมทางเทคโนโลยีจะเป็นลักษณะอย่างไร ขณะเดียวกัน พระสงฆ์กลุ่มที่ผู้วิจัยสนใจศึกษานั้น จะตกอยู่ภายใต้อำนาจสื่อ อันเป็นผลจากความสามารถในการพัฒนาทางเทคโนโลยีด้วยมากน้อยเพียงใด เป็นในลักษณะอย่างไร

อย่างไรก็ตาม จากกรอบแนวคิดของทั้งสำนักโทรอนโต และนักคิดอย่าง Williams ทั้ง 2 กลุ่ม ต่างมีความโดดเด่นในทิศทางการศึกษาผลกระทบจากสื่อของคนในสังคม การนำแนวคิดของ 2 ราย มาเป็นแนวทางศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนให้กรอบการวิจัย ผลสรุปการวิจัย มีทิศทางชัดเจน และเป็นไปตามกรอบทางวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

แนวคิดเรื่องชุมชนออนไลน์ (Online community)

ความหมายของชุมชนออนไลน์ (Online community)

กติกาสายเสนีย์ (2550) Online community คือ การที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บ Online community ก็คือ เว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกัน

อนงค์นาฏ ศรีวิหค (2551) Online community คือ การเชื่อมโยงประชากรเข้าด้วยกัน

อิทธิพล ปริติประสงค์ (2552) Online community คือ เครือข่ายชุมชนออนไลน์เป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต และยังหมายรวมถึงการเชื่อมต่อ

ระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายชุมชนออนไลน์มีการแผ่ขยายออกไปเรื่อยๆ เป็นรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเป็นสังคมขึ้นมา (<https://sites.google.com/site/pattamaporn52010111026/home/khwam-hmay-khxng-social-network> เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559)

สรุปได้ว่า Online community หมายถึง สังคมหรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏตัวเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต มีลักษณะเป็นสังคมเสมือน (Virtual Community) สังคมประเภทนี้จะเป็นการให้ผู้คนสามารถทำความรู้จักการแลกเปลี่ยนความคิด แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันและเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่งโดยมีการขยายตัวผ่านการติดต่อสื่อสารกันอย่างเป็นเครือข่าย (Network) เช่นเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เป็นต้น

1. ประเภทของ Online community แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1.1 ประเภทการเขียนบทความ (Weblog) เป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความที่เรียกว่าโพสต์ (Post) และทำการเผยแพร่ได้โดยง่ายเป็นการเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถด้านต่างๆสามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าว ด้วยการเขียนได้อย่างเสรีซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 3 รูปแบบคือ

1.2 ประเภทแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) เป็นเว็บที่รวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆในลักษณะเนื้อหาอิสระทั้งวิชาการภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์สินค้าหรือบริการโดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆเหล่านั้นเป็นผู้เข้ามาเขียนหรือแนะนำไว้ ส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการนักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญที่เห็นได้ชัดเจนเช่น Wikipedia ที่เป็นสารานุกรมออนไลน์หลายภาษา, Google earth เว็บดูแผนที่ได้ทุกมุมโลกให้ความรู้ทางภูมิศาสตร์, การท่องเที่ยวเดินทาง, การจราจรหรือที่พักร

1.3 ประเภทเกมออนไลน์ (Online games) เป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมายมีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเกมออนไลน์นี้ผู้เล่นสามารถที่จะสนทนาแลกเปลี่ยนitems ในเกมกับบุคคลอื่นๆในเกมได้และสาเหตุที่มีผู้นิยมมากเนื่องจากผู้เล่นได้เข้าสังคมจึงรู้สึกสนุกที่จะมีเพื่อนเล่นเกมไปด้วยกันมากกว่าการเล่นคนเดียวอีกทั้งมีภาพที่สวยงามและมีกิจกรรมต่างๆ เพิ่มเช่นอาวุธเครื่องแต่งตัวใหม่ๆที่สำคัญสามารถเล่นกับเพื่อนแบบออนไลน์ได้ทันทีเช่น Second Life, Audition, Pangya

1.4 ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่หรือการตามหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้เจอกันนานการสร้าง Profile ของตนเองโดยการใส่รูปภาพ, กราฟฟิคที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเรา (Identity) ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้นและยังมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราวถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆร่วมกัน เช่น เฟซบุ๊ก

1.5 ประเภทฝากรูปภาพ (Photo management) เว็บไซต์ที่เน้นฝากเฉพาะรูปภาพ (Photo) โดยการ Upload รูปภาพจากกล้องถ่ายรูปหรือโทรศัพท์มือถือไปเก็บไว้บนเว็บ ซึ่งสามารถแชร์ภาพหรือซื้อขายภาพกันได้ เช่น Flickr, Photoshop Express, Photo bucket

1.6 ประเภทสื่อ (Media) เว็บไซต์ที่ฝากหรือแบ่งปัน (Sharing) ไฟล์ประเภท Multimedia อย่างคลิป์วิดีโอภาพยนตร์เพลง ฯลฯ โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพแต่จะเน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็น Multimedia เช่น YouTube, Yahoo Video, Ustream.tv

1.7 ประเภทซื้อ-ขาย (Business / Commerce) เป็นเว็บที่ทำธุรกิจออนไลน์ที่เน้นการซื้อขายสินค้าหรือบริการต่างๆผ่านเว็บไซต์ (E-commerce) เช่นการซื้อขายรถยนต์หนังสือหรือที่พักอาศัยเป็นเว็บที่ได้รับความนิยมมากเช่น Amazon, eBay, Tarad, Pramool แต่เว็บไซต์ประเภทนี้ ยังไม่ถือว่าเป็น Online community ที่แท้จริงเนื่องจากไม่ได้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการแชร์ข้อมูลกัน ได้หลากหลายนอกจากเน้นการสั่งซื้อและแนะนำสินค้าเป็นส่วนใหญ่

2. กระแสความนิยม Online community ในประเทศไทย

การที่สังคมหนึ่งจะยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ไปใช้ในชีวิตประจำวันนั้น จำเป็นต้องอาศัยการแพร่กระจายและถ่ายทอดนวัตกรรมจากกลุ่มคนกลุ่มแรกของสังคมที่มีการยอมรับมาก่อน ไปยังกลุ่มคนในสังคมอื่นๆให้ยอมรับตามไปด้วย แต่การยอมรับนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการได้แก่

2.1 ตัวเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (Technology or Innovation) ศักยภาพหรือความสามารถในการใช้งานได้มากหรือดีกว่าเทคโนโลยีเดิม หรือของที่มีอยู่เดิมได้มาน้อยเพียงใด (Relative Advantage) เทคโนโลยีนั้นสอดคล้องกับค่านิยมประสพการณ์และความต้องการผู้ใช้หรือไม่ (Compatibility) ง่ายต่อการนำไปใช้ (Complexity) สามารถทดลองใช้ได้ก่อนหรือไม่ (Trial ability) และสามารถสังเกตเห็นผลได้ชัดเจน (Observe ability) เพียงใด

2.2 ผู้ใช้นวัตกรรม (Users) ความแตกต่างกันทั้งด้านเพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม ย่อมมีผลต่อระดับการยอมรับนวัตกรรมช้าหรือเร็วต่างกัน เช่น คนที่ไม่มีความรู้เรื่องการใช้ก็ต้องใช้เวลาในการศึกษาหาความรู้มากกว่าคนที่เชี่ยวชาญในการใช้ หรือคนยุคเก่าอาจไม่ยอมรับนวัตกรรมใหม่ เพราะมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีจะส่งผลกระทบต่อสังคม

2.3 ผู้ทรงอิทธิพล (Influencers) บุคคลที่ถ่ายทอดนวัตกรรม ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารมีความรู้ มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ และมีประสพการณ์ จึงจะสามารถโน้มน้าวใจและเผยแพร่ร่นวัตกรรมให้เกิดการยอมรับได้

2.4 สภาพแวดล้อมสังคมเศรษฐกิจและวัฒนธรรม (Environmental Factors) ปัจจัยแวดล้อมของแต่ละสังคมจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมใหม่ เช่น หากกลุ่มวัยรุ่นเห็นว่าเพื่อนในกลุ่มมีการใช้งาน Online communitying อย่างเพชชุกกันมาก ก็มักจะใช้ตามเพื่อน เพื่อ

สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเพื่อน ปัจจัยดังกล่าว จึงต่างมีส่วนช่วยสนับสนุนการยอมรับนวัตกรรมให้รวดเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ถ้าหากปัจจัยใด ส่งผลในทางบวกลบ อัตรการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับก็จะเริ่มช้าลง หรือหากมีปัจจัยใดส่งผลในทางลบก็จะเกิดการปฏิเสธ หรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ

3. ผลกระทบจากการมีชุมชนออนไลน์ สำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมนั้น หากมองในทางที่ดีแล้ว จะพบว่า สังคมเครือข่ายช่วยให้การติดต่อสื่อสารหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในสังคมใช้เวลาที่รวดเร็ว บางครั้งไม่ต้องเดินทางข้ามประเทศเพื่อมาพบกัน ก็สามารถเจอกันได้ผ่านทางชุมชนออนไลน์

ทั้ง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อีกทั้งทำให้เกิดความอิสระในการมีเพื่อนที่มาจากต่างประเทศมากขึ้น ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทั้งด้านทัศนคติ ความรู้ และวัฒนธรรมต่างๆ ทำให้เกิดคลังความรู้ใหม่ๆ เพราะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในสังคมเครือข่ายที่มีการต่อยอดทางความคิดกันอย่างต่อเนื่อง ในหลายๆ ครั้ง ก็พบว่า มีนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นมาจากการคุยกันบน Web board รวมไปถึงการสร้างพลังทางสังคมที่มากขึ้น

โดยจะเห็นได้จากเมื่อใดก็ตาม ที่สังคมเกิดปัญหาขึ้นก็จะมีการวิพากษ์วิจารณ์แสดงความคิดเห็นหาทางออกให้กับปัญหาต่างๆโดยมีคนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก ซึ่งการรวมกลุ่มทางสังคมนี้ขึ้นมา ก็ทำให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนและปรับปรุงประเทศต่อไป

แต่อีกมุมหนึ่ง จะพบว่า ความสัมพันธ์ของคนในสังคมเครือข่ายนี้เป็นความสัมพันธ์แบบฉาบฉวย ไม่ได้มีการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันอย่างแท้จริง บางคนต้องการเพียงแค่จำนวนเพื่อนฝูงเยอะๆ เท่านั้น เพื่อนที่อยู่ในสังคมนี้ จึงไม่ค่อยมีความสำคัญเท่าไร นอกจากนี้ ข้อมูลส่วนตัวที่อยู่ในสังคมเครือข่ายก็บอกไม่ได้ว่าเป็นข้อมูลที่ต้องการหรือไม่ ทำให้ถูกมองว่าเป็นสังคมแห่งความหลอกลวงและไม่จริงใจ การที่ไม่ต้องเห็นหน้าในการสื่อสารกันทำให้ในหลายๆ ครั้ง ผู้ใช้เองก็ขาดสติและศีลธรรม จนถึงขั้นนำพฤติกรรมทางด้านลบที่ตัวเองอยากทำ แต่ไม่ได้ทำในโลกของความเป็นจริงมาใช้ในโลกของโซเชียล โดยมักใช้ข้อความในการดูหมิ่นถากถางหรือการโพสต์รูปที่ค่อนข้างอนาจาร ทำให้หลายๆ ครั้ง สังคมเครือข่ายกลายเป็นแหล่งรวมของกลุ่มคนที่เป็นปัญหาทางสังคมและที่เลวร้ายไปกว่านั้น คือ บ่อยครั้งผู้ใช้เอง มักถูกล่อลวงจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยไปหลงเชื่อข้อความที่อยู่ในเครือข่ายนั้น และโดนหลอกลวงไปทำมิดีมิร้ายต่างๆ เช่น ถูกหลอกไปข่มขืนทำร้ายร่างกายหรือทำให้เสียชีวิต ถูกหลอกให้สูญเสียทรัพย์สินอันมีค่า กลายเป็นว่าสังคมเครือข่ายเป็นต้นเหตุ ที่ทำให้เกิดคดีต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสังคมเครือข่าย แม้จะเป็นเทคโนโลยีใหม่ แต่ก็ส่งผลต่อสังคมสูงมาก ทำให้สังคมของตัวเองต้องตกเป็นเหยื่อของเทคโนโลยีได้ (ธีราพร ต้นทีปธรรม, 2554, น. 7-10)

ข้อเสนอแนะใหม่ ตามแนวคิดของ R.K. Logan

หากประมวลคุณลักษณะของสื่อใหม่ตามข้อเสนอของ R.K. Logan (2010) ที่ได้สานต่อแนวคิดเรื่องสื่อใหม่ มาจากทัศนะของ McLuhan ซึ่งครอบคลุมมิติต่างๆ ของสื่อใหม่อย่างกว้างขวาง 16 ประการ ดังนี้

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)

สื่อใหม่แทบทุกประเภท เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรืออีเมล ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เอื้ออำนวยให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางขึ้นมา กล่าวคือ ผู้รับสารสามารถจะมีปฏิกิริยาต่อทั้ง “ตัวข่าวสาร” และ “ผู้ผลิต/ผู้ส่งข่าวสาร” ได้ ดังนั้น สถานะหรือสถานะของผู้รับสารจึงเปลี่ยนมาเป็น ผู้รับสารที่ active

2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of access to and dissemination of information)

ผู้รับสารสามารถเข้าถึงและควบคุมการไหลของสารสนเทศได้ เป็นประจักษ์พยานให้เห็นถึง “ความง่ายต่อการเข้าถึง” สารสนเทศของสื่อใหม่ เช่น การมีเครื่องมือช่วย เช่น hypertext search engine www. รวมทั้ง Google ที่เพียงใส่คำต้องการค้นหาเข้าไปเท่านั้น Logan แสดงทัศนะว่า เครื่องมือของสื่อใหม่ เช่น hypertext ได้ช่วยขยายความสามารถใน “การรู้เท่าทันสื่อ” (media literacy) ให้เป็นไปได้อย่างยิ่งยั้ง เพราะผู้รับสารสามารถติดตามไปยัง text อื่นๆ ได้

3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous learning)

แม้ว่าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ จะถ่ายทอดข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง แต่เป็นลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว ทำให้ผู้รับสารมีลักษณะเป็น passive ดังนั้น ข่าวสารข้อมูลที่ได้รับจึงอยู่ในระดับ “สารสนเทศ” (information) เท่านั้น ไม่ได้ยกระดับเป็น “ความรู้” (knowledge) เพราะผู้รับสารไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสาร ทำให้ผู้รับสาร “ได้รู้” ข้อมูล แต่ไม่ได้ “เข้าใจ” จากข้อมูลนั้นต่างจากเวลาที่ผู้ใช้สื่อใหม่แสวงหาข่าวสาร หรือส่งอีเมลล์ แม้แต่เล่นเกมออนไลน์ ผู้ใช้จะเกิด “ความเข้าใจ” (cognitive) เพราะผู้ใช้ต้องมีปฏิสัมพันธ์ (interaction) กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา (แต่จะเข้าใจถูกหรือผิดเป็นอีกเรื่องหนึ่ง)

4. สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration)

เดิมสื่อมวลชนจะให้ข่าวสารมาเป็นท่อนๆ ไม่ได้ปะติดปะต่อกัน จึงยากต่อการเรียนรู้ ส่วนสื่อใหม่สามารถเชื่อมโยง บูรณาการเข้าด้วยกันได้โดยง่าย เช่น การใช้ hypertext หรือ search engine และคุณลักษณะของสื่อใหม่ยังพร้อมกับการบูรณาการเข้ากับเนื้อหาความรู้แบบเดิมๆ เช่น ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการทำอาหาร หากได้เรียนรู้ทักษะเรื่องการสร้างหน้าเว็บไซต์หรือการเขียน blog

ก็สามารถจะผสมผสานความรู้เดิมเข้ากับทักษะใหม่ของการใช้สื่อใหม่ และใช้พื้นที่ของสื่อใหม่ เพื่อประโยชน์ในการเรียนรู้ได้

5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of community)

ถือเป็นคุณสมบัติสำคัญของอินเทอร์เน็ตและสื่อใหม่ประเภทอื่นๆ ที่สื่อมวลชนแบบเดิมไม่สามารถกระทำได้อย่างง่าย สื่อใหม่สามารถปูทางให้เกิดการสร้างชุมชนได้ในทุกรูปแบบและทุกเป้าหมาย เช่น ชุมชนการเรียนรู้ ชุมชนความบันเทิง ชุมชนทางการเมือง ฯลฯ จากการประสานของคุณลักษณะ 4 ประการที่กล่าวมาข้างต้น Logan สรุปว่า ชุมชนหรือเครือข่ายที่เกิดจากสื่อใหม่สามารถแปลงร่างกายเป็นเครือข่ายความรู้ที่เกิดอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง

6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายและพกพาได้สะดวก (Portability)

คือ คุณสมบัติที่มีขนาดเล็ก กะทัดรัด สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย พกพาติดตัวไปไหนมาไหนได้สะดวก ได้ทุกสถานที่ เช่น โน้ตบุ๊ก มือถือ เครื่องเล่น Mp3 ฯลฯ

7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence)

สื่อใหม่ สามารถประสานเอา “สื่อหลายๆ แบบ” เข้ารวมกันไว้ในเครื่องมือการสื่อสารชิ้นเดียว ซึ่ง Logan ได้ขยายความหมายของการหลอมรวมของสื่อใหม่ไว้ 2 ลักษณะ คือ 1. การหลอมรวมในแง่ของสื่อ คือ การประสานสื่อหลายๆ แบบเข้าไว้ในเครื่องมือชิ้นเดียว โดยโทรศัพท์ยุคปัจจุบันเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด เพราะเพียงเครื่องเดียว สามารถใช้ได้ทั้งพูดคุย ใช้ส่งข้อความ ส่งภาพถ่าย เป็นนาฬิกาปลุก ฯลฯ และ 2. การหลอมรวมกันในแง่ธุรกิจ ดังตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์จากการหลอมรวมตัวสื่อและเครือข่ายบนเวปไซด์ไวด์เว็บในรายการอะคาเดมีแฟนเทเชีย” โดย พิชญานี ภูตระกูล (2549) ผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาเป็นบริษัทรวบรวมจรรยาของกลุ่มบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ได้ผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อที่มีอยู่ทั้งหมดเข้าด้วยกัน ทั้งโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โทรทัศน์และเคเบิลทีวี และรายการโทรทัศน์อะคาเดมีแฟนเทเชีย

8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability)

ปฏิบัติงานร่วมกันได้ กินความหมายกว้างขวางตั้งแต่ร่วมงานกันได้ในเชิงเทคนิค ไปจนถึงเชิงสังคม การเมือง หรือองค์กร ในเชิงเทคนิคเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายและชัดเจน เช่น format ของสื่อใหม่หลายๆ ประเภท สามารถ “พูดคุย” กันได้ เช่น บนอินเทอร์เน็ต สื่อหลายๆ แบบ เช่น ตัวอักษร ภาพ เสียง สามารถทำงานร่วมกันได้

9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content) เพราะระบบการถ่ายโอนข้อมูล/สารสนเทศด้วยระบบดิจิทัล ทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็วอย่างยิ่ง

10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือก และ Longtail

เดิมทีข้อมูล สารสนเทศมีปริมาณที่จำกัด เพราะต้องใช้การคัดลอกด้วยลายมือ แต่การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ มือถือ ฯลฯ ช่วยให้ผลงานสื่อ แม้มีผู้ต้องการน้อย ก็สามารถผลิตออกมาได้ (ซึ่งเท่ากับเพิ่มความหลากหลายของผลผลิตสื่อมวลชนโดยตรง) และที่สำคัญยิ่งกว่านั้น คือ จากจำนวนที่ผลิตเพียงปริมาณน้อย แต่ในแง่ธุรกิจ ผลงานเหล่านี้สามารถทำกำไรได้

11. การหวนคืนกลับมาประสานกันครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร

McLuhan (1974) เคยกล่าวไว้ว่า “ในห้วงเวลาที่มีการส่งดาวเทียม Sputnik ขึ้นโคจร นอกพื้นพิภพนั้น ก็ทำให้เกิดเวทีละครใหญ่ระดับโลก แต่ทว่าเวทีแห่งนี้มิได้มี “ผู้ชม” (spectators) หากแต่กลับมีแต่ “นักแสดง” (actors) ข้อความนี้แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับบทบาทของ “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” ที่มีอยู่ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

ในยุคสมัยของสื่อใหม่ จะเป็นการหวนกลับมาประสานระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยจะไม่จำกัดอยู่เฉพาะขั้นตอนการผลิต (production) เท่านั้น หากแต่จะหลอมรวมไปถึงขั้นตอนการแพร่กระจาย-การตลาด และขั้นตอนการบริโภค

12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ (Social collectivity & Cyber-cooperation)

นักวิชาการจำนวนไม่น้อย ได้ให้ความสนใจกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน เช่น Tim O' Reilly (2004, อ้างใน Logan, 2010) เรียกการรวมกลุ่มร่วมมือที่ประสานพลังของเทคโนโลยีเข้ากับความฉลาดของมนุษย์นี้ว่า “สถาปัตยกรรมแห่งการมีส่วนร่วม” (Architecture of participation) ขณะที่ H. Rheingold เรียกการร่วมมือกันระหว่างคนแปลกหน้านี้ว่า “พลังอำนาจแห่งพวกเรา” (Power of us)

13. การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิกซ์ (Remix Culture)

แบบแผนการใช้สื่อใหม่ ส่วนใหญ่จะคุ้นเคยอยู่แล้วกับการเลือกเนื้อหาจากสื่อใหม่ มาดัดแปลง ตัดต่อ ฯลฯ เพื่อเป้าหมายใหม่เฉพาะของเรา

14. การเปลี่ยนจาก “ผลผลิต” (product) มาสู่ “บริการ (service)

ถือเป็นคุณลักษณะพิเศษของสื่อใหม่ เช่น แทนที่เราจะมีแผ่นเสียงหรือดิสก์เทปที่จะใช้ฟังเพลง ก็กลับเปลี่ยนแปลงไปว่าเวลาที่ต้องการจะดูหนังฟังเพลง เราก็จะเรียกฟัง/ดูชมทาง cyber/online โดยจะมีผู้ให้บริการ

15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of new media)

สื่อแบบเดิม ผู้ผลิตจะเป็นผู้ปรับปรุงเนื้อหาผลงานของสื่อ โดยผู้รับสารไม่สามารถเข้าไปยุ่งเกี่ยวได้ ส่วนสื่อใหม่ กลับอนุญาตให้ผู้รับสาร/ผู้ใช้สารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ไม่อยู่ในต้นฉบับ/ต้นทางได้

16. ข้อสรุป

คุณสมบัติทั้ง 15 ประการ สรุปได้ว่า สื่อแบบเดิมๆ อาจจะมีคุณลักษณะดังกล่าวอยู่ แต่ทว่าความแตกต่างนั้น ก็อยู่ตรงที่ว่า ในสื่อเดิมนั้น อาจจะมีบางคุณลักษณะเท่านั้น ไม่มีครบทุกคุณลักษณะ ขณะที่สื่อใหม่ มีทุกคุณลักษณะที่กล่าวมา

จากแนวคิดของ McLuhan เมื่อนำมามองผ่านสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์เฟซบุ๊กแล้ว เว็บไซต์เฟซบุ๊กก็เปรียบเหมือนโลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่ที่ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปท่องเที่ยงได้โดยแทบจะไม่มีข้อจำกัด ซึ่งหากมองตามแนวคิดของ McLuhan แล้ว การที่ผู้ใช้สื่ออย่างพระภิกษุสงฆ์จะเปลี่ยนการใช้สื่อในการติดต่อกับโลกภายนอกหรือเปิดประสบการณ์ จากเดิมที่เคยใช้ตามความเหมาะสมของพระภิกษุสงฆ์อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ หรือจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ มาเป็นสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต ก็จะมีผลกระทบต่อประสบการณ์ของพระภิกษุสงฆ์ เช่นกัน ดังคำกล่าวของเขาที่ว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็กลายเป็นสารแล้ว” (Medium is the Message) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 18-51)

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

1. ประวัติผู้ก่อตั้งเฟซบุ๊ก

เมื่อวัยที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภท Online community ที่เปิดให้ผู้ใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ ก็ดังขึ้นมาในช่วงพริบตาเพราะแค่เพียงเปิดตัวได้ 2 สัปดาห์ ครึ่งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดก็สมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้มหาวิทยาลัยอื่นๆในเขตบอสตัน ก็เริ่มมีความต้องการและอยากขอเข้าใช้งานเฟซบุ๊กบ้างเหมือนกัน มาร์คจึงได้ชักชวนเพื่อนของเขาที่ชื่อ Dustin Moskovitz และ Christ Hughes เพื่อช่วยกันสร้างเฟซบุ๊ก และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น เฟซบุ๊กจึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง

ไอดีเริ่มแรกในการตั้งชื่อเฟซบุ๊กนั้น มาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์คที่ชื่อฟิลิปส์เอ็กเซเตอร์อะคาเดมีโดยที่โรงเรียนนี้จะมีหนังสืออยู่เล่มหนึ่งที่ชื่อว่า The Exeter Face Book ซึ่งจะส่งต่อๆกันไปให้กับนักเรียนคนอื่น ได้รู้จักเพื่อนในชั้นเรียน ซึ่งเฟซบุ๊ก เป็นหนังสือเล่มหนึ่งเท่านั้น จนเมื่อวันหนึ่งๆ Mark Zuckerberg ได้เปลี่ยนแปลงและนำเข้าสู่โลกของอินเทอร์เน็ต

ในฤดูใบไม้ร่วงปี 2551 เฟซบุ๊กมีสมาชิกที่สมัครใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ที่วันละ 20,000 คนหากรวมกันแล้ว ทำให้เฟซบุ๊กมีสมาชิกถึง 50 ล้านคนโดยเฟซบุ๊ก

มียอดเข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 4 หมื่นล้านเพจวิวต่อเดือน จากวันแรกที่เฟซบุ๊กเป็น Online community ของนักศึกษามหาวิทยาลัย จนวันนี้สมาชิกของเฟซบุ๊กมีอย่างหลากหลายทั้ง อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น และได้มีสถิติว่าเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในอันดับที่ 6 ของสหรัฐอเมริกาและเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้อัพโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4.1 หมื่นล้านรูป

จากจำนวนสถิติทั้งหลายเหล่านี้ทำให้ไมโครซอฟท์ได้ร่วมลงทุนในเฟซบุ๊กด้วยจำนวนเงิน 240 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพื่อแลกกับหุ้นจำนวน 1.6% ในเดือนตุลาคมปี 2551 ทำให้มูลค่ารวมของเฟซบุ๊กนั้นมีมูลค่ามากกว่า 15,000 ล้านบาท และทำให้เฟซบุ๊กเป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับที่ 5 ในหมู่บริษัทอินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกา (พิสุทธิกุล บุญมี 2556, น. 10, อ้างถึงใน วิมลพรรณ อภาเวท, สาวิตรี ชีวะสารณ์ และชาญ เดชอัศวอง, 2554)

2. สัญลักษณ์ของเฟซบุ๊ก



3. การสมัครใช้งานเฟซบุ๊ก

ข้อกำหนดของการใช้งาน ต้องมีอีเมลี่ใช้สำหรับสมัครลงทะเบียนเช่น hotmail.com, Gmail.com ขั้นตอนแรกเข้าเว็บไซต์ <http://www.facebook.com> จากนั้นจะมีช่องสำหรับกรอกข้อมูลการสมัครเบื้องต้น ไม่ว่าจะเป็นชื่อ (Full Name) อีเมล (ใช้สำหรับยืนยันในการเปิดให้บริการครั้งแรก) เพศวัน เดือนปีเกิด รวมถึงรหัสผ่าน (Password) ตามลำดับ จากนั้นกดปุ่ม Sign up เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนและข้อมูลที่ให้ระบุเรียบร้อยแล้ว ระบบจะแจ้งให้เช็คอีเมลที่เราได้ลงทะเบียนไว้ เมื่อเปิดอีเมลทางเฟซบุ๊กส่งมาให้แล้ว ให้คลิกที่ลิงค์อยู่ในอีเมลนั้น เพื่อยืนยันสถานการณ์ลงทะเบียน

จากนั้นมาที่หน้าจอสำหรับค้นหาเพื่อนจากอีเมล หากใช้อีเมลของฮอตเมลล์สมัครสามารถค้นหาว่าเพื่อนของเราคนไหนที่เล่นเฟซบุ๊ก แต่หากใช้อีเมลอื่นก็ให้คลิกที่คำว่า Find people you Instant Message จากนั้นใส่ประวัติการศึกษา โดยเราสามารถเลือกชื่อมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนมัธยมได้ เพราะเมื่อใช้ชื่อสถานศึกษา เลือกปีที่จบการศึกษาแล้วระบบจะค้นหารายชื่อเพื่อนๆ ให้อัตโนมัติขึ้น ตอนสุดท้ายให้เลือกประเทศเมืองหรือจังหวัด เพื่อระบบจะช่วยค้นหารายชื่อคนที่เล่นเฟซบุ๊กในประเทศนั้น

4. เมนูการใช้งาน

ประกอบด้วย 1. เมนูแจ้งเตือนจากระบบ 2. สำหรับค้นหาเพื่อนอีเมลี่ข้อความกลุ่ม 3. เมนูหลักจัดการข้อมูลส่วนตัวและอื่นๆ 4. รูปภาพประจำตัวและแก้ไขรูปประจำตัว 5. สำหรับพิมพ์

ข้อความแบ่งปัน 6. กิจกรรมและแจ้เตือนวันเกิดเพื่อน 7.แนะนำเพื่อนอาจเป็นคนที่คุณรู้ 8. เมนู Application ต่างๆ 9. ข้อความที่แบ่งปันจากเพื่อนๆ และตัวเรา 10. เพื่อนที่กำลังออนไลน์เล่นเฟซบุ๊กอยู่ 11. การแจ้เตือนคำขอจากเกมและ Application ต่างๆ 12. สำหรับสนทนาเพื่อนแชท 13. การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเพศววันเกิดบ้านเกิด ความสัมพันธ์ การใส่รูปภาพประจำตัว ทำให้เพื่อนๆของคุณรู้จักตัวคุณมากขึ้น

5. จริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊ก

ทุกครั้งที่มีการโพสต์ข้อมูลต่างๆ ต้องคำนึงถึงการใช้ข้อความที่สุภาพไม่ละเมิดสิทธิ์ของผู้อื่น ไม่สร้างความแตกแยก ไม่หลอกลวงหรือทำให้คนอื่นเข้าใจผิด ไม่ผิดศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีของสังคม

เฟซบุ๊ก เป็นชุมชนออนไลน์ที่ใช้งานง่ายไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก และเป็นที่ยอมรับประภทของชุมชนออนไลน์ไว้ครบทุกประภท เช่น ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ใช้เล่นเกมส์เพื่อทำให้เกิดการผ่อนคลาย ฝากรูปถ่ายของตนเองและกลุ่มเพื่อน และยังสามารถเลือกชมหรือซื้อขายสินค้าผ่านทางชุมชนออนไลน์นี้ได้ด้วย ความครบครัน หลากหลายของการใช้งานชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊ก จึงเป็นสังคมที่สามารถใช้ได้ง่ายทำให้เป็นที่นิยมและชื่นชอบของกลุ่มคนจำนวนมากโดยเฉพาะวัยรุ่นที่ต้องการชุมชนออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่ายมีการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายด้านไว้ในชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กเพียงสังคมเดียว

ด้วยเหตุที่ว่า ชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นชุมชนออนไลน์ที่ใช้งานง่ายไม่มีขั้นตอนยุ่งยากและเป็นที่ยอมรับประภทของชุมชนออนไลน์ไว้ครบทุกประภท จึงเป็นสื่อที่แม้แต่พระสงฆ์ที่ประพฤติปฏิบัติตามหลักพระพุทธศาสนาอย่างเคร่งครัด และอยู่ในโลกแห่งธรรม ยังสนใจและหันมาใช้ชุมชนออนไลน์เฟซบุ๊กกันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต่างมีวัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างกันออกไป (ธีราพร ดันทีปธรรม, 2554, น. 11-15)

ทั้งนี้ หากได้ลองเปรียบเทียบสื่อประภทต่างๆ ตามแนวคิด Everette Rogers กับเฟซบุ๊ก ในเรื่องของการสื่อสาร จะสามารถสรุปได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.4

แสดงการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ Everett Rogers และเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารแบบระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (สื่อระหว่างบุคคล มีเครื่องมือช่วย)	สื่อสารมวลชน	เว็บไซต์เฟซบุ๊ก
1. การไหลของข่าวสาร	จากผู้ส่งคนเดียว สู่ผู้รับ 2-3 คน	จากผู้ส่งหลายคน สู่ผู้รับหลายคน	จากผู้ส่งคนเดียว สู่ผู้รับมหาศาล	จากผู้ส่งคนเดียว สู่ผู้รับหลายคน
2. ความรู้ที่แหล่งผู้ส่งมีต่อผู้รับ	ผู้ส่งมีความรู้ต่อผู้รับสารในฐานะปัจเจกคนหนึ่ง	ผู้ส่งสารมีความรู้ อย่างมากต่อผู้รับสารเนื่องจากระบบ interactive	ผู้ส่งสารที่ทำงานอยู่ในองค์กรสื่อแทบจะไม่มีความรู้เรื่องผู้รับสารเลย	ผู้ส่งสารมีความรู้ต่อผู้รับเท่าที่เจตนาของผู้รับจะเปิดเผยข้อมูล (เท่าที่ปรากฏในหน้าเฟซบุ๊ก)
3. การแบ่งประเภทผู้รับสาร	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล) ต่ำ (เพราะข่าวสารเดียวกันจะถูกถ่ายทอดให้ทุกคน)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)
4. ระดับของการตอบโต้ (interactivity)	สูง	สูง	ต่ำ	สูง
5. ปฏิกริยาป้อนกลับ	มีมากและฉับพลัน	มีบ้างแต่ก็ยังมีข้อจำกัด อาจจะเฉียบพลันหรือว่าต้องรอ	มีข้อจำกัดมากและล่าช้ามาก	จะมีมากหรือน้อยรวดเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับขึ้นอยู่กับผู้ใช้แต่ละราย
6. ศักยภาพที่จะเก็บรักษาข่าวสาร	ต่ำ	ส่วนใหญ่จะสูงมาก	บางสื่ออาจจะต่ำ เช่น วิทยู แต่บางสื่อก็สูง เช่น หนังสือ	สูง
7. ประเภทของเนื้อหา	เน้นหนักไปทางเรื่องสังคม-อารมณ	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม-อารมณ แต่จะเน้นเรื่องงาน	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม-อารมณ	ชีวิตประจำวัน หรือประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิตที่ผู้ใช้พบหรือสิ่งต่างๆ ที่ผู้ใช้ให้ความสนใจ

ตารางที่ 2.4

แสดงการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ Everett Rogers และเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (ต่อ)

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารแบบระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (สื่อระหว่างบุคคลมีเครื่องมือช่วย)	สื่อสารมวลชน	เว็บไซต์เฟซบุ๊ก
8. ลักษณะอวัจนภาษา	มีการใช้อวัจนภาษาอย่างมาก	สื่อใหม่บางชนิดจะจัดให้มีการใช้อวัจนภาษาค่อนข้างมาก	สื่อมวลชนประเภทที่มองเห็นภาพจะมีการใช้อวัจนภาษามาก แต่ถ้าเป็นสื่อเสียงอย่างเดียวก็จะมี	มีการแสดงอวัจนภาษาผ่านภาพถ่ายของตนหรือสัญลักษณ์พิเศษในหน้าเฟซบุ๊ก ใช้แทนอารมณ์ความรู้สึก กิริยาต่างๆ
9. การควบคุมการไหลของการสื่อสาร	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้รับไม่สามารถจะควบคุมการสื่อสารได้	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้ ขึ้นอยู่กับการจำกัดหรือการตั้งค่าการใช้งานของผู้ใช้
10. ลักษณะความเป็นส่วนตัว	ต่ำ	ปกติ	สูง	ต่ำหรือสูงขึ้นอยู่กับ การจำกัดหรือการตั้งค่าการใช้งานของผู้ใช้

หมายเหตุ. จาก การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน: ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์ (น. 28-29), โดย ระพีพร ทศรัฐ, (2552, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร. (ดัดแปลงจาก กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553, น. 155)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของพระสงฆ์กับการใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก นั้น เริ่มเห็นชัดเจนขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน แม้พระสงฆ์จะอยู่ในสถาบันสงฆ์ มีวิถีปฏิบัติชีวิตประจำวัน ตลอดจนอิริยาบถแตกต่างไปจากบุคคลทั่วไปในสังคมไทย เพราะนอกจากพระสงฆ์ต้องเป็นตัวอย่างให้พุทธศาสนิกชนคนธรรมดาประพฤติปฏิบัติดีตามด้วยแล้ว ยังมีหน้าที่สั่งสอนให้คนทำความดี ตามแนวคำสอนของพระพุทธเจ้า แต่เมื่อสังคมมีการพัฒนา เทคโนโลยีต่างๆ ไม่เว้นแม้แต่เครื่องมือติดต่อสื่อสาร ได้ถูกพัฒนาด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ อย่างมากมาย เป็นแรงจูงใจให้คนทั่วไปที่มีพื้นฐานรักโลก โกรธ หลง อยู่เป็นนิจ หันมาใช้ช่องทางดังกล่าวในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ก็เพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ ของแต่ละราย มีทั้งด้านผลบวกและเป็นผลด้านลบต่อตนเอง ตลอดจนผลพวงต่อสังคมรอบข้าง จากผู้ใช้สื่อรายนั้นๆ ดังที่ปรากฏเป็นรายงานข่าวในปัจจุบัน

แต่สำหรับพระสงฆ์ จำเป็นต้องมีอิริยาบถทั้งทางกาย ใจ งดงาม ดังที่กล่าวเมื่อช่วงต้น ได้เข้ามาสนใจใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งเต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องดี ตลอดจนเนื้อหาสาระหลายอย่างที่เกี่ยวโยงกับอบายมุข ตั้งแต่เรื่องบันเทิง ยาเสพติด เรื่อยยาวไปถึงเรื่องกามารมณ์ ซึ่งโดยพื้นฐานที่ผ่านมานั้น มีข่าวด้านลบเกี่ยวกับพระสงฆ์เป็นจำนวนมาก และปรากฏอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ ใช้สารเสพติด และเรื่องกามารมณ์ทั้งเพศเดียวกัน และต่างเพศ

หากพระสงฆ์เข้ามาสนใจสื่ออย่างเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งมีทั้งด้านขาวและด้านมืด ในการรับข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการติดต่อสื่อสาร พระสงฆ์จะตกอยู่ภายใต้อำนาจสื่อนี้ได้อย่างไร จะมีทัศนคติพฤติกรรมการใช้แตกต่างกับคนทั่วไปได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งถือเป็นข้อสงสัยเบื้องต้นสำหรับผู้วิจัย ในการศึกษาประเด็นดังกล่าว

จากการค้นคว้างานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ยังไม่มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กโดยตรง แต่จะมีบ้างในลักษณะการศึกษาภาพของพระสงฆ์ที่ปรากฏในสื่อใหม่ การถ่ายทอดการสื่อสารของพระสงฆ์ผ่านสื่ออื่นที่ไม่ใช่เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยในแต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง และสามารถแบ่งหมวดหมู่ชัดเจน พบว่า สามารถแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา คือ ผู้รับสาร และตัวสาร

2.4.1 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้วิจัย พบว่า มีหลายหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้อง และน่าจะนำมาใช้อ้างอิง คือ ในการศึกษาเรื่อง “การรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอของสื่อมวลชน” รัตนวดิ เทพช่วยสุข (2539) ซึ่งเป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนทั่วไป พบว่า ชาวพุทธส่วนใหญ่รับรู้ภาพลักษณ์พระสงฆ์ด้านบวกในคุณลักษณะเป็นผู้มีคุณธรรม และแสดงบทบาทเป็นแหล่งศรัทธา

ด้านธรรมะและความประพฤติ ส่วนภาพลักษณ์ด้านลบนั้น ชาวพุทธรับรู้ในคุณลักษณะเกี่ยวกับด้านวัตถุนิยม และด้านพุทธพาณิชย์มากที่สุด ในขณะที่สื่อมวลชนนำเสนอภาพลักษณ์พระสงฆ์ในชาวอาชญากรรมมากที่สุด โดยพระสงฆ์ที่ปรากฏในข่าวส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าอาวาส และหากเปรียบเทียบภาพลักษณ์พระสงฆ์ที่ผ่านการรับรู้ของชาวพุทธปรากฏว่าไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชนนำเสนอ กล่าวคือ ชาวพุทธรับรู้ภาพลักษณ์ในทิศทางบวกมากที่สุด ในขณะที่สื่อมวลชนนำเสนอภาพลักษณ์ในทิศทางลบเป็นส่วนใหญ่

ทั้งนี้ ผลการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ดังกล่าว สามารถหยิบยกบางประเด็นนำมาวิเคราะห์งานวิจัยพระสงฆ์กับการใช้เฟซบุ๊ก ของผู้วิจัยได้ ผ่านผลสรุปวิจัยจากมุมมองของชาวพุทธทั่วไปที่รับรู้ภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ด้านบวกในเรื่องคุณลักษณะผู้มีคุณธรรม ขณะที่ด้านลบกลับมองภาพลักษณ์พระสงฆ์เกี่ยวกับเรื่องวัตถุนิยม พุทธพาณิชย์ เป็นแนวทางต่อยอดศึกษา เพราะโดยพื้นฐานการที่บุคคลหนึ่งๆ จะเข้าถึงสื่อสมัยใหม่ในชีวิตประจำวัน จำเป็นต้องมีปัจจัยทางสินทรัพย์ เพื่อสรรหาเครื่องมือสื่อสารที่พัฒนาด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่และมีราคาสูง เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน ก่อนที่จะเข้าถึงสื่อใหม่นั้นๆ ถือเป็นเครื่องมือที่คนทางโลกย์ หรือชาวพุทธทั่วไปรับรู้ว่าเป็นวัตถุนิยม ที่สะท้อนฐานะทางสังคม และเหนือสิ่งอื่นใด เสมือนเป็นประตูสู่สื่อสมัยใหม่อย่าง เฟซบุ๊ก ที่มีอิทธิพลต่อการเสพติดของผู้รับสารปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพระสงฆ์โดยพื้นฐานแล้ว จะไม่มีรายได้ประจำ หรือทำงานเพื่อแลกเงินเหมือนคนทั่วไป แต่การดำเนินพิธีกรรมรูปแบบต่างๆ ที่บางพิธีกรรมเรียกได้ว่าเข้าลักษณะพุทธพาณิชย์นั้น จะสามารถช่วยสนับสนุนพระสงฆ์ได้รับปัจจัยหรือเงินจำนวนมาก และสุดท้ายสำหรับพระสงฆ์ที่สนใจในสื่อสมัยใหม่ จะมีความสามารถนำปัจจัยที่ได้ ไปแลกกับเครื่องมือเทคโนโลยีทันสมัย จนเข้าถึงสื่อสมัยใหม่ได้ในที่สุด ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่พระสงฆ์จะสามารถเข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก และเกิดพฤติกรรมต่างๆ ตามมา กลายเป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยในฐานะบุคคลทั่วไปสนใจศึกษา

นอกจากนี้ ยังมีเปิดรับสื่อสารมวลชนมากพอสมควร โดยเปิดรับหนังสือพิมพ์มากที่สุด ซึ่งเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อสาระ และงานวิจัยของ สมศรี จินะวงษ์ (2532) ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัย และการรักษาศีลของพระสงฆ์” โดยผู้วิจัย สนใจที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด 3 แนวคิด คือ ความสัมพันธ์ระหว่าง “การเปิดรับสื่อ” “ความทันสมัย” และ “การรักษาศีลของพระภิกษุสงฆ์” และผลการวิจัย พบว่า พระภิกษุมีการทำให้สะดวกใจมากกว่าสำหรับผู้ทรงศีลที่จะเปิดรับวิทยุโทรทัศน์ ที่มีที่ทว่าเป็นสื่อบันเทิง (ผิดศีลถ้าจะเปิดดู)

ส่วนการวัดตัวแปรเรื่อง “ความทันสมัย” ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับชีวิตศาสนา เช่น การเลือกตั้งเจ้าอาวาส การวางแผนงาน ฯลฯ และพบว่า พระภิกษุของไทยมีความทันสมัยระดับปานกลาง ส่วนเรื่องการเปิดรับสื่อ กับความทันสมัยนั้น งานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า การเปิดรับ

สื่อของพระสงฆ์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความทันสมัย กล่าวคือ ยิ่งเปิดรับสื่อมาก ก็ยิ่งมีความคิดอ่านทันสมัย

หากทว่าไม่พบความสัมพันธ์กับการรักษาศีล หมายความว่า กรณีภิกษุที่ทันสมัย อาจจะรักษาศีลมากหรือน้อยก็ได้ ดูเหมือนจะนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า “พระภิกษุไทยสามารถจะเปิดรับสื่อให้มากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความทันสมัย โดยที่ยังคงสามารถรักษาศีลของพระภิกษุได้ด้วย” อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานชิ้นนี้ ออกแบบมา เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่านั้น ดังนั้น จึงไม่อาจตอบคำถามว่า “พระสงฆ์จะทันสมัย” แล้วยังรักษาศีลได้อย่างไร ซึ่งการวิจัย เพื่อตอบคำถามเชิง “กระบวนการ” (process) นั้นต้องอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพ

งานวิจัยชิ้นดังกล่าว ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับพระสงฆ์กับเปิดรับสื่อ ภายใต้กรอบศีลธรรมตามหลักพุทธศาสนานั้น สอดคล้องกับแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กของกลุ่มพระสงฆ์ ตามที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาเช่นกัน โดยผลการวิจัยข้างต้น สามารถนำทั้ง 3 แนวคิดมาเป็นแนวทางการศึกษา กล่าวคือ

1. เปิดรับสื่อสารมวลชนของพระสงฆ์ พบว่า ส่วนใหญ่จะเปิดรับหนังสือพิมพ์มากที่สุด เพราะภาพลักษณ์ที่เป็นเนื้อหาสาระ และความสบายใจกับพระสงฆ์มีมากกว่าที่จะเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ซึ่งมีแนวโน้มเป็นสื่อบันเทิง ซึ่งมีโอกาสผิดศีลได้มากกว่าหากเปิดดู แต่ในปัจจุบันที่ผู้วิจัยพบพระสงฆ์กับการใช้สื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งถือเป็นสื่อที่มีแนวโน้มเป็นสื่อบันเทิงมากกว่า แม้ในสื่อจะมีเนื้อหาสาระก็ตาม การที่พระสงฆ์เปิดรับเฟซบุ๊กดังกล่าว หากตามผลการวิจัยข้างต้น โอกาสที่พระสงฆ์จะผิดศีลย่อมมีสูงตามไปด้วย

2. การวัดตัวแปรเรื่องความทันสมัย งานวิจัยข้างต้น พบว่า ยิ่งพระสงฆ์มีการเปิดรับสื่อมาก ก็ยิ่งทำให้พระสงฆ์มีความทันสมัยมาก สอดคล้องกับแนวทางการศึกษาของผู้วิจัยที่สนใจศึกษาพระกับการเปิดรับสื่อใหม่อย่าง เฟซบุ๊กที่มีความทันสมัยและได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน

3. การเปิดรับสื่อกับการรักษาศีล งานวิจัยข้างต้น พบว่า ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่า การเปิดรับสื่อจะทำให้พระสงฆ์ยังสามารถรักษาศีลได้สมบูรณ์แบบ หรือถูกบั่นทอนลง เพราะเนื้อหาสาระที่พระสงฆ์ได้เปิดรับ ซึ่งเป็นในลักษณะที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเช่นกันว่า การใช้สื่อเฟซบุ๊กของพระสงฆ์นั้น ซึ่งเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง อยู่แล้ว โอกาสที่พระสงฆ์ที่จะผิดศีลตามผลการวิจัยในข้อที่หนึ่งของงานวิจัยชิ้นนี้ อาจมีความเป็นไปได้

2.4.2 งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวสาร

นอกจากจะมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตัวผู้รับสาร ที่ผู้วิจัยสนใจนำมาเป็นแนวทางการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยยังสนใจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวสาร และคิดว่าเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยครั้งนี้ มาเป็นแนวทางการศึกษาเช่นกัน

ในงานวิจัยเรื่อง “การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน กับ การเปิดรับข่าวสารและความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชน” ของ สุจิตรา เหลือชูเกียรติ (2543) ซึ่งผลการวิจัย พบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่หนังสือพิมพ์ข่าวสดนำเสนอ นั้น มีประเด็นหลักการนำเสนอในด้านลบทั้งสิ้น ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์ กับ ความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนที่เกิดขึ้นนั้น มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เมื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์แล้ว ความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนจะอยู่ในเกณฑ์มาก ขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่นกับพระสงฆ์ ก็มีความสัมพันธ์อยู่ในเกณฑ์มากเช่นกัน ทั้งนี้ จะตรงกันข้ามกับเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่ออกมาในด้านลบ ซึ่งน่าจะทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นทางศาสนาอยู่ในเกณฑ์น้อย แสดงว่าเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในด้านลบไม่ได้มีผลกระทบให้ความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนอยู่ในเกณฑ์น้อย

จากผลการวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่า แม้วสาร (ข่าว) จะออกมาด้านลบ แต่ประชาชนคนทั่วไป ยังเชื่อมั่นในพระสงฆ์อยู่ในเกณฑ์มาก ดังนั้น หากภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการใช้สื่อเฟซบุ๊กตามที่วิจัยสนใจศึกษา ในสายตาของประชาชนคนทั่วไป อาจมีมุมมองในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยชิ้นนี้ แม้แต่การสื่อสารข้อความต่างๆ ผ่านเครื่องมือบนเฟซบุ๊ก โดยพระสงฆ์เป็นผู้ส่งสารเหล่านั้นเอง เพื่อสื่อสารยังคนทั่วไป ในมุมมองความคิดของผู้รับสารจะมีลักษณะอย่างไรโดยหนึ่ง

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ ศรอนงค์ สุขยั้ง (2547) ที่สนใจศึกษาเรื่อง “การนำเสนอภาพพระสงฆ์ในภาพยนตร์ไทย” โดยผลการวิจัย พบว่า จากการวิเคราะห์ภาพพระสงฆ์จากโครงเรื่อง (Plot) ลักษณะของตัวละคร ความสัมพันธ์ของตัวละคร และเทคนิคต่างๆ ในภาพยนตร์ พบว่า ภาพของพระสงฆ์ที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดในภาพยนตร์ มีดังนี้

1. ภาพของพระสงฆ์ที่ช่วยเหลือและเป็นที่ยิ่งใหญ่ให้กับฆราวาส โดยตัวละครพระสงฆ์ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่ช่วยเหลือตัวละครอื่นๆ ในการแก้ปัญหา มีความตั้งใจจริงในการช่วยเหลือผู้อื่น
2. ภาพของพระสงฆ์ที่มีความสงบสำรวม มีกิริยาอาการที่เหมาะสมกับสถานะ มีความเคร่งครัดในศีลและวินัย มีจริยาวัตรอันงดงาม เกิดเป็นภาพที่น่าเคารพเลื่อมใส
3. ภาพของพระสงฆ์ที่ไม่สงบสำรวม ได้แก่ ภาพของตัวละครพระสงฆ์ที่แสดงกิริยาอาการ คำพูดที่ไม่เหมาะสม ไม่มีความระมัดระวังในการปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับสมณะสาธูป เกิดเป็นภาพที่น่าเคารพ โดยลักษณะต่างๆ ที่ไม่สำรวมนั้น จะเกิดจากการแสดงอารมณ์ต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น การแสดงอารมณ์ โกรธ เกรี้ยวกราดรวมไปถึงการทำทางของพระสงฆ์ที่ทำให้เกิดภาพที่ตลกขบขัน ไม่น่าเคารพเลื่อมใส
4. ภาพของพระสงฆ์ที่เคร่งเครียดและวิตกกังวล ได้แก่ ภาพของตัวละครพระสงฆ์ที่มีปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ จนทำให้เกิดความเครียดสับสน และว้าวุ่นใจ จนกลายเป็น

ความทุกข์ ซึ่งตัวละครพระสงฆ์ที่มีลักษณะเช่นนี้ก็มักจะพ่ายแพ้ต่อกิเลส ตัณหา ไม่สามารถหาทางออกได้ จึงต้องสึกไปในที่สุด

5. ภาพของพระสงฆ์ที่เป็นผู้นำชุมชน ได้แก่ภาพของตัวละครพระสงฆ์ที่เป็นผู้นำชุมชนในด้านต่างๆ โดยเป็นผู้นำทางความคิด รวมถึงการเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชนและแก้ไขปัญหาให้กับชาวบ้าน

6. ภาพของพระสงฆ์ที่เป็นผู้ปกครองดูแลชาวบ้าน ได้แก่ ภาพของพระสงฆ์ที่เปรียบเสมือนพ่อแม่ หรือผู้ปกครองที่จะต้องสอดส่องดูแลชาวบ้านในเรื่องต่างๆ ให้การอบรมเลี้ยงดูและให้ที่พักอาศัย รวมถึงการอบรมสั่งสอน

7. ภาพของพระสงฆ์ที่มีบุญบารมี ได้แก่ ตัวละครพระสงฆ์ที่เป็นเสมือนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นเนืองนาบุญ มีความเมตตากรุณา เป็นแหล่งศรัทธาด้านธรรมะและความประพฤติ มีบุคลิกที่สงบเยือกเย็น มีจิตอันเป็นสมาธิแรงกล้าจนเกิดเป็นอิทธิปาฏิหาริย์ในลักษณะต่างๆ อย่างไม่รู้ที่มา อิทธิปาฏิหาริย์ที่เกิดขึ้นนั้นไม่ใช่จุดมุ่งหมายของการปฏิบัติธรรม หากแต่เป็นเพียงผลที่เกิดจากการปฏิบัติธรรมในขั้นสูงของตัวละครพระสงฆ์

8. ภาพของพระสงฆ์ที่สร้างความเดือดร้อน ได้แก่ ภาพตัวละครพระสงฆ์ที่นอกจากจะไม่ทำช่วยเหลือผู้อื่น แล้วยังสร้างความเดือดร้อนให้ตัวละครอื่นด้วย ซึ่งถือว่าขัดต่อภาพของพระสงฆ์ที่ควรจะเป็นอย่างสิ้นเชิง และสร้างความเสื่อมเสียให้กับสถาบันสงฆ์โดยรวม เป็นที่น่าสังเกตว่าลักษณะของตัวละครพระสงฆ์ที่สร้างความเดือดร้อนนั้นจะไม่ได้เป็นพระสงฆ์อย่างแท้จริง แต่เป็นเพียงแค่การหยิบยืมเอาสถานะความเป็นพระมาใช้และใช้ลักษณะของผู้มีอิทธิปาฏิหาริย์มือภินิหาร มาสร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น

9. ภาพของพระสงฆ์ที่มีวิชาไสยศาสตร์ ได้แก่ ภาพของตัวละครพระสงฆ์ที่มีวิชาอาคมต่างๆ มีวิชาไสยศาสตร์ เป็นที่พึ่งให้กับชาวบ้านโดยการใช้วิชาที่มีช่วยเหลือชาวบ้านในลักษณะต่างๆ มีท่าทางลึกลับ น่าเกรงกลัว ขมขื่นเวทย์ ซึ่งขัดต่อหลักปฏิบัติของพระสงฆ์ที่ไม่ควรมุ่งในเรื่องนี้ โดยภาพของตัวละครพระสงฆ์ในแต่ละลักษณะนั้นก็สะท้อนถึงบทบาทของพระสงฆ์ที่ได้กระทำต่อตัวละครแวดล้อมและต่อสังคมไปในเวลาเดียวกัน

จากผลการวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาพสะท้อนของพระสงฆ์มีให้เห็นถึง 9 ลักษณะ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาในประเด็นพระสงฆ์กับการใช้สื่อเฟซบุ๊กนั้น สุดท้ายจะเห็นภาพสะท้อนลักษณะคุณลักษณะของพระสงฆ์ที่ศึกษาในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรืออาจค้นพบคุณลักษณะใหม่ที่สามารถต่อยอดจากผลการวิจัยนี้ได้ ซึ่งอาจจะสะท้อนภาพลักษณ์พระสงฆ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

สำหรับงานวิจัยของ ดริณ จักรพันธุ์ อินทร์อุดม (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ไทยผ่านสื่อใหม่:กรณีศึกษาเว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม”

ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม (www.dhammatoday.com) ไม่ใช่ช่องทาง การสื่อสารหลักที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของท่าน ว.วชิรเมธี แต่เป็นเพียงอีกช่องทางหนึ่งที่ ท่าน ว.วชิรเมธี สร้างขึ้นมา เพื่อส่งเสริมพระพุทธศาสนาอย่างเต็มรูปแบบ โดยมีการนำเสนอธรรมะ บริการในรูปแบบหนังสือ สิ่งตีพิมพ์ วิดีโอธรรมะ คลิปการบรรยายธรรมะ บทสัมภาษณ์ธรรมะ ฯลฯ ที่ รับชมได้ แบบไม่เสียค่าบริการ เป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตอบสนองต่อกลวิธีทางการตลาด สามารถเข้าถึงลูกค้าที่มีพฤติกรรมแตกต่างกัน

ความพึงพอใจของผู้ติดตามเว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม (www.dhamma today.com) มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยการบริการข้อมูลข่าวสารทาง เป็นนวัตกรรม ทางการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการนำสื่อเกือบทุกประเภทมารวบรวมเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้บริการข่าวสารข้อมูลประเภทต่างๆมากมาย ในรูปลักษณะที่หลากหลาย โดยผู้รับสารสามารถ เปิดรับและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของตนเองได้อย่างไม่จำกัด

ผลการวิจัยข้างต้น ที่ระบุว่า ผู้ติดตามเว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม เห็นด้วยกับ ช่องทางบริการข้อมูลข่าวสารดังกล่าว แม้จะไม่ใช่ช่องทางหลักของ ท่าน ว.วชิรเมธี ก็ตาม แต่ใน ปัจจุบันนั้น ได้มีเว็บไซต์เฟซบุ๊กกำเนิดขึ้นมา และต่างได้รับความนิยมเป็นที่แพร่หลาย แม้แต่ในกลุ่ม พระภิกษุสงฆ์ ทั้งพระสงฆ์ทั่วไปที่ต่างมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นส่วนตัว ตลอดจนพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงหลายรูป อาทิ ท่าน ว.วชิรเมธี หันมาสนใจเฟซบุ๊ก สร้างหน้าเพจเฟซบุ๊กให้ผู้สนใจได้กดไลค์ เพื่อติดตามข้อมูล ความเคลื่อนไหวต่างๆ ช่องทางการสื่อสารธรรมะในยุคปัจจุบันนี้เอง ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่ามีความ น่าสนใจที่จะศึกษาการใช้เฟซบุ๊กในกลุ่มพระสงฆ์ และงานวิจัยชิ้นนี้ จะเป็นอีกชุดข้อมูลที่จะช่วย สนับสนุนให้งานวิจัยเป็นไปในทิศทางที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า ผลงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้หยิบยกมานั้น จะเห็นชัดเจนว่า คือ คนทั่วไปจะยังมองภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ในด้านดี แม้จะยังมองเห็นเรื่องวัตนิยม และ พุทธพาณิชย์เกิดขึ้นในกลุ่มพระสงฆ์ แต่ด้วยความศรัทธาของพุทธศาสนิกชน จึงยังคงมีความเชื่อมั่น ในพระสงฆ์ แม้จะมีข่าวด้านลบของพระสงฆ์ปรากฏผ่านสื่อกระแสหลักก็ตาม แต่ผลงานวิจัยเองก็ยังไม่ สามารถระบุได้ชัดเจนว่า เมื่อพระสงฆ์เปิดรับสื่อแล้ว ความสามารถในการรักษาศีลจะยังคงเปี่ยม สมบูรณ์ หรือจะถูกบั่นทอนลงไป ก็เพราะว่าพระสงฆ์ยังกำแพงของศีลธรรมอันดีกลั่นไว้ ความทันสมัย ที่มาพร้อมกับสื่อที่แฝงด้วยเนื้อหาบันเทิง แม้เริ่มที่เข้ามามีบทบาทต่อพระสงฆ์นั้น ทำแต่ก็เป็นสิ่งที่ พระสงฆ์พยายามจะหลบเลี่ยงในทางตรง

นอกจากนี้ ในแง่ที่พระสงฆ์เป็นผู้ใช้สื่อเองนั้น ทางการใช้เว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ ดอทคอม ของ ท่าน ว.วชิรเมธี กลุ่มคนที่ติดตามเว็บไซต์ดังกล่าว ต่างมองว่าเป็นเรื่องที่ดี เพราะเป็น อีกช่องทางในการเผยแพร่พระธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา สะท้อนให้เห็นว่า สื่อสมัยใหม่อย่าง เว็บไซต์ ตามงานวิจัยที่ได้หยิบยกมา ไม่ใช่เรื่องเลวร้ายที่พระสงฆ์จะไม่สามารถเข้ามาหยิบไปใช้ในกิจ

ของสงฆ์ได้ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า งานวิจัยที่ได้หยิบยกมา ส่วนใหญ่จะศึกษาไปที่ตัวผู้รับสาร คือ บุคคลทั่วไป หรืออย่างมากก็ศึกษาเรื่องทัศนคติการเปิดรับสารของพระสงฆ์กับสื่อ ตลอดจนเครื่องมือสื่อใหม่อย่างเว็บไซต์ ตามที่พระสงฆ์ชื่อดังใช้เผยแพร่คำสอนตามหลักพระพุทธศาสนา

2.4.3 งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่

สำหรับผู้วิจัยนั้น พบว่า ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ในยุคปัจจุบันของพระสงฆ์โดยตรงน้อยมาก เท่าที่ผู้วิจัยได้สืบค้นนั้น จะมีเรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมของพระสงฆ์ ที่ทำการศึกษาโดยพินิจ ลาภานานนท์ และ แทนพันธ์ เสนะพันธ์ บัวใหม่ (2557) โดยผลการวิจัย ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่อาจนำไปสู่อาบัติ ความเหมาะสม และรูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อกิจการพระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ โดยมีเรื่องการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์เป็นหนึ่งในประเด็นที่ศึกษาจากหัวข้อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

โดยผลการวิจัยนั้น พบว่า ผู้วิจัยได้พบพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ส่วนใหญ่พระสงฆ์กลุ่มนี้อยู่ในวินิตต นักศึกษา ที่เรียนรู้หรือมีประสบการณ์ด้านคอมพิวเตอร์มาก่อนบวชเรียนเป็นพระสงฆ์ที่มีจำนวนพรรษาไม่มากนัก

2. พระสงฆ์ที่โดดเด่นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ธรรม พบว่า พระสงฆ์ที่บวชมาหลายพรรษาเป็นพระสงฆ์นักสอน หรือนักเทศน์ที่พอเข้าใจระบบสารสนเทศได้บ้าง จะเป็นผู้เผยแพร่หลักธรรมบนเฟซบุ๊กเป็นกิจวัตร เพื่อให้เพื่อนบนเฟซบุ๊กติดตามอ่านและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

3. พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านวิชาการ พระสงฆ์ลักษณะนี้ มักใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางเพื่อสื่อสารผลงานที่ผ่านมา และเป็นช่องทางอย่างไม่เป็นทางการกับบุคคลต่างๆ ใช้เวลาอยู่บนเฟซบุ๊กไม่มากนัก

4. พระสงฆ์ที่โดดเด่นด้านการใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิง มักจะสามารถพบพระสงฆ์ลักษณะนี้ได้ไม่ยาก โดยพระสงฆ์กลุ่มนี้จะใช้เวลาบนเฟซบุ๊กสูงในแต่ละสัปดาห์ ให้ความเป็นกันเอง ให้ความสนิทกับเพื่อนบนเฟซบุ๊ก มากกว่าพระสงฆ์ลักษณะอื่น โต้ตอบสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยสามารถแบ่งลักษณะการโต้ตอบได้เป็น 2 ระยะ คือ ระยะแรกมักจะมีคำสอน คติเตือนใจต่างๆ อยู่มาก แต่ระยะหลังมักมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทั่วไปมากกว่า หรืออาจเป็นเรื่องส่วนตัว

นอกจากนี้ ผลการวิจัย พบว่า พระสงฆ์มีความสับสนเสี่ยงการใช้เฟซบุ๊กมาก โดยเฉพาะในหมู่พระสงฆ์วัยหนุ่มระหว่าง 20-25 ปี มีอายุพรรษาไม่เกิน 5 ปี เพราะยังขาดความเข้มแข็งในการศึกษา และเข้าใจหลักธรรมของพระพุทธศาสนา อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์

ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาตั้งแต่ก่อนบวช โดยเฉพาะได้เปิดบัญชีเฟซบุ๊กของตนเอง ใช้มาก่อนแล้ว และมีเพื่อนฝูงคนรู้จักอย่างต่อเนื่อง การใช้คำสนทนากับคู่สนทนาจึงเป็นลักษณะการสนทนากับฆราวาสทั่วไป

หากเปรียบเทียบเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ โดยเปลี่ยนจากพระสงฆ์เป็นการดูดวง การเสี่ยงเซียมซีในรูปแบบออนไลน์ พอจะหยิบยกให้เห็นภาพที่น่าจะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับข้อสงสัยการใช้เฟซบุ๊กในกลุ่มพระสงฆ์ โดยเป็นงานวิจัยของ สุปริษา หัสชู (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ลักษณะพิธีกรรมความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ และบทบาทของเซียมซีในสื่อออนไลน์” นั้น พบว่า การเสี่ยงเซียมซีแบบไปที่วัด (ประสบการณ์ตรง) กับเสี่ยงเซียมซีออนไลน์ (ประสบการณ์ผ่านสื่อ) นั้น จะทำให้ความรู้สึก “ศักดิ์สิทธิ์” มีมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปร คือ “มูลเหตุใส่การเข้าไปเสี่ยงเซียมซีออนไลน์” เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยมี 3 มูลเหตุ คือ เพราะอยากทดลอง อยากรู้ดวง และเสี่ยงเพราะว่าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 29-30)

ขณะที่ผลการศึกษา พบถึงความแตกต่างระหว่างหมอดูออนไลน์สายพันธุ์ดั้งเดิมที่มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อเก็บรักษาความน่าเชื่อถือและความศักดิ์สิทธิ์ในวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม หมอดูออนไลน์สายพันธุ์ใหม่ที่มีการสื่อสารความน่าเชื่อถือและความศักดิ์สิทธิ์ จะมุ่งเน้นการจัดการทางการตลาดที่ทันสมัย เพื่อต่อยอดธุรกิจความเชื่อในโลกออนไลน์ (ราตรี ปิ่นแก้ว, 2554, น. (1))

ส่วนงานวิจัยของ ของ ระพีพร ทศรัฐ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน : ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์” ของกลุ่มตัวอย่างแม่บ้าน 2 กลุ่ม ซึ่งไม่ใช่พระสงฆ์ แต่เป็นการศึกษาคนทั่วไป คือ กลุ่มตัวอย่างแม่บ้านที่ไม่มีบุตร และกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านที่มีบุตร โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อให้ทราบและเข้าใจลักษณะการบริโภคเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่างว่ามีลักษณะอย่างไรและเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

จากการวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ของกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านทั้งสองกลุ่มในหัวข้อภูมิหลังของแม่บ้าน กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ และผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบประการแรกว่า “เพศสภาวะ” ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้เลือก “ความเป็นเพศหญิง” เป็นตัวทดสอบ ได้เป็นตัวแปรหลักที่เข้ามากำหนดการใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ของกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านร่วมกับ “ความเป็นแม่บ้าน” (housewife) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านผู้ใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จะมีเอกลักษณ์พิเศษร่วมกัน คือ ในเชิงเศรษฐกิจเป็นแม่บ้านที่อยู่ในสถานภาพ “ชนชั้นกลางตอนบน (upper middle class)” ในเชิงสังคมเป็นแม่บ้านที่อยู่ในสถานภาพ “ชนชั้นเวลาว่าง (leisure class)”

และในเชิงเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นแม่บ้านกลุ่มชอบของใหม่ (innovator) หรือกลุ่มล้ำสมัย และกลุ่มรับเร็วส่วนแรก (Early adopter) หรือกลุ่มนำสมัย และอยู่ในกลุ่มของพวกเสรีนิยม (liberalist) เมื่อมองในมุมมองแบบสตรีนิยมข้อค้นพบอีกประการหนึ่ง คือ เว็บไซต์ไฮไฟว์เป็น

เครื่องมือเกาะเกี่ยวรักษาสายสัมพันธ์เดิมทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างแม่บ้าน ในขณะที่เดียวกันก็เป็นเครื่องมือในการสานสายสัมพันธ์ใหม่กับคนแปลกหน้าบางกลุ่ม (stranger) เพื่อสร้างความตื่นเต้นแปลกใหม่ที่ต่างไปจากชีวิตประจำวันด้วยเช่นกัน ซึ่งในการสานสายสัมพันธ์ใหม่นี้ กลุ่มแม่บ้านได้สร้างทักษะการวิเคราะห์ผู้รับสารขึ้นมาและมีการตั้งคำถาม (sceptical) กับสิ่งที่พบบนหน้าเว็บไซต์ไฮไฟว์ว่าเป็นจริงหรือไม่ และการสานสายสัมพันธ์ใหม่จะเกิดขึ้นบนโลกเสมือน (virtual reality) อย่างเว็บไซต์ไฮไฟว์เท่านั้น จะไม่มีการล่องเลยออกมาถึงชีวิตจริง (physical reality) ซึ่งสะท้อนได้ว่า แม้ว่าจะต้องการความตื่นเต้นในชีวิต แต่พวกเขาก็ต้องการความปลอดภัยด้วยเช่นกัน หรือกล่าวได้ว่าพวกเขาต้องการ “เสี่ยงภัยอย่างปลอดภัย” นั่นเอง

ในงานวิจัยของ วรณสิกา เชื้อชาติไทย (2546) ศึกษาเรื่อง “ความเหงาในชุมชนเสมือน กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com” ก็เช่นกัน เป็นการศึกษาบุคคลทั่วไปที่ต้องการทราบถึงลักษณะของชุมชนเสมือนในสังคมไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา โดยวิเคราะห์กระทู้ใน www.pantip.com และ www.sanook.com และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผ่านระบบ MSN

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะชุมชนเสมือนในสังคมไทยไม่มีผลต่อการขยายเครือข่ายสังคมของคนเหงา โดยพบสัดส่วนที่น้อยมากของกระทู้บ่งบอกความเหงา เมื่อเทียบกับจำนวนกระทู้ทั้งหมดที่เข้ามาโพสต์ และกระทู้ नियมที่มีจำนวนคนโพสต์ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องราวในสังคม มากกว่ากระทู้ที่บ่งบอกความเหงาจากการไม่มีเพื่อนในชีวิตจริง และคนกลุ่มใหญ่ในชุมชนเสมือน คือ กลุ่มวัยรุ่นที่เข้ามาหาความสัมพันธ์ใหม่ๆ ทั้งเพื่อนใหม่ และเพื่อนต่างเพศ นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตไม่มีผลต่อการแยกตัวจากสังคมของบุคคล และอินเทอร์เน็ตก็ไม่ใช่นุญกรรมของคนเหงาที่แยกตัวออกจากสังคม

โดยคนลักษณะดังกล่าว ยังคงมีพฤติกรรมแยกตัวในชุมชนเสมือนเช่นเดียวกับในชีวิตจริง โดยชุมชนเสมือนนี้เป็นเหมือนช่องทางในการเปิดโอกาสให้ได้พบคนมากมายในโลกออนไลน์ มากกว่าการเป็นแหล่งพักพิงของคนเหงาที่แยกตัวออกจากสังคม แต่ถึงอย่างไร งานวิจัยก็ได้ค้นพบถึงบทบาทใหม่ของอินเทอร์เน็ตในการเป็นช่องทาง การสื่อสารที่ช่วยสร้างเครือข่ายสังคมใหม่ให้กับบุคคลที่เครือข่ายสังคมเดิมหายไป ด้วยปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่สาเหตุจากความบกพร่องในมนุษย์สัมพันธ์ (เช่น แต่งงาน ศึกษาต่อต่างประเทศ) และชุมชนเสมือนแห่งนี้ยังเป็นแหล่งนัดพบของกลุ่มเพศที่ 3 อีกด้วย

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผู้วิจัยที่สืบค้นหามา นั้น แทบไม่ปรากฏการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมพระสงฆ์กับการใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก สื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในบรรดาสื่อใหม่ของไทยในปัจจุบัน แต่กลับพบการศึกษาสื่อใหม่กับตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปในสังคมมากกว่า

อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2540 ได้สำรวจงานวิทยานิพนธ์เฉพาะที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า

ในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนชิ้นงานวิจัยประมาณ 20 ชิ้น แต่ทว่าในปี พ.ศ. 2554 มีเพียงแค่การสำรวจอย่างคร่าวๆ พบว่า งานวิจัยเรื่องศาสนากับการสื่อสารจาก 2 สถาบันการศึกษามีกว่า 100 ชิ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 17)

ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า น่าจะมาจากพื้นฐานความคิดของคนไทยโดยทั่วไป นับถือ ศรัทธาศาสนาพุทธโดยส่วนใหญ่ แม้เป็นที่ทราบของคนทั่วไปของเรื่องสื่อใหม่กับพระสงฆ์ ทั้งจาก ประสบการณ์ตรง หรือจากข่าวสารที่ปรากฏบนสื่อกระแสหลัก และถูกอ้างอิงถึงพระสงฆ์ทั้งในด้านดี และด้านลบ แต่ด้วยเป็นประเด็นที่อ่อนไหวกับสังคมไทย หากผลการศึกษาไม่เข้าไปในทิศทางที่เป็น ผลดีต่อพระพุทธศาสนา อาจถูกสังคมปฏิเสธกับผลงานการวิจัยดังกล่าว

นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของเพศผู้วิจัย เพราะหากผู้วิจัยเป็นเพศหญิง การเข้าศึกษา ถึงตัวพระสงฆ์โดยตรง ย่อมมีอุปสรรคกว่าผู้วิจัยที่เป็นเพศชาย ส่งผลให้งานวิจัยเพื่อศึกษาการใช้ เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อใหม่ในสังคมยุคปัจจุบันยังมีน้อยมาก เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้วิจัยต้องการเข้าไปศึกษา โดยหยิบยกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางการศึกษาต่อไป เพื่อหาแนวทางข้อสรุปตามหัวข้อที่ผู้วิจัย ได้กำหนดไว้ต่อไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีจุดประสงค์ทำการวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) หรือผู้ใช้สื่อ ในที่นี้ หมายถึง กลุ่มพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อศึกษาว่าพระสงฆ์มีลักษณะการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กอย่างไร มีแรงจูงใจใด พระสงฆ์ผู้ถือศีลในทางธรรมจึงเข้ามาใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นเครื่องมือในทางโลกย์ เพื่อการติดต่อสื่อสารด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ และพระสงฆ์เหล่านั้นจะสามารถรักษาสมณเพศอย่างไรระหว่างใช้งานเฟซบุ๊ก

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์แบบวัฒนธรรมศึกษา โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ตลอดจนสำรวจเนื้อหาจากเนื้อหาบนสแตตัส และรูปภาพที่โพสต์บนบัญชีเฟซบุ๊กพระสงฆ์ที่ต้องการศึกษาเป็นส่วนประกอบ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน โดยใช้ตัวแปรเรื่อง “กระบวนการกลายเป็นโลกย์ฆราวาส (Secularization) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) ซึ่งมีสถาบันศาสนาจะเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ครอบครัว ศิลปะ ถูกสถาบันทางเศรษฐกิจ ก้าวเข้ามาเป็นแกนกลาง กลายเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) เรียกสังคมนี้ว่า สังคมสมัยใหม่ สังคมทุนนิยม สังคมอุตสาหกรรม ผ่านการศึกษาจากกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ในที่นี้หมายถึง พระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อความบันเทิงส่วนตัวตามที่คนทางโลกย์ทั่วไปใช้กัน แต่ยังมีการสอดแทรกเนื้อหาทางธรรมไว้อยู่ด้วย และ 2. กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา คือ กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระธรรมคำสอนเป็นหลัก

ที่ผ่านมา มีผลการศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัย และการรักษาศิลปะของพระสงฆ์” ของสมศรี จินะวงษ์ (2532) พบว่า พระภิกษุมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากพอสมควร โดยเปิดรับหนังสือพิมพ์มากที่สุด ซึ่งเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อสาธารณะ และทำให้สะดวกใจมากกว่าสำหรับผู้ทรงศีลที่จะเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ ที่มีที่ทว่าเป็นสื่อบันเทิง (มิดเดิลคลาส)

เปิดดู) ขณะที่เฟซบุ๊กถือเป็นสื่อสมัยใหม่และมีความบันเทิงที่หลากหลายมากกว่าสื่อโทรทัศน์ และเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในหมู่พระสงฆ์ปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผลการวิจัย เรื่อง “ความทันสมัย” นั้น ยังพบว่า การเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความทันสมัย กล่าวคือ ยิ่งเปิดรับสื่อมาก ก็ยิ่งมีความคิดอ่านทันสมัย หากทว่าไม่พบความสัมพันธ์กับการรักษาศีล หมายความว่า กรณีภิกษุที่ทันสมัยอาจจะรักษาศีลมากหรือน้อยก็ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ขึ้น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

ในขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม 4 รูป และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา 3 รูป แล้วทำการสัมภาษณ์

โดยกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ประกอบด้วย

1. พระมหาโสภณ สุธีโร
2. พระ Thammastro Nama (พระธนดล)
3. พระมหาพร้อมบุญ คะอินโน
4. พระ Thitipong Chuji (พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี)

สาเหตุที่เลือกกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 4 รูปนั้น เนื่องจากพระสงฆ์แต่ละรูป มียอดกดไลค์ต่อการโพสต์สแตตัสแต่ละครั้งที่ค่อนข้างโดดเด่นจากจำนวนกดไลค์ที่สูง โดยเฉพาะไม่ต่ำกว่า 100 ไลค์ มีความถี่ในการโพสต์บนบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวต่อสัปดาห์ มีระดับการศึกษา โดยตัวแทนพระสงฆ์แต่ละรูปยังมีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไป แบ่งเป็นพระสงฆ์เพื่อความบันเทิงส่วนตน กับพระสงฆ์ที่มีความผสมผสานระหว่างเนื้อหาบันเทิง กับคำสอนทางพระพุทธศาสนา

สำหรับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ประกอบด้วย

1. พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
2. พระไพศาล วิสาโล
3. พระศักดา สุนทรโร

สาเหตุที่เลือกกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป เพราะนอกจากเป็นพระที่มีชื่อเสียง มีการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสารกับพุทธศาสนิกชน ด้วยจำนวนผู้กดติดตามมากกว่า 100,000 ไลค์ ถือว่าเป็นจำนวนที่สร้างการรับรู้ในวงกว้างในช่วงเวลาเดียวกัน ในกรณีที่พระสงฆ์เหล่านี้ได้แสดงข้อความคำ

สอนต่างๆ บนเฟซบุ๊ก และยังสามารถต่อยอดสร้างการรับรู้ในบุคคลอื่น ผ่านการแชร์ข้อความเหล่านี้ จากผู้กดติดตาม ไปยังเพื่อนร่วม เฟซบุ๊กคนอื่นที่ไม่ได้กดติดตาม ตลอดจนคนรู้จักที่ไม่ได้เล่น เฟซบุ๊ก ผ่านการส่งทางอีเมล หรือเล่าบอกต่อแบบปากต่อปาก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้สำรวจเนื้อหาการโพสต์สเตตัสข้อความ และรูปแบบของพระสงฆ์ ทั่วไปที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อศึกษาข้อมูลในเชิงกว้างถึงการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ โดยเน้นเลือกพระสงฆ์ที่มี ยอดกดไลค์เป็นจำนวนมาก เพราะถือว่าพระสงฆ์เหล่านี้เป็นที่ยอมรับ เป็นที่สนใจของเพื่อนร่วมบัญชี เฟซบุ๊ก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือ ได้แก่ 1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ 2. การสำรวจเนื้อหา (Survey Research) เป็นส่วนประกอบ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จะเป็นการสนทนาแบบมีจุดมุ่งหมาย ผ่าน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 1. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ทั้ง 2 กลุ่ม 2. เครื่องบันทึกเสียงสำหรับบันทึกการสัมภาษณ์ 3. กระดาษสำหรับจดบันทึก ขณะทำการสัมภาษณ์

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ (interview) และเป็นรูปแบบการสัมภาษณ์ แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะถูกนำมาศึกษา วิเคราะห์ เพื่อให้เข้าใจการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองด้วยตนเอง โดยจัดเตรียมแนวคำถาม กว้างๆ ไว้ล่วงหน้า ซึ่งคำถามที่ใช้จะมี 2 ลักษณะด้วยกันคือ 1. คำถามที่เปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และ 2. คำถามที่เจาะลึก ซึ่งการสัมภาษณ์ ดังกล่าว จะทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลในประเด็นที่ต้องการได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุม

สำหรับกระบวนการก่อนสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายาม ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผ่านบทสนทนาทางข้อความในเฟซบุ๊ก ซึ่งผู้วิจัยได้ขอเป็น เพื่อนมาตั้งแต่เริ่มทำวิจัยหัวข้อนี้ โดยผู้วิจัยจะแนะนำตัวพร้อมกับชี้แจงวัตถุประสงค์ และขออนุญาต นัดเวลาสัมภาษณ์ก่อนล่วงหน้า โดยระยะเวลาขึ้นอยู่กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยจะติดต่อพระสงฆ์ทุกรูป ที่เป็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก หากกลุ่มตัวอย่างรูปใดยินดีให้สัมภาษณ์ก่อนก็จะดำเนินการนัดหมาย เพื่อขอ

สัมภาษณ์ในลำดับต่อไป สำหรับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ขอความช่วยเหลือจากบุคคลรู้จัก เพื่อติดต่อขอสัมภาษณ์ผ่านเลขา หรือเจ้าหน้าที่วัดของ พระสงฆ์แต่ละรูปผ่านทางโทรศัพท์ พร้อมกับชี้แจงวัตถุประสงค์การขอสัมภาษณ์เช่นกัน หากพระสงฆ์ รูปใดอนุญาต ก็จะขออนัดสัมภาษณ์ทันที

3.4 การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำรายงานบันทึกข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้ถ่ายทอดออกมาเป็นบันทึกข้อความ ตรวจสอบบันทึกข้อความกับเครื่องบันทึกเสียง ตลอดจนข้อบันทึกจากการเก็บข้อมูลตาม บนเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างตามวันที่ที่ผู้วิจัยได้กำหนด และทำการตรวจสอบความถูกต้องความ น่าเชื่อถือก่อนการสรุปผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำคำตอบทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างให้มาประมวลคำตอบ แล้วทำการสรุป ผลการวิจัย อภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย พร้อมกับข้อเสนอแนะและข้อจำกัดทางการวิจัย เพื่อให้ผู้ที่ สนใจศึกษานำไปปรับปรุงต่อไปในอนาคต

3.5 เกณฑ์ในการวิเคราะห์

เกณฑ์การวิเคราะห์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ของ David Morley ซึ่งเดิมเป็นการวิเคราะห์ผู้ชมโทรทัศน์ มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์กลุ่ม พระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก พร้อมกับนำแนวทางการศึกษาจากงานวิจัยเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ของแม่บ้าน : ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์” ของ ระพีพร ทศรฐ (2552) มาปรับให้เป็น แนวทางการศึกษาและเก็บข้อมูลในหัวข้องานวิจัย “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของ พระสงฆ์” ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ภูมิหลังของพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก

1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาตั้งแต่บวชจนถึงวันที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ ระดับสมณศักดิ์ งานที่ รับผิดชอบ การใช้เวลารว่าง ความพร้อมด้านอุปกรณ์เทคโนโลยี จุดเริ่มต้นในการใช้คอมพิวเตอร์และ อินเทอร์เน็ต การใช้งานอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาที่รู้จักและใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก

1.2 จุดยืนของพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยการสอบถามนั้น เพื่อให้ทราบ คุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจงของพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กมากขึ้น ตัวอย่างคำถาม เช่น ทักษะคติที่

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์มีต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ แนวคิดเรื่องศีลธรรม ข้อปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอน เป็นต้น

1.3 การเข้าถึงตัวบท ซึ่งแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เนื่องจากความสามารถในการเข้าถึงตัวบทเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของผู้ใช้ ตัวอย่างคำถามปัจจัยภายใน เช่น รู้จักเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้อย่างไร เพราะเหตุใดจึงใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ท่านใช้เฟซบุ๊ก เพื่อวัตถุประสงค์ใด ส่วนตัวอย่างคำถามปัจจัยภายนอก เช่น ใครเป็นผู้ชักชวนให้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อนหรือคนรู้จักข้างเคียงที่เล่นเฟซบุ๊ก มีผลต่อการตัดสินใจต่อการเล่นเฟซบุ๊กของท่านมากน้อยแค่ไหน

2. การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ (Perception of audience)

การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ ผู้วิจัยจะทำการวัดและวิเคราะห์การรับรู้เรื่องราวจากการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)
- 2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)
- 2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)
- 2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response)

3. การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

เนื่องจากวิธีการศึกษาผู้รับสารของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา ได้ขยายแนวความคิดในเรื่องการเปิดรับออกไปถึงพฤติกรรมการเปิดรับ เพราะเชื่อว่าการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมด้วยมิติเชิงคุณภาพนี้ จะสามารถอธิบายผลการรับสารได้ดียิ่งขึ้น โดยพิจารณาจาก

- 3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention)
- 3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค (Reflexive)
- 3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค (Temporal Organization)
- 3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ

4. การศึกษาผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

เนื่องจากวิธีการศึกษาผู้รับสารของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา ได้ขยายแนวความคิดถึงเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาของสารจากผู้มีอำนาจในการกำหนดสารนั้น เชื่อว่า การศึกษาสารของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งออกไปในพื้นที่ส่วนตัว ระหว่างบริโภคสื่ออยู่นั้น น่าจะสามารถอธิบายงานวิจัยได้ดี โดยพิจารณาจาก นัยยะของสารที่ได้แสดงบนพื้นที่ส่วนตัว ประกอบด้วย

- 4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ
- 4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

5. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจสำหรับในส่วนนี้ คือ บทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์ เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้ คือ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมและกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ว่ามีการบริโภคอย่างไร และเกิดผลกระทบอย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยได้เพิ่มหัวข้อศึกษานี้ขึ้นมา เพื่อให้เข้ากับเป้าหมายการศึกษาวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้มากขึ้น โดยแบ่งหัวข้อการศึกษาใน 3 หัวข้อย่อย ประกอบด้วย

- 5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์
- 5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก
- 5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

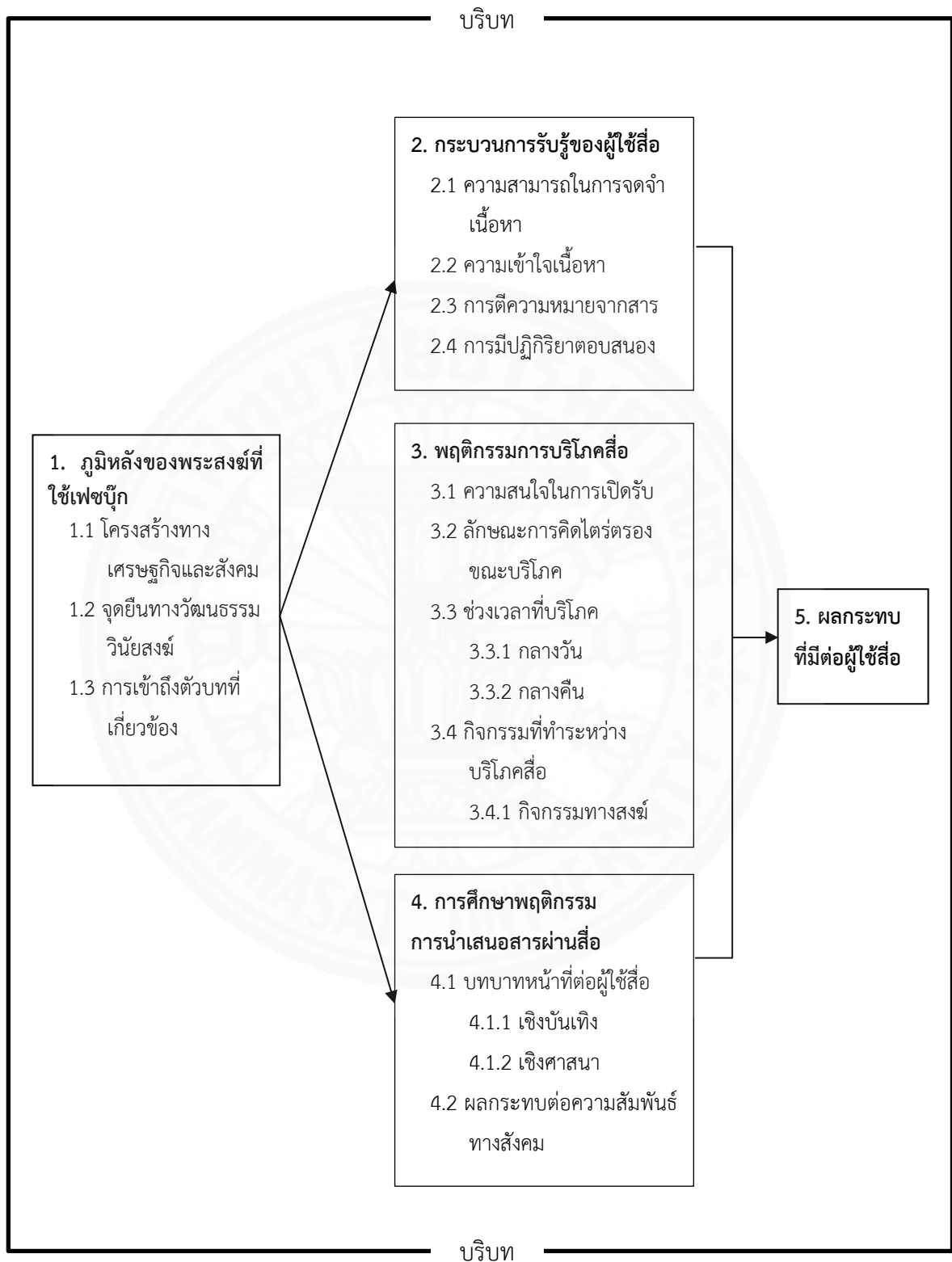
การวิเคราะห์ตัวบทและเนื้อหา (textual analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์ผ่านการสำรวจเนื้อหา (Survey Research) เป็นส่วนประกอบ โดยอาศัยการสังเกตข้อมูลภายนอกผ่านบัญชีเฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเปรียบเทียบกับคำให้สัมภาษณ์ว่ามีลักษณะสอดคล้องกันเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ นอกจากนี้ ยังสำรวจเนื้อหาพระสงฆ์ที่มีแนวโน้มใช้สื่อเฟซบุ๊กในทางโลกย์ค่อนข้างชัดเจน และไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่สัมภาษณ์ เพื่อเก็บเป็นข้อมูลสังเกตการณ์ ไว้ประกอบการอภิปรายผล

การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 จัดทำรายงานบันทึกข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างได้ถ่ายทอดออกมาเป็นบันทึก และทำการตรวจสอบความถูกต้องความน่าเชื่อถือก่อนการสรุปผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำคำตอบทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างให้มา มาประมวลคำตอบ แล้วทำการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย พร้อมกับข้อเสนอแนะและข้อจำกัดทางการวิจัย เพื่อให้ผู้ที่สนใจศึกษานำไปปรับปรุงต่อไปในอนาคต



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์”

บทที่ 4

การวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

การวิจัย เรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้ตัวแปร เรื่อง ทางโลกย์และทางธรรม เป็นเกณฑ์ คือกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา โดยใช้แนวคิดเรื่อง “กระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาส (Secularization) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred World) ซึ่งมีสถาบันศาสนาจะเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ครอบครัว ศิลปะ ถูกสถาบันทางเศรษฐกิจ ก้าวเข้ามาเป็นแกนกลาง กลายเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) เรียกสังคมนี้ว่า สังคมสมัยใหม่ ดังนั้น ในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยจึงได้เริ่มต้นจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในลำดับต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาการใช้งานของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ว่ามีลักษณะของการใช้งานไปในลักษณะทิศทางใด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์แต่ละรูปต่างมีความสนใจและนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กแตกต่างกันออกไป ลักษณะการใช้งานนี้จะมีความแตกต่างไปจากประชาชนคนทั่วไปหรือไม่อย่างไร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างพระภิกษุสงฆ์ต่างครองตนเป็นบรรพชิตในพระพุทธศาสนาทั้งสิ้น แต่การเข้าไปใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อทางโลกย์ พระสงฆ์จะมีความโน้มเอียงเป็นทางโลกย์ หรือยังสามารถครองตนในทางธรรม หรือเป็นทั้งทางโลกย์ และทางธรรม เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในครั้งนี้

ในการวิเคราะห์งานวิจัยการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์พร้อมกับบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ด้วยโทรศัพท์มือถือ และแกะเสียงบันทึก รวบรวมเป็นข้อมูล จากนั้นสรุปเป็นตารางเปรียบเทียบ โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ของ David Morley ซึ่งเดิมเป็นการวิเคราะห์ผู้ชมโทรทัศน์ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยแบ่งหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

ในการวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยได้หยิบแนวคิดของ David Morley มาปรับประยุกต์ใช้ โดยการหยิบยกทัศนะของ David Morley เพื่อพิจารณานั้น ประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรก พิจารณาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม เป็นต้น ประเด็นถัดมา พิจารณาจุดยืนทางแนวคิดและวัฒนธรรม อาทิ ทัศนคติของพระสงฆ์ที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และประเด็นสุดท้าย พิจารณาจากการเข้าถึงตัวบท ประกอบด้วยปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ในการเข้าถึงตัวบท

4.1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งได้แบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประวัติส่วนตัว สถานะปัจจุบัน ระยะเวลาในการบวช (จำนวนพรรษา) ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบภายในวัด การใช้เวลาว่าง ความสามารถในการใช้สื่อโซเชียล (เฟซบุ๊ก) จุดเริ่มต้นการเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต การใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อโซเชียล ระยะเวลาที่รู้จักและใช้งานเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1

แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
อายุ	33 ปี	30 ปี	34 ปี	28 ปี
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	กำลังศึกษาปริญญาโท
วัดจำพรรษา	วัดบางรักใหญ่ จ.นนทบุรี	วัดราชนันทดา กทม.	หลวงพืชน์พล กทม.	วัดสุทธิวาราม กทม.
ประวัติส่วนตัว	- บวชเป็นสามเณรตั้งแต่อายุ 12 ปี - พี่นเพเป็นคนกรุงเทพฯ	- อายุครบอุปสมบท - พี่นเพเป็นคนสุราษฎร์ธานี	- ที่บ้านแนะนำให้บวช ด้วยเหตุผลทางหน้าที่การงาน - พี่นเพเป็นคนกรุงเทพฯ	- บวชด้วยความศรัทธา - พี่นเพเป็นคนเชียงราย
ระยะเวลาในการบวช (จำนวนพรรษา)	- บวชเป็นสามเณร 8 พรรษา และอุปสมบทเป็นพระสงฆ์ 13 พรรษา รวม 21 พรรษา	- อุปสมบทเป็นพระมาแล้วกว่า 10 พรรษา	- อุปสมบทเป็นพระมาแล้วกว่า 7 พรรษา	- รวมพรรษาดั้งแต่สามเณรจนถึงอุปสมบทเป็นพระรวม 16 พรรษา
ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบภายในวัด	- ดูแลเว็บไซต์เพจเฟซบุ๊กข้อมูลของวัด - อยู่ฝ่ายเผยแผ่ของวัด	- ดูแลเว็บไซต์เพจเฟซบุ๊กข้อมูลของวัด	- ดูแลเว็บไซต์เพจเฟซบุ๊กข้อมูลของวัด	- ดูแลเว็บไซต์เพจเฟซบุ๊กข้อมูลของวัด
การใช้เวลาว่าง	- เล่นมือถือ (เฟซบุ๊ก) - ดูการ์ตูน - ท่องเว็บขายพระพุทธรูปสวยงาม	- เล่นมือถือ (เฟซบุ๊ก) - แต่งคำประพันธ์	- เล่นมือถือ (เฟซบุ๊ก)	- เล่นมือถือ (เฟซบุ๊ก)

ตารางที่ 4.1

แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม (ต่อ)

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ความสามารถในการใช้ สื่อโซเชียล (เฟซบุ๊ก)	- โทรศัพท์มือถือแบบ รายเดือน - คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	- โทรศัพท์มือถือแบบ รายเดือน - คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	- โทรศัพท์มือถือแบบ รายเดือน	- โทรศัพท์มือถือแบบ รายเดือน - คอมพิวเตอร์ของวัด
จุดเริ่มต้นการเข้าถึง อินเทอร์เน็ต	- ใช้ค้นคว้าหาข้อมูลทั่วไป	- เป็นอาจารย์สอนหนังสือ ใช้ อินเทอร์เน็ตค้นคว้าหาข้อมูลทำ การเรียนการสอน	- เริ่มเล่นตอนบวชเป็นพระ ที่ บ้านเอาโทรศัพท์มาให้ เพราะ อยากให้ติดต่อกับที่บ้าน และ เห็นเพื่อนที่เป็นพระด้วยกันเล่น เลยเล่น	- เรียนตามหลักสูตรของโรงเรียน และได้ใช้อินเทอร์เน็ตตั้งแต่สมัย เรียน ผ่านโซเชียลแทบทุก ประเภทที่เข้ามาเมืองไทย
แรงจูงใจการใช้งาน เฟซบุ๊ก	- กระแสการเล่นไฮไฟว์ ช่วยเผยแพร่พระพุทธศาสนา	- อินเทอร์เน็ตและเฟซบุ๊กมีทั้ง ข้อมูลดีและไม่ดี อุดมด้วย วิชาการ ประวัติศาสตร์	- ช่วยดูแลเว็บฯ เฟซบุ๊กของวัด ประสานงานกับญาติโยมที่ ติดต่อกับเจ้าอาวาส - เห็นเขาเล่น เลยเล่นตาม	- เพื่อนสมัยเรียนประถมศึกษา ตั้งแต่ จ.เชียงใหม่แนะนำ เพื่อใช้ติดต่อกันง่ายขึ้น
ระยะเวลาที่รู้จักและใช้ งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	- ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้าเมืองไทย	- ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้าเมืองไทย	ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้าเมืองไทย	ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้าเมืองไทย

จากการเก็บข้อมูลด้านโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมทั้ง 4 รูป คือ พระมหาโสภณ พระมหาฐิติพงษ์ พระชนพล พระมหาพร้อมบุญ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 33 ปี, 30 ปี, 34 ปี และ 28 ปีตามลำดับ ถือเป็นวัยที่สามารถเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ไม่ยาก นอกจากนี้ พระแต่ละรูปล้วนแต่มีการศึกษาจึงมีความรู้ความสามารถในการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประกอบกับวัดที่จำพรรษาต่างอยู่ในพื้นที่เขตเมืองหลวงของประเทศ ซึ่งมีความเจริญและเต็มไปด้วยสังคมเทคโนโลยีที่ทันสมัย ถือเป็นปัจจัยทำให้คนในสังคมมีโอกาสเปิดรับสื่อใหม่เป็นกลุ่มแรกๆ ได้ตลอดเวลา จึงไม่แปลกที่พระกลุ่มนี้จะตามเทคโนโลยีสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กไม่ทัน ถือเป็นกลุ่มที่รับเทคโนโลยีได้เร็ว เพียงแต่พระสงฆ์แต่ละรูปอยู่ใน สถานะ และความสามารถในการวางตัวทางสังคมแตกต่างจากฆราวาสทั่วไป เพียงเพราะมีความต้องการครองตนในสมณผู้ถือศีล 227 ข้อ หลีกหนีความวุ่นวายทางสังคมทางโลกย์ และมีความเลื่อมใสศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา จึงบวชเป็นพระ แม้บางรูปจะเคยจำวัดอยู่ต่างจังหวัด แต่พระสงฆ์ทุกรูปต่างเติบโตและจำวัดในวัยที่บรรลุนิติภาวะอยู่ในเขตเมืองทั้งสิ้น

นอกจากนี้ พระสงฆ์แต่ละรูปยังมีหน้าที่หลักเกี่ยวกับการดูแลเว็บไซต์ หรือการเผยแพร่ข้อมูลของวัด ตลอดจนข้อมูลศีลธรรมดีงามของพระพุทธศาสนา โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ต เท่ากับว่า การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นโดยหน้าที่ การที่พระสงฆ์จะมีโอกาสรู้จักเข้าถึงเฟซบุ๊ก จึงไม่เป็นเรื่องที่ยากเลย ประกอบกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังมีโทรศัพท์สมาร์ตโฟน เปิดบริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต โดยชำระเงินเป็นรายเดือน ซึ่งแน่นอนว่า ย่อมสามารถพร้อมเข้าสู่โซเชียลบนโลกอินเทอร์เน็ตได้อยู่แล้ว ยิ่งเป็นเสมือนช่องทางที่พระสงฆ์จะเข้าไปใกล้เฟซบุ๊กได้ง่ายขึ้น ทำให้เวลาว่างของพระสงฆ์ส่วนใหญ่ นอกจากการทำกิจกรรมที่ชอบส่วนตัวอย่างการประพันธ์ การท่องเว็บไซต์เกี่ยวกับพระพุทธรูปสวยงามแล้ว กิจกรรมที่ทุกพระทุกรูปต่างทำเหมือนกันคือ การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตาม แม้จุดเริ่มต้นของการใช้งานจะมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ หรือหน้าที่ของพระสงฆ์แต่ละรูป แต่ท้ายที่สุดแล้วพระสงฆ์ทุกรูปต่างรู้จักเฟซบุ๊กตั้งแต่ยุคแรกๆ ที่สื่อประเภทนี้เข้ามาในเมืองไทย

จากข้อมูลที่ได้กล่าวข้างต้น จะสังเกตเห็นได้ว่าพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จะจำวัดอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่สำคัญไ้มากกว่านั้น แต่ละรูปยังมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลเว็บไซต์ของวัด สะท้อนถึงมีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ตในระดับดี จึงมีโอกาสรู้จักและเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยช่วงแรกๆ ประกอบกับพระสงฆ์กลุ่มนี้ จำวัดในวัดขนาดใหญ่ แทบเป็นวัดพระอารามหลวงเกือบทั้งหมด โอกาสที่จะมีกิจกรรมตัวย่อมมีสูง ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้พระเหล่านี้ เข้าถึงเทคโนโลยีอย่างโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ง่ายมากขึ้น ตลอดจนมีศักยภาพในการจ่ายค่าบริการเป็นรายเดือน ยิ่งทำให้การเข้าถึงเฟซบุ๊ก หนึ่งในสื่อใหม่บนโลกอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อใดที่มีเวลาว่าง ย่อมเป็นเวลาที่เข้าใช้เฟซบุ๊กได้เสมอ จึงพอสรุปได้ว่า ลักษณะต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ถือเป็นจุดเด่นสำคัญของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

4.1.2 จุดยืนของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

ตารางที่ 4.2

แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสื่อเล่นกันทั่วโลก - เป็นสื่อที่คนเข้าถึงได้มากกว่าเว็บไซต์ไฮไฟว์ - ต้องใช้สติระหว่างใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> - รู้เท่าทันโลกได้จากเฟซบุ๊ก - มีข้อมูลครอบคลุมทุกหมวด - เล่นเฟซบุ๊กเป็นเรื่องธรรมดา - มีทั้งข้อมูลดีและข้อเสีย - เป็นเครื่องมือทางโลกย์ แต่สามารถใช้ในแบบทางธรรมได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - พระเป็นมนุษย์ที่มีสิทธิเสรีภาพ - พระสงฆ์มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับคนใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นยุค 4 จี การสื่อสารไร้พรมแดน - มีทั้งเรื่องดี ไม่ดี
กรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์	<ul style="list-style-type: none"> - ปลอดภัยตัวเดียว همینไปหมด - สังคมไทยมีโลกทัศน์แคบชอบคิดอคติก่อน 	<ul style="list-style-type: none"> - ปลอดภัยตัวเดียว همینไปหมด - พระวินัยเกิดก่อนเฟซบุ๊ก - สังคมไทยมีโลกทัศน์แคบ - มองพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊ก ต้องแยกแยะเป็นรายบุคคล - เกณฑ์ บรรทัดฐานการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ เหมาะสมหรือไม่ วัดจากเรื่องใด 	<ul style="list-style-type: none"> - สังคมไทยมีโลกทัศน์แคบชอบคิดอคติก่อน - มีเฟซบุ๊กหรือไม่ ศาสนาพุทธก็มีทั้งพระดีและไม่ดี - มีบทลงโทษน่าจะเหมาะสมกว่าห้ามเล่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องเล่นเฟซบุ๊กอย่างมีสติ - ใช้งานเฟซบุ๊กตลอดเวลา ถือว่าไม่เหมาะสม

จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า พระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีจุดยืนในทางทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กในบางประการคล้ายคลึงกัน และบางประการแตกต่างกันออกไป โดยผู้วิจัยจะขออธิบายถึงจุดยืนในทางทัศนคติของพระสงฆ์ส่วนที่คล้ายคลึงกันก่อน ดังนี้

ทัศนคติประการแรกที่คล้ายคลึงกันของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมทั้ง 4 รูป ต่างมีทัศนคติที่ว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เป็นสื่อโซเชียลที่คนทั่วโลกเล่นกัน ในยุค 4 จี การสื่อสารไร้พรมแดน และเฟซบุ๊กยังสื่อสารเนื้อหาครอบคลุมในแทบทุกหมวดที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งพระสงฆ์เองก็เป็นมนุษย์ในอีกสถานะหนึ่งของสังคม ย่อมมีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กไม่ต่างไปจากฆราวาส การที่พระสงฆ์จะเล่นเฟซบุ๊กจึงเป็นเรื่องธรรมดา ทั้งนี้พระสงฆ์ก็มีลักษณะการใช้งาน วัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างกันออกไป จึงมีทั้งพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กในทางดี และพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กในทางที่นำไปเกิดการตั้งคำถาม สุดท้ายแล้วขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานว่าจะนำไปใช้ในทางใด แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 4 รูป ต่างใช้เฟซบุ๊กในลักษณะที่ไม่ปรากฏว่าจะก่อให้เกิดความเสียหาย หรือกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อพระสงฆ์ผู้ใช้งาน ตลอดจนพระพุทธศาสนาอย่างชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

พระมหาโสภณ พันเพเป็นคนย่านเจริญกรุง กรุงเทพมหานคร มีความตั้งใจใฝ่หาทางธรรมตั้งแต่สมัยยังเด็ก โดยเริ่มต้นจากการบวชเป็นสามเณรตั้งแต่อายุ 12 ปี ที่วัดราชสิงขร แดงเอเชียติกในปัจจุบัน เมื่อครบอายุ 20 ปีบริบูรณ์ ก็บวชเป็นพระสงฆ์ที่วัดยานเจริญสนิทวงศ์ จนปัจจุบันจำวัดอยู่ที่วัดบางรักใหญ่ จ.นนทบุรี โดยทำหน้าที่ประจำฝ่ายเผยแผ่พระพุทธศาสนาของวัดฯ

จากการสัมภาษณ์พระมหาโสภณ ผู้วิจัยจะสังเกตเห็นได้ว่า พระมหาโสภณมีบุคลิกภาพสุขุม พุดจาด้วยน้ำเสียงนุ่มนวล จากการที่พระมหาโสภณจำวัดในเขตปริมณฑล ใช้คอมพิวเตอร์เน็ตบุ๊ก และมีศักยภาพในการเข้าถึงโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ใช้แพ็คเกจแบบจ่ายค่าบริการเป็นรายเดือน โอกาสการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์เฟซบุ๊กจึงไม่ใช่เรื่องยาก ทำให้พระมหาโสภณเข้าเริ่มใช้งานเฟซบุ๊กมาตั้งแต่ยุคแรกๆ ที่เฟซบุ๊กเข้ามาในเมืองไทย โดยเวลาว่างนอกจากการดูการ์ตูนที่ชอบเป็นส่วนตัวแล้ว ยังเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทุกครั้งที่มีโอกาส และแทบทุกคืนก่อนจำวัด ทั้งนี้ เพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับชายพระพุทธรูปสวยงาม พระมหาโสภณจะชื่นชอบมากเป็นพิเศษ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่ได้ทันยุคเว็บไซต์ไฮไฟว์บ้างหรือเปล่าครับ ตอนนั้นเราเริ่มรู้จักอย่างไร ถ้าทันมันต่อยอดการใช้เฟซบุ๊กของหลวงพี่หรือเปล่า
- พระมหาโสภณ : ประมาณนั้นๆ แต่ผมว่าเฟซบุ๊กปวดหัวมากกว่าไฮไฟว์นะ คือผมว่ามันไม่ยากหรอก แต่รุ่นนั้นมันยังใหม่ๆ เรายังไม่ค่อยรู้

- แล้วพอตอนนั้น เรายังไม่เล็งเห็นประโยชน์ว่าไฮไฟว์จะเป็นตัว
ช่วยเผยแผ่ เพราะว่าเข้าไปก็เจอแต่อะไรก็ไม่รู้ ไม่รู้ใครเป็นใคร
บางทีก็เอารูปมาหลอกจับเราบ้างก็มี
- ผู้วิจัย : ซึ่งหลวงพี่ก็มองว่าเป็นข้อแตกต่างจากเฟซบุ๊ก
- พระมหาโสภณ : อ่า ใช่
- ผู้วิจัย : แล้วเฟซบุ๊กในมุมมองของหลวงพี่ คือ อย่างไร
- พระมหาโสภณ : มองว่า คนเข้าถึงได้มากกว่า รู้ถึงตัวตนของเจ้าของเฟซบุ๊กนั้นได้
ง่ายกว่า คนส่วนใหญ่มักเปิดเผยตัวเองด้วยเฟซบุ๊ก
- ผู้วิจัย : แสดงว่า หลวงพี่มองเห็นว่า เฟซบุ๊กได้เข้ามาเมืองไทย และคน
ส่วนใหญ่นิยมใช้
- พระมหาโสภณ : เรามองเห็นว่า สื่อนี้คนเล่นกันทั่วโลก มันเป็น World wide
เพราะ มันทั้งโลกไง ดังนั้น การนำเสนอพระพุทธศาสนา มันจะ
ไปได้ไกลกว่า ถ้าเทียบสื่ออื่น อย่างทวิตเตอร์ มันลงรายละเอียด
ได้มากกว่านั้น
- ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยคิดจะพัฒนาเป็นเพจเฟซบุ๊กของตัวเองบ้างมั๊ยครับ
- พระมหาโสภณ : มีนะ แต่ผมแทบไม่ค่อยได้ใช้ เพราะคิดว่าอันนี้ (เฟซบุ๊กส่วนตัว)
น่าจะง่ายกว่า
- ผู้วิจัย : เราเห็นความแตกต่างระหว่างเฟซบุ๊กส่วนตัว กับเพจ ซึ่งเพจใคร
เข้ามากดไลค์ติดตามก็ได้ยังไง เพราะถ้าเป็นเพจจะช่วยให้
การเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้ง่ายขึ้น
- พระมหาโสภณ : อ้อ คิดว่าคัดกรองเป็นรายชื่อ ไปดีกว่า เพราะว่า อย่างว่าแหละ
หลาย คนอะนะ แต่ละคนที่เข้ามาหาเราไม่รู้ว่าเป็นใครบ้าง เพราะ
อย่างนั้นก็ต้องคัดกรองนิดนึง

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

เช่นเดียวกับพระมหาฐิติพงษ์ตั้งใจจะบวชมาตั้งแต่ก่อนอายุจะครบบวชเป็นพระ
ได้ แต่ก็ติดเรื่องการเรียนภารกิจต่างๆ จึงทำให้การบวชต้องเลื่อนระยะเวลาการบวชออกมาเรื่อยๆ
จากอายุครบบวชจริงหลายปีเหมือนกัน แต่เมื่อตอนบวชเป็นพระ ได้จำวัดอยู่ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
บ้านเกิดเป็นระยะเวลาประมาณ 6 ปี ก่อนจะย้ายมาจำวัดที่วัดราชนันทดา กรุงเทพฯ จนถึงปัจจุบันนี้
ด้านการประพฤติปฏิบัติตามวิถีพระสงฆ์ ทำหน้าที่เป็นพระเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ออกกิจ
นิมนต์เหมือนสงฆ์ทั่วไปแล้ว ยังเป็นอาจารย์พิเศษสอนภาษาวรรณคดี ตามสถาบันการศึกษาต่างๆ
เป็นประจำ ส่วนงานภายในวัด ยังมีหน้าที่ดูแลเพจเฟซบุ๊กข้อมูลต่างๆ ของวัด

จากการสัมภาษณ์พระมหาฐิติพงษ์ ผู้วิจัยจะสังเกตเห็นได้ว่า พระอาจารย์เป็นคน
 คุยเก่ง สมกับที่ขึ้นชมการสอนนักเรียน นักศึกษา พูดจาด้วยน้ำเสียงชัดถ้อยชัดคำ ฉะฉาน จากภา
 หน้าที่จากการทำหน้าที่สงฆ์โดยทั่วไปแล้ว ยังมีเรื่องการสอนหนังสือเข้ามา ดังนั้น จำเป็นต้องเรียนรู้
 ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อโซเชียล เพื่อให้ทันกับสังคมที่ข่าวสารข้อมูลมีการไหลตลอดเวลา สามารถ
 นำเกร็ดความรู้ไปประยุกต์ต่อการสอนได้ พระมหาฐิติพงษ์จึงรู้จักเฟซบุ๊กมานานมาก ต่อเนื่องตั้งแต่มี
 ไฮไฟร์ในเมืองไทย และเฟซบุ๊กกลายเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ประกอบกับพระอาจารย์ยังมีหน้าที่ดูแล
 เฟซบุ๊กข้อมูลต่างๆ ของวัด จึงไม่ใช่เรื่องแปลก หากมีเวลารว่างนอกจากการแต่งคำประพันธ์ แล้ว
 จะเข้าใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งมองว่าเป็นแหล่งรวมทั้งข้อมูลดีและไม่ดี อุดมด้วยวิชาการ ประวัติศาสตร์ ดังบท
 สัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เล่นเฟซบุ๊กมาตั้งแต่แรกเลยป่าวครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ๊ย! นานมากเลย ตั้งแต่มีไฮไฟร์แล้วก็มีเฟซบุ๊ก คือ นานมาก
 แล้ว เราก็มีหลักเกณฑ์ว่าจะโพสต์อะไร
- ผู้วิจัย : ก็คือ เรียนรู้ด้วยตัวเอง.....
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ๊ยเก่ง (ตอบทันที) เราเป็นอาจารย์อะ
- ผู้วิจัย : ก็เล่นเหมือนคนปกติทั่วไป อย่างนั้นรีป่าวครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : คือ การเล่นเฟซบุ๊ก มันดีอยู่อย่าง ตรงที่เพจที่เราถูกตลกใจนี้ะ
 จะอุดมไปด้วยวิชาการ ประวัติศาสตร์ แง่ดีต่างๆ เช่น เพจ
 เกี่ยวกับหลวงพ่อบุญทาส เกี่ยวกับธรรมะ เพราะฉะนั้นเวลามัน
 ขึ้นมา เราก็จะเห็นเป็นคนแรก (See Frist) อะไรอย่างนี้ การที่
 เราเล่นปุ๊บ ไม่ได้หมายความว่า เราไปรู้ทุกเรื่อง แต่เราเลือกเรื่อง
 ที่จะรู้ นั่นหมายความว่า เป็นเรื่องที่เราชอบ เป็นความรู้
 วิชาการ ธรรมะ ศิลปวัฒนธรรม อะไรอย่างนี้ ซึ่งมันก็จะขึ้นๆ
 มาก่อน แล้วหลวงพี่ก็เป็นคนไม่ชอบดูทีวี ตั้งแต่สมัยเรียนแล้วก็
 ตาม ไม่มีทีวี แล้วเราจะเสพข่าวได้อย่างไร ก็โทรศัพท์นี่ไง หลวง
 พี่สามารถรู้เท่าทันโลกได้จากการเล่นเฟซบุ๊ก เพราะเราเลือก
 ช่องทางนี้ การรับสื่อ เราเลือกที่จะรับ แล้วเราก็จะเลือกไว้ให้
 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 มันดังขึ้นมา แล้วมันก็ดังขึ้นมาให้เราเห็น
 ตลอดทั้งวัน เราก็จะอ่านข่าว อ่านอะไรจากตรงนี้ ได้จากตรงนี้
 อาจจะเป็นเพราะว่า เราถูกปลูกฝังในเรื่องของการอ่านมาตั้งแต่
 เด็กๆ หลวงพี่ก็เลยชอบหนังสือ แล้วก็ชอบมากอะไรอย่างนี้ เรา
 ก็อ่าน แต่ไม่ดูทีวี เพราะว่าสมัยก่อนเราเคยดูทีวี ก็ปรากฏว่า ติด

มากเลย แล้วก็ทำอะไรไม่มีความสุข เช่น หนึ่งมันจะมาแล้ว เรา มีงานอะไรก็ได้ๆ ต้องรีบกลับห้อง เลยตัดปัญหา ไม่ต้องดูแล อะไรอย่างนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่รู้สึกอย่างไรกับสังคมเฟซบุ๊ก อย่างความจริงจัง....
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ๊ย! เราจะเอาชีวิตไปฝากไว้กับเฟซบุ๊กไม่ได้หรอกนะ คือ เรา ฝากได้ในเรื่องการนำเสนอของเรา แต่เราจะฝากเรื่องการ ปฏิสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นนี้น้อย เฟซบุ๊กเป็นการคบอย่างฉาบฉวย แต่อาจจะมีจริงจังสักๆ บ้าง แต่เราเชื่อว่าจะน้อย อย่างเคยมี การ์ตูนล้อเลียนว่า เพื่อนในเฟซบุ๊กมีอยู่หลายพันคน แต่เวลามี คนมางานศพมากันแค่ 3 คน แต่ถ้ามีคนตายเนี่ย คนไปไว้อาลัย ในเฟซบุ๊กจะเยอะเลย แต่ถามว่ามีคนไปร่วมงานศพจริงๆ ที่งาน จะกี่คน ถ้าไปต้องรู้จักจริงๆ ไม่มีใครหรอกที่รู้จักทางเฟซบุ๊ก แล้วรู้จักว่าเป็นคนอย่างนี้ แล้วไปแบบจริงจัง แต่อาจจะมีบ้าง แต่น้อย แล้วแต่ก่อน ถึงขั้นสามารถบอกได้เลยว่า วันนี้มี รายการนี้ เวลาสองทุ่มจะมีรายการนี้ เราดูแล้วมันติด พอตอน หลัง เราก็คิดว่า มันเป็นสิ่งเสพติดทำให้เวลาเราเสียไป พอมา ตอนหลังเราก็ตัดไปเลย แล้วก็ถามว่ามีมาดูย้อนหลังบ้างไหม ตรงนี้ก็น้อยมาก เพราะความต้องการของเรา ที่วิไม่ได้ตอบโจทย์ เฟซบุ๊กในปัจจุบันด้วยความที่มันเป็นการสื่อสารในยุคปัจจุบัน มันแทบจะครอบคลุมในทุกหมวด แม้กระทั่งขายของก็ทำใน เฟซบุ๊ก หรือการทำโปรโมชั่นต่างๆ ก็ทำในเฟซบุ๊ก ของทุกอย่าง อยู่ในเฟซบุ๊ก เราก็ดูเพจจากตรงนั้น เราก็เพียงพอ แล้วเราก็ สามารถพูดทันโลก ทันคนได้เหมือนคนอื่น ไม่ใช่เราไม่มีทีวี แล้ว เราตามไม่ทัน แต่ทีวี ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ถ้าไปถามพระรูป อื่น ท่านอาจจะไม่ได้ชอบแบบนี้ ท่านอาจจะบ๊อบบอ หรือท่าน อาจจะมิมุมมอง แนวคิด อุดมคติรับจากเฟซบุ๊ก ไปในทิศทางอื่น
- ผู้วิจัย : แสดงหลวงพี่มองว่า เฟซบุ๊กเป็นเรื่องธรรมดา ที่สถาบันใดๆ ก็ เข้า มาใช้ได้ มันอยู่ที่การใช้งาน
- พระมหาฐิติพงษ์ : ใช่ มันต้องแยกแยะสิ ถ้าไม่แยกแยะจะมีสมองไว้กันหว่าน

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตัญญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ขณะเดียวกัน พระชนพลอายุ 34 ปี ซึ่งพื้นเพเป็นคนกรุงเทพมหานคร ด้วยสาเหตุที่ทำงานบริษัทเอกชน ไม่ค่อยเป็นเวลา งานไม่ค่อยรุ่ง และเบื่อสังคมกรุงเทพ จึงเดินทางไปวัดเขาวงศ์ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอเจ้าอาวาสวัดบวรพราหมณ์ 15 วัน แต่เมื่อได้สัมผัสบรรยากาศและความสงบ จึงขอบวชเป็นพระที่วัดดังกล่าว จากนั้น ทางครอบครัวซึ่งอยู่ที่กรุงเทพฯ อยากให้มาจำวัดใกล้บ้าน ใกล้ญาติพี่น้อง จึงมาจำวัดที่หลวงพ่ือนพล จนถึงปัจจุบัน รวมพรรษาแล้วก็กว่า 7 ปี

จากการสัมภาษณ์พระชนพลผู้วิจัยจะสังเกตเห็นได้ว่า พระชนพลมีบุคลิกภาพ สุขุม พูดจาด้วยน้ำเสียงนุ่มนวล จากการที่พระชนพลเคยทำงานบริษัทเอกชนมาก่อน จึงรู้จักคอมพิวเตอร์ค่อนข้างดี เมื่อไปบวชพราหมณ์ และบวชเป็นพระที่ จ.สุพรรณบุรี จึงมีหน้าที่ช่วยดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด ถือเป็นช่วงที่เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยในช่วงแรกๆ พอติบพอดี ซึ่งเป็นช่วงที่เฟซบุ๊กยังไม่ดังมาก จากนั้น พระชนพลก็เริ่มใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว เพื่อติดต่อกับคนทางบ้านที่อยู่กรุงเทพฯ และเล่นเฟซบุ๊กเมื่อมีเวลาว่าง ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในปัจจุบัน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : สำนักงานพุทธศาสนาออกมาบอกว่าพระเล่นเฟซบุ๊กได้ เล่นในแบบที่ เหมาะสม หลวงพ่ิมองยังไง อยากให้แสดงความคิดเห็น

พระชนพล : ผมว่า เอาตรงๆ เลยนะ เฟซบุ๊กทำให้ศาสนาเสื่อมลงกว่าเก่า ถามว่าเมื่อก่อนไม่มีเฟซบุ๊ก แต่ศาสนาก็มีพระทั้งดีและไม่ดี มันมีมาตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้ว แต่มันไม่มีการแสดงออก ไม่มีการสื่อออกไปให้สังคมได้รับรู้ แต่ต่อมาเริ่มมีโซเชียลเข้ามา คนมักรู้กันง่าย เรื่องก็เลยแพร่กระจายออกไป โดยที่สังคมส่วนใหญ่จะเลียมองแต่สิ่งที่เป็นลบก่อน และตัดสินอะไรที่เป็นลบก่อน

ผู้วิจัย : พระสงฆ์กับการเล่นเฟซบุ๊ก

พระชนพล : ผมมองว่าพระก็เป็นมนุษย์ที่มีเสรี มีสิทธิและมีเสรีที่จะทำอะไร ถ้าห้ามเล่นคิดว่า มันลิดรอนในสิทธิและเสรีของคนเหล่านั้น เพราะบางคนใช้เฟซบุ๊กไม่เหมือนกัน ถูกไหมครับ บางคนใช้ในทางที่ดี บางคนใช้คุ้ยหาเพื่อน ถ้าตัดหมดก็ไม่ค่อยแฟร์เท่าไร

ผู้วิจัย : อย่างพระที่เล่นเฟซบุ๊กนี้ หลวงพ่ิเคยแบ่งลักษณะพระสงฆ์บ้างหรือไม่ อย่างไร

พระชนพล : พระในเฟซบุ๊กของผมนั้นจะมีแบ่งเป็น 2-3 กลุ่ม คือ พระที่เข้ามาคุยเล่น ไม่ได้โพสต์ธรรมะบ้าง ได้โพสต์ความหรรษาบ้าง แต่จริงๆ พระกลุ่มนี้เข้ามาเพื่อถามสารทุกข์สุขดิบ คุยเป็นเพื่อน คุยคลายเครียดมากกว่า อีกกลุ่มคือ เป็นพระที่เขาทำบุญ ชวน

ไปทำบุญใหม่ และกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มที่โซว เป็นกลุ่มที่ผมจะไม่สนใจ เข้าไปอ่านแล้วรู้สึกแอนตีด้วยซ้ำ รู้สึกไม่ชอบ แต่ก็ไม่ได้อะไร

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ความคิดเห็นข้างต้น ไม่ต่างกับพระมหาพร้อมบุญ อายุ 28 ซึ่งพื้นเพเป็นคนจังหวัดเชียงราย มีความศรัทธาพระพุทธศาสนามาตั้งแต่ 9-10 ขวบ มีความตั้งใจจะบวชในช่วงอายุดังกล่าว เพราะรู้สึกผูกพันกับวัด ด้วยญาติผู้ใหญ่พาเข้าวัดทำบุญอยู่ตลอด และเมื่ออายุ 12 ปี ซึ่งสามารถบวชเป็นสามเณรได้ จึงขอที่บ้านบวช และเมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ก็เลยมาขอจำวัดในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาตรีด้านเดียวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ ซึ่งปัจจุบันพระมหาพร้อมบุญจำวัดที่วัดสุทธิวราราม กรุงเทพฯ จำนวนปีนับแต่บวชเณรจนถึงปัจจุบันก็ 16 ปี หากแยกเป็นเฉพาะช่วงที่บวชเป็นพระรวมแล้ว 9 พรรษา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพระมหาพร้อมบุญอยู่ระหว่างศึกษาระดับปริญญาโท ที่คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จากการสัมภาษณ์พระมหาพร้อมบุญ ผู้วิจัยจะสังเกตเห็นได้ว่า พระมหาพร้อมบุญด้วยศึกษาทั้งทางโลกย์และทางธรรมคู่ขนานมาตั้งแต่สมัยเด็ก ทำให้การตอบฉะฉาน พุดจาคล่อง ยิ่งเรื่องเทคโนโลยี สื่อโซเชียล ระบุได้ชัดเจนเลยว่ามี ความเชี่ยวชาญระดับค่อนข้างดี เพราะเรียนได้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับชั้นปริญญาตรี ทำให้พระมหาพร้อมบุญรู้จักสื่อเฟซบุ๊กตั้งแต่เข้ามาเมืองไทย โดยจะใช้เฟซบุ๊ก ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์ของวัดในฐานะแอดมินเพจของวัดที่จำวัดอยู่ ทุกช่วงโอกาสที่มี ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : การเล่นเฟซบุ๊กเป็นเรื่องปกติของพระหรือคหบดี บางคนบอกพระไม่ควรเล่น ต้องนิพพาน

พระมหาพร้อมบุญ : หลวงพี่มองเรื่องของสื่อเรื่องเทคโนโลยีอะไรแบบนี้ ในฐานะที่เรียนจบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นพระที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีด้านสารสนเทศ เพราะเราคิดว่าศาสนาของเรา มันก็ต้องอยู่กับสังคมโลกนะ ยิ่งสังคมโลกเดี๋ยวนี้อยู่ในยุคของ 4จี 4.0 กี่วากันไป ตามที่เค้าพูดกันว่าเป็นยุคเทคโนโลยี ซึ่งเทคโนโลยีมันอยู่ทุกที่ทุกทางอยู่แล้ว และศาสนาก็ควรที่จะเป็นแบบนั้น เพราะว่าปัจจุบันจะให้เด็กก็ดี หรือว่าให้คนเข้าไปวัด ไปฟังเทศน์แบบเดิมๆ ก็คงจะน้อย สื่อก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธรรมะเข้าหาคนได้ง่ายขึ้นกับคนในสังคมยุคนี้ เพราะสื่อไปไกลไปได้ทุกที่ พอเราโพสต์ธรรมะ โพสต์อะไรแบบนี้ หลวงพี่เชื่อว่ามันจะไปได้ไกล เช่น พระมหาวุฒิชัยมีเฟซบุ๊กใช้มัย ลองไปดูคน

กตโลค์ กตแซร์เขาสี เยอะมาก แปลว่าคนก็ยังสนใจ การที่คนจะไปหาจะไปฟังธรรมจากท่านที่ จ.เชียงรายมันก็ยาก แต่พอเฟซบุ๊กเข้ามา มันก็ง่ายขึ้น อย่างเช่นพระนภดล วัดพระธรรมกาย ท่านก็ใช้สื่อเฟซบุ๊กในการโพสต์ธรรมะ มีคำคม ก็มีคนแซร์ คนกตโลค์ เยอะ ก็เลยคิดว่ามันมีประโยชน์ในส่วนตัวของเฟซบุ๊กในการเผยแพร่ธรรมะให้ข้อคิด แต่ทุกอย่างแหละ ถ้าเรามองก็ต้องมีอีกมุมหนึ่งที่เราไม่อยากให้มี แต่มันเป็นไปไม่ได้หรือที่มันจะไม่มี ก็อาจจะมีเฟซบุ๊กตามข่าวต่างๆ ที่ออก ก็จะมีพระเล่นเฟซบุ๊กแล้ว มันล่อแหลม เช่น โปสเตอร์รูปที่ไม่เหมาะสม ไม่ค่อยสำรวม หรือว่าคอมเมนต์ในทีเสธารณะที่ใช้คำพูดไม่ค่อยดี หรือว่าเป็นคำพูดที่ล่อแหลมไปทางในคู่สาวกันมันก็มี

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมกับทัศนคติการที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าสื่อเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางที่ใช้สื่อสารกันทั่วโลก และพระสงฆ์เองก็มีสิทธิและเสรีภาพในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเช่นกัน เพราะเฟซบุ๊กเป็นแหล่งข้อมูลจากทุกหมวดความรู้ สามารถทำให้รับข่าวสารได้ทันโลก ประกอบกับสังคมไทยก็ก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 หากศาสนาไม่ก้าวทันฆราวาส โอกาสที่บทบาททางศาสนาจะเริ่มหายไปจากสังคมก็เป็นได้ เนื่องจากปัจจุบันหลายคนเข้าถึงศาสนาผ่านทางโลกออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะสังคมยุคใหม่ ด้วยการติดตามเพจเฟซบุ๊กพระสงฆ์ชื่อดังต่างๆ หรือพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กมีโอกาสมเผยแพร่คำสอนต่างๆ ผ่านเฟซบุ๊กของตัวเอง เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังเห็นพระสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือที่ดีที่ศาสนาจะหันเข้ามาใช้ เพื่อช่วยให้ศาสนาผ่านตัวแทนพระสงฆ์ สื่อไปยังพุทธศาสนิกชนได้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น ในรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ทำให้ลดช่องว่างระหว่างกันลง ดีกว่ารอให้ฆราวาส โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน หันหน้าเข้าหาวัดเมื่อมีเรื่องทุกข์ใจ หรือมีโอกาสเข้า ซึ่งนานๆ ครั้ง แต่กับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก สามารถแทรกเข้าไปอยู่กับผู้ใช้ได้อยู่เรื่อยๆ

จุดยืนที่เหมือนกันอีกประการของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม คือ แนวความคิดถึงกรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ใช้อย่างมีสติตามหลักธรรมพระพุทธศาสนา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มีทัศนคติถึงความเหมาะสมในการใช้เฟซบุ๊กในทิศทางที่เห็นพ้องกันว่า ศาสนาจะถูกสังคมมองอย่างไร ก็ขอให้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแต่ละราย เพราะตอนนี้คนในสังคมไม่ได้มองพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กแยกเป็นรูปๆ ไป และ

เมื่อเกิดเรื่องเสื่อมเสีย อันเป็นผลจากการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์รูปใดรูปหนึ่ง ย่อมจะถูกตีความรวมถึงพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กทั้งหมด

ในทรรศนะความคิดเห็นของพระมหาโสภณ ต่อกรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ที่มองว่า พุทธศาสนาทั้งโลกไม่ได้ห้ามเล่นพระสงฆ์เฟซบุ๊ก แต่พุทธศาสนาเมืองไทยตีกรอบมากเกินไป ขอยกตัวอย่างจากบทสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่คิดว่า ฆราวาสทั่วไปมองเรื่องพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กอย่างไร
- พระมหาโสภณ : คือ เขาอาจจะมองว่า พระที่เล่นเฟซบุ๊ก เพื่อหาแฟน หากก็หรือเปล่า ก็คือ คิดว่ามองในรูปนั้น ไม่น่าเล่น เล่นแล้วไม่เหมาะสม เพราะว่า คนส่วนใหญ่โง่ลวก ไม่รู้จักพระสงฆ์องค์เจ้าเท่าไร เขาก็จะมองว่า พระสงฆ์เหมือนกันหมดแหละ ปลายทางตัวเดียว همینไปหมด พระดีก็เลยช่วยไปด้วย ไอ้ที่ตีก็มี ไอ้ที่เสียก็นะ
- ผู้วิจัย : ที่บอกว่า สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ไม่ได้ห้ามพระสงฆ์เล่น เฟซบุ๊ก หรือไฮไฟว์ แต่ขอให้เล่นด้วยความเหมาะสม ภายใต้กรอบศีลธรรม
- พระมหาโสภณ : คือ มันห้ามไม่ได้หรอก เพราะว่า พุทธศาสนาทั้งโลก เขาก็ไม่ได้ห้าม เขาไม่ได้ลงรายละเอียด พุทธศาสนาไทย ผมว่า เขาตีกรอบเยอะไป อย่างเช่นว่า การรับพระเคนจากสตรีจากผู้หญิง ถ้าพระไทยต้องใช้มือพระเคนผ่านผ้า จะรับจากมือโดยตรงจากผู้หญิงไม่ได้ แต่พระพม่าเขาทำได้โดยตรง ศรีลังกาก็ทำได้ ก็เพราะว่า ไทยไปตีกรอบเอง ทั้งๆ ที่นี้กายเถรวาทเหมือนกัน อย่างพระพม่าไว้คิ้ว จริงๆ เค้าไม่ได้ห้าม แต่ไทยก็อีกแหละ ว่าพระไทยต้องโกนคิ้ว ทั้งที่พุทธบัญญัติไม่มี ไม่ได้บัญญัติไว้

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

สำหรับพระมหาฐิติพงษ์ก็มีทัศนคติเรื่องกรอบกติกาความเหมาะสมในการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กในหมู่พระสงฆ์ไม่ต่างกับพระมหาโสภณ โดยมองว่า คนทั่วไปในสังคมไทยหากมีปัญหาเวลามองต้องแยกแยะ การใช้งานของพระสงฆ์แต่ละรูป ที่สำคัญไปกว่านั้น พระวินัยเกิดขึ้นเมื่อ 2,600 ปีมาแล้ว แต่เฟซบุ๊กเพิ่งเกิดขึ้น จะใช้อะไรมาเป็นเกณฑ์ หรือบรรทัดฐานวัดว่าพระรูปนี้ใช้เฟซบุ๊กถูกหรือผิด หากหน่วยงานต้องการควบคุมต้องสร้างเกณฑ์ขึ้นมา สามารถทำได้ แต่ต้องเป็นที่ยอมรับในหมู่คณะสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังเห็นว่าถึงแม้เฟซบุ๊กจะเป็นเครื่องมือสำหรับทางโลกย์ แต่พระสงฆ์สามารถนำมาใช้ในทางธรรมได้ ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติออกมาระบุว่า พระสงฆ์เล่น
เฟซบุ๊กได้ แต่ต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสม หลวงพี่มอง
อย่างไรกับสังคมที่มองพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก
- พระมหาฐิติพงษ์ : เราไม่คิดอย่างนั้นเลย คนที่คิดอย่างนั้น แสดงว่ามีปัญญา
และโลกทัศน์แคบมากเนี่ย ล่าสุดเมื่อ 2 วันที่แล้ว เราก็ไปฉัน
ภัตตาหารที่พระประแดง แล้วที่พระประแดงโยมเจ้าของที่ไปฉัน
อาหารด้วย ก็เล่าว่า มีโยมแอบอ้างว่าอยู่จังหวัดเชียงใหม่
แล้วโยมคนนั้นเป็นผู้หญิง มาแอบอ้าง ทำเป็นว่ามาติดพันพระ
แล้วมาถวายอาหาร แล้วโยมที่พระประแดงก็พูดนำเสนอไปว่า
นี่เสียไม่ดีเลย แล้วที่นี้ ในหมู่คนที่ไปด้วยกัน ก็เหมารวมว่า
คนเชียงใหม่นี้แย่มากเลยนะ เราก็เลยบอกว่า พูดอย่างนั้นไม่ได้
นะ เพราะคนแอบอ้างว่าเป็นคนเชียงใหม่ ถ้าเขาเป็นคนเชียงใหม่
จริง ต้องว่าผู้หญิงคนนั้นคนเดียว ไอ้คนที่ไปตัดสินว่าคนใหม่แย
เนี่ย มันเลวยิ่งกว่า เพราะเอาตัวเองไปครอบงำเขา ปลาเน่าตัว
เดียวมันตายทั้งหมด มันไม่ใช่ น้ำมันเป็นสำนวนไทยที่แปล
ความหมาย โลกทัศน์ที่แคบ เราอยู่ในสังคมปัจจุบัน เราจะไป
ตัดสินใครไม่ได้ อย่ามาบอกว่า ภาพรวมมันเสีย เพราะว่าเราไป
ตัดสิน เราใช้คำว่า เรา ไปตัดสิน มันก็เลยเน่า แต่คนที่ไปตัดสิน
อย่างนั้น มันเน่ายิ่งกว่า มันสะท้อนมุมมองอย่างนั้น ในมุมมอง
ตัวเอง ถ้าคนเขามีปัญญาจริง เรามีความเชื่อว่า ก็ต้องมีการ
แยกแยะ
- ผู้วิจัย : แล้วอย่างนี้ พระบางรูปที่เล่นเฟซบุ๊กในทางที่ผิด
- พระมหาฐิติพงษ์ : อ้าว ก็ว่าไปตามผิดสิ พระบางรูปชายสບู่อย่างนี้ ถามว่าผิดมั๊ย
ซึ่งมีด้วย
- ผู้วิจัย : เคยมีการคุยกันในหมู่พระสงฆ์หรือไม่ ว่าพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊ก
ไม่เหมาะสมจะทำกันอย่างไร
- พระมหาฐิติพงษ์ : เขาก็มีนะ เขาออกประกาศ ให้เจ้าคณะปกครองช่วยกันกวาดขัน
เช่น เจ้าคณะจังหวัด เจ้าคณะอำเภอ ออกคำสั่งมาให้ มีหนังสือ
ถึงเจ้าอาวาสวัดทุกวัด กวาดขันเรื่องการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่
เป็นลูกวัด ถามว่า เจ้าอาวาสอายุเท่าไร...ก็อายุมากๆ อายุพระ
เท่าไร อายุเณรเท่าไร แล้วเจ้าอาวาสเล่นเฟซบุ๊กมั๊ย ก็ไม่ได้

เล่น แล้วจะประกาศทำไม แต่การประกาศ เพื่ออะไรรู้มั๊ย ก็ให้ภาพมันออกมาว่า ที่สังคมโจมตี แต่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำแล้วนะ แล้วสุดท้ายถามว่าได้อะไร นี่คือ ประเด็น อย่างเล่นบนถือ จะไปกวาดชั้นเขาได้อย่างไร มันเรื่องของเขา แล้วยิ่งสมัยนี้ คิดอะไรไป กดโพสต์ กดแชร์แล้ว แล้วเจ้าอาวาสจะตามทันหรือเปล่า นี่คือ ความเป็นจริง หลายคนในสังคมมีวิถีชีวิตในอุดมคติกันมากเกินไป สนุกกับการหลอก ว่าพระจะต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้ แล้วทำได้มั๊ย จัดการกับตัวเองก่อนดีมั๊ย หรือในสังคมถามหน่อย วันนี้มีคนในจังหวัดนี้ เขาโพสต์ในสิ่งที่ไม่ดี อยู่ๆ นายกรัฐมนตรีไปสั่งผู้ว่าราชการจังหวัดให้กวาดชั้นการเล่นเฟซบุ๊กของประชากรในจังหวัดนั้นๆ ทำได้หรือไม่ ถ้าทำไม่ได้แล้วจะมาพูดทำไมเรื่องนี้

ผู้วิจัย : ถ้าอย่างนั้น ปล่อยไปดีกว่าไปมั๊ย

พระมหาฐิติพงษ์ : ง่ายมากเลย ผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น ก็ออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร ว่า เนื่องด้วย...แจ้งนายอำเภอตรวจดูการเล่นโซเชียลมีเดียของประชากร ซึ่งทำแล้วไง แล้วที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ทำได้มั๊ย สุดท้ายทำไม่ได้ นี่เป็นเรื่องละเอียดอ่อนส่วนบุคคล คำว่าผู้ว่าราชการจังหวัด ปกครองประชากรหลายแสนคน ไม่ได้หมายความว่า เอาประชากร เหล่านั้น มาอนกับตัวเองตลอด 24 ชั่วโมง เราจะไปควบคุมความคิด ความอ่านของเขาได้อย่างไร ยกเว้นเสียจากเป็นเรื่องสำคัญ เช่น โพสต์ถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ มีหน่วยงานคัดกรองอยู่แล้ว ในเมื่อห้ามโพสต์ไม่ได้ ก็สั่งปิดเฟซบุ๊กนั้นเลย และถ้าถามว่า มองในมุมกลับกัน ถ้าเราไปตัดสินว่าพระรูปนั้นโพสต์ไม่ดี ถ้ามีหน่วยงานขึ้นมา ไปปิดเฟซบุ๊กพระนั้น แล้วถามว่า เอาอะไรเป็นบรรทัดฐานว่าเขาโพสต์ไม่ดี อะไรคือ เกณฑ์ ทำได้หรือ ละเอียดย่อนนะ ในรัฐธรรมนูญเขาเขียนชัดเจนในเรื่องสถาบันพระมหากษัตริย์ เราถึงทำอะไรที่ชัดเจนได้ แต่ในองค์กรสงฆ์ เราอะไรไปตัดสินได้ถามว่า พระธรรมวินัยหรือ พระธรรมวินัยก็ไม่ได้ครอบคลุมพระธรรมวินัยเกิดขึ้นเมื่อ 2,600 ปีที่แล้ว มันยังไม่มีเฟซบุ๊กแล้วจะเอาตัดสินได้อย่างไรว่า ผิดพระธรรมวินัย บางคนไป

ตัดสินว่า ทำอย่างนี้ไม่ใช่กิจของสงฆ์ ถ้ามันเกิดขึ้นกับหลวงพี่นี้ นะ และเราก็คิดแล้ว ว่าเราไม่ได้ทำอะไร แล้วมันใช่กิจของ โยมมัย แหม จะมารู้เรื่องสงฆ์เขาดี คุณเอาอะไรเป็นเกณฑ์ แล้ว คุณจะรู้ได้อย่างไรว่าเกณฑ์ของคุณสแตนดาร์ด ไปวัดความเป็น มาตรฐานนะ ไม่มี หรือถ้าจะมีก็ทำสิ ทำขึ้นมา และต้องได้รับการยอมรับนะ

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

เช่นเดียวกับพระธนพลที่เห็นสอดคล้องกับทั้ง 2 รูปข้างต้น ต่อเรื่องกรอบกติกา ความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ โดยพระธนพลมองว่า การใช้เฟซบุ๊กในหมู่พระสงฆ์ นั้น ก็เหมือนกับการใช้เฟซบุ๊กของคนทั่วไป เพียงแต่พระสงฆ์เป็นอีกสถานะหนึ่งทางสังคม จึงถูกจับตามองมากเป็นพิเศษ หากต้องการควบคุมการใช้งานของพระสงฆ์ให้อยู่ในแบบแผนความเหมาะสมนั้น ก็ น่าจะเป็นลักษณะมีบทลงโทษจะดีกว่า การห้ามเล่นเฟซบุ๊ก หรือร้ายแรงจนถึงขั้นต้องจับสึก เพราะถือว่าไม่แพร่สำหรับพระสงฆ์ แต่บทลงโทษจะตัดสินจากอะไรบ้าง มันก็เป็นเรื่องยากเช่นกัน ดังตัวอย่าง บทสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : จันพระก็ไม่ต้องเล่นเฟซบุ๊กไปเลย
- พระธนพล : ถ้าจะให้หน่วยงานรัฐมาออกกฎหมายพระสงฆ์ห้ามเล่นโซเชียล ผมมองว่าพระก็เป็นมนุษย์มีสิทธิและมีเสรีที่จะทำอะไร แต่คุณก็ต้องออกกฎหมายว่า ถ้าคุณเล่นแล้วไปในทางที่เสื่อมเสีย น่าจะมีบทลงโทษยังไง นั้นน่าจะเหมาะสมกว่า
- ผู้วิจัย : ความผิดจะถึงขั้นอาบัติ สึก ไหมครับ
- พระธนพล : เรื่องโซเชียล อาบัติในทางสงฆ์นะ คือ อาบัติจะมี 3 อย่าง อาบัติหนัก อาบัติกลาง อาบัติเบา พวกนี้เป็นบทลงโทษของพระ แม้แต่พระกินเหล้าก็อาบัติแล้ว แต่ที่มันต้องสึกก็เพราะว่าจะโดนสังคมติเตียน สังคมลงโทษ ก็เลยต้องสึก ถ้าในทางพระถามว่ามันหนักไหม ก็ไม่หนัก แต่มันน่าจะเกลียด เสื่อมเสีย
- ผู้วิจัย : อ้อ มันเทียบเท่ากันได้เลยหรือครับ เล่นเฟซบุ๊กกับกินเหล้า
- พระธนพล : ใช่ครับ
- ผู้วิจัย : ถ้าระหว่างกินเหล้ากับเล่นเฟซบุ๊ก หลวงพี่มองว่ามันเป็นอาบัติเบาเหมือนกันใช่ไหมครับ
- พระธนพล : ใช่ครับ แต่ทุกคนก็คิดว่าพระกินเหล้านี้โทษรุนแรงกว่าเล่นเฟซบุ๊ก ซึ่งจริงๆ แล้ว เล่นเฟซบุ๊กนั้นแหละมีโทษวินัยขั้นเดียว

กับพระกินเหล้า เพียงแต่ภาพลักษณ์ที่ออกไป มันไม่เสียเท่ากับ พระสงฆ์กินเหล้า

ผู้วิจัย : ยกเว้นเป็นกระแสข่าวขึ้นมาแล้วสื่อมวลชนเล่น แบบนี้เป็น ปาราชิก?

พระธนพล : ใช่ คือ เอาเปรียบเทียบระหว่างเล่นเฟซบุ๊กกับกินเหล้า ผมคิดว่า กิน เหล้าเสื่อมเสียมากกว่า เพราะว่าคนเล่นเฟซบุ๊ก แต่ละคนไม่ เหมือนกัน ถามว่าคนกินเหล้า ไม่ได้เป็นคน เป็นพระอาจต่างสติ มันคือ บ่อเกิด จุดเริ่มต้นแห่งการทำลายร้าง ยิ่งคุณกิน เหล้าเข้าไป จะทำอะไรก็ได้ ไม่มีสติ คิดว่าอย่างนั้นนะ แต่ถ้าจะ ให้ผมโยนมาว่า เล่นโทรศัพท์แล้วมันจะผิดร้ายแรง ต้องสึกไหม ผมว่าเคร่งไป ตึงเกินไป ในความคิดของผม

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ด้านพระมหาพร้อมบุญ มีมุมมองไม่ต่างจากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างรูปอื่นๆ โดย พระมหาพร้อมบุญ แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องกรอบตีความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของ พระสงฆ์ ว่า บางครั้งสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการเล่น ก็ไม่ควรที่จะเล่น เพราะด้วยเราเป็นพระ มีสถานที่ประชาชน ญาติโยมล้อมใส ต้องวางตัวมากกว่าคนทั่วไป ต้องรู้จักว่าตัวเองคือใคร ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ปัจจุบัน สังคมกัมพูชา ในมุมมองของพระสงฆ์เป็นแบบนั้น หรือไม่

พระมหาพร้อมบุญ : พระสงฆ์ก็เล่นเฟซบุ๊กเยอะ แต่ด้วยสังคมพระสงฆ์ ด้วย สภาพแวดล้อม อาจจะไม่เอื้ออำนวยต่อการเล่น เราอยู่ใน สถานะอีกสถานะหนึ่งในสังคม โดยเฉพาะตามที่สาธารณะทั่วไป ถ้างดได้ก็ดี หรืออย่างเวลาไปสวนมนต์ ไหว้พระ จะมาเล่นตลอด ก็ไม่ได้ ไม่เหมาะสม เจ้าอาวาสตำแน่งๆ ไปเล่นทำไม หรือไปลง สวน ไปลงเทศน์ แล้วยังเล่น แนนอนพระผู้ใหญ่ต้องตำหนิแน่ ว่าจะเล่นได้อย่างไร ไม่เหมาะสมที่จะมาเล่นแบบนี้ หรือถ้าใน สังคมทั่วไปที่มีฆราวาส แล้วเห็นพระสงฆ์เล่น ก็ไม่ใช่เรื่อง เพราะฆราวาสก็จะมองว่า ทำไมไม่เอาเวลานี้ไปศึกษาหาความรู้ ทางศาสนา กลับมาเล่นมือถืออยู่ตลอด ก็จะถูกมองไม่ดี

ผู้วิจัย : การมีพระหลายรูปที่นำเสนอแนววาทะ มองอย่างไร เคยมี การเตือนกันเองในหมู่พระสงฆ์บ้างหรือไม่

พระมหาพร้อมบุญ : ดูแล้วไม่ค่อยเหมาะสม ส่วนในเรื่องการเตือน พระพุทธเจ้าบอก
ว่าเตือนตนด้วยตนเอง ถ้าเป็นเพื่อนที่เรารู้จักเราก็ก็น่าเตือน ว่าดู
แล้วไม่ค่อยเหมาะสมนะ แต่ถ้าเราไม่รู้จักเลย ถ้าไปเตือน เขา
อาจจะต่อว่าเรามา คำเราามา

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะ
เป็นทางธรรมถึงจุดยืนต่อกรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ มีความ
คิดเห็นในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยพบว่า พระมหาโสภณ เห็นว่า จริงๆ แล้วพระพุทธศาสนาไม่ได้
ห้ามพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก เพียงแต่เมืองไทยตีกรอบมากเกินไป โดยได้เปรียบเทียบให้เห็นภาพอย่าง
พระในเมียนมาร์ ศรีลังกา ไม่จำเป็นต้องโกนคิ้ว ตรงนี้ ยังสอดคล้องกับมุมมองของพระมหาฐิติพงษ์ที่
อ้างถึงพุทธประวัติ ที่มาที่ไปของพระวินัย โดยผู้วิจัยสังเกตเห็นความมั่นใจในเรื่องการตอบคำถาม
อย่างมาก โดยใจความสำคัญ ระบุว่า พระวินัยเกิดขึ้นเมื่อ 2,600 ปีมาแล้ว แต่เฟซบุ๊กเพิ่งเกิดขึ้น จะใช้
อะไรมาเป็นเกณฑ์ หรือบรรทัดฐานวัดว่าพระรูปนี้ใช้เฟซบุ๊กถูกหรือผิด หากต้องการควบคุม ต้องสร้าง
สร้างเกณฑ์ขึ้นมา แต่ต้องเป็นที่ยอมรับในหมู่คณะสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กด้วยเช่นกัน ซึ่งพระธรรพลเห็นไม่
แตกต่างกันถึงบทลงโทษที่ควรสามารถวัดเป็นรูปธรรมได้ เพราะมองว่า การใช้เฟซบุ๊กในหมู่พระสงฆ์
นั้น ก็เหมือนกับการใช้เฟซบุ๊กของคนทั่วไป เพียงแต่พระสงฆ์เป็นอีกสถานะหนึ่งทางสังคม จึงถูกจับตา
มองมากเป็นพิเศษ หากต้องการควบคุมการใช้งาน ถือว่าไม่เป็นธรรม ขณะเดียวกัน พระมหาพร้อม
บุญได้แสดงอีกมุมมองว่า หากบางครั้งสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการเล่น ก็ไม่ควรที่จะเล่น
เพราะด้วยเป็นพระมีสถานที่ประชาชน ญาติโยมล้อมใส ต้องวางตัวมากกว่าคนทั่วไป ต้องรู้จักว่า
ตัวเองคือใคร

จากการวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊ก
ให้มีลักษณะเป็นทางธรรม โดยใช้เกณฑ์โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ในข้อ 1.1 ละจุดยืนทาง
วัฒนธรรม ในข้อ 1.2 ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต่อการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่ม
ตัวอย่างพระสงฆ์ คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หรือในนัยยะจากงานวิจัย จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมี
ต้นทุนทางเศรษฐกิจดี มีศักยภาพในการใช้จ่าย ผู้วิจัยสังเกตได้จากพระสงฆ์แต่ละรูปมีการใช้โทรศัพท์
สมาร์ทโฟนเป็นรายเดือน พร้อมเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา และพระสงฆ์ทั้งหมดจำวัดอยู่
ในเมือง ซึ่งแต่ละรูปต่างระบุเป็นเสียงเดียวว่า จะมีกิจนิมนต์อยู่ตลอด ผู้วิจัยต้องใช้เวลาหลายวันกว่า
จะสามารถติดต่อขอติดต่อนัดสัมภาษณ์ได้ ด้วยภารกิจที่มากมาย ทั้งการเดินทางเทศน์ การเป็น
อาจารย์พิเศษ ตอกย้ำถึงโอกาสที่เงินปัจจัยจะเข้ามาจำนวนมาก จากการถวายของญาติโยม หรือ
หน่วยงานองค์กรต่างๆ ที่จัดงาน

นอกจากนี้ พระสงฆ์ยังไม่มีภาระค่าใช้จ่ายใดๆ เหมือนกับประชาชนทั่วไป ปัจจัยดังกล่าว จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการเข้าถึงเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ นอกจากภาระหน้าที่ประจำที่พระสงฆ์ทุกรูปต่างมีหน้าที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ผ่านการดูแลเว็บไซต์ของวัดอยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม นอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ ยังมีปัจจัยเรื่องกรอบความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์อินเทอร์เน็ต ซึ่งพระสงฆ์แต่ละรูปต่างคิดว่า พระสงฆ์มีสิทธิเสรีภาพเข้าใช้งานเฟซบุ๊กไม่ต่างจากฆราวาสทั่วไป แต่ขึ้นอยู่กับการใช้งานของพระสงฆ์ว่าจะมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด เพราะพระธรรมวินัยไม่ได้บัญญัติไว้ว่าห้ามพระสงฆ์เล่น เฟซบุ๊ก ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้พระสงฆ์เข้าใช้เฟซบุ๊ก



4.1.3 การเข้าถึงตัวบท

ตารางที่ 4.3

แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวบท ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ปัจจัยภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก - มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด - สะดวกในการเข้าถึง เฟซบุ๊ก ได้ตลอดเวลา เนื่องจากมี โทรศัพท์สมาร์ท โฟนพร้อม เปิดให้บริการแพ็คเกจ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน - เป็นกลุ่ม Early Adopter 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก - มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด - สะดวกในการเข้าถึง เฟซบุ๊ก ได้ตลอดเวลา เนื่องจากมี โทรศัพท์สมาร์ท โฟนพร้อม เปิดให้บริการแพ็คเกจ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน - เป็นกลุ่ม Early Adopter 	<ul style="list-style-type: none"> - มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด - การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก - สะดวกในการเข้าถึง เฟซบุ๊ก ได้ตลอดเวลา เนื่องจากมี โทรศัพท์สมาร์ท โฟนพร้อม เปิดให้บริการแพ็คเกจ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน - เป็นกลุ่ม Early Adopter 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก - มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด - การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก - สะดวกในการเข้าถึง เฟซบุ๊ก ได้ตลอดเวลา เนื่องจากมี โทรศัพท์สมาร์ท โฟนพร้อม เปิดให้บริการแพ็คเกจ อินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน - เป็นกลุ่ม Early Adopter

ตารางที่ 4.3

แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวบท ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม (ต่อ)

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ปัจจัยภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในแ่งมุมต่างๆ - ไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊กตลอดจนข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองในแ่งมุมต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการได้เจอเพื่อนเก่า - ความต้องการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - ไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊กตลอดจนข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองในแ่งมุมต่างๆ - ต้องการตอบสนองตัวเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการได้เจอเพื่อนเยอะขึ้น - ความต้องการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - ไม่ต้องการพลาดทกความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊กตลอดจนข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองในแ่งมุมต่างๆ - ต้องการตอบสนองตัวเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - ความต้องการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในแ่งมุมต่างๆ - ความต้องการได้เจอเพื่อนเก่า - ความต้องการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - ไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊กตลอดจนข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองในแ่งมุมต่างๆ

ในการเข้าถึงตัวบทการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมมีหลายปัจจัยสนับสนุน โดยผู้วิจัยได้แบ่งเป็น การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์จากปัจจัยภายนอก และการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์จากปัจจัยภายใน ซึ่งในที่นี้ ขอสรุปปัจจัยภายนอกที่ทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ดังต่อไปนี้

4.1.3.1 ปัจจัยภายนอก

(1) พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟร์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญประการแรก คือ พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟร์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งพระมหาโสภณ ได้เล่าให้กับผู้วิจัยฟังว่า ได้ใช้สื่อต่างๆ ที่เข้ามากับยุคสมัย เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาตั้งแต่วิทยุ โทรทัศน์ พอเฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทย พระมหาโสภณก็รู้จักเฟซบุ๊กตั้งแต่แรกๆ ที่เข้ามาเมืองไทย ซึ่งในตอนนั้นเว็บไซต์ไฮไฟร์เริ่มหมดความนิยมจากคนในสังคม และมี เฟซบุ๊กเข้ามาแทนที่ เท่ากับว่าพระมหาโสภณ ถือเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้าข่าย Early Adopters หรือกลุ่มคนหัวก้าวหน้า เปิดรับนวัตกรรมและเทรนด์ใหม่ๆ ตามแนวคิดของ Rogers ที่เห็นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : มีช่องทางอื่นที่หลวงพี่เคยเผยแพร่มามั๊ย
- พระมหาโสภณ : มีฯ วิทยุ ทีวี่ก็มี ไฮไฟร์ก็เคย
- ผู้วิจัย : ยุคปัจจุบัน หลวงพี่เคยทันยุคไฮไฟร์บ้างหรือเปล่าครับ ตอนนั้นเรา เริ่มรู้จักเฟซบุ๊กได้อย่างไร หรือรู้จักไฮไฟร์จึงต่อยอดได้
- พระมหาโสภณ : ประมาณนั้นๆ แต่ผมว่าเฟซบุ๊กปวดหัวมากกว่าไฮไฟร์นะ คือผมว่ามันไม่ยากหรอก แต่รุ่นนั้นมันยังใหม่ๆ เรายังไม่ค่อยรู้ แล้วพอตอนนั้น เรายังไม่เล็งเห็นประโยชน์ว่าไฮไฟร์จะเป็นตัวช่วยเผยแพร่ เพราะว่าเข้าไปก็เจอแต่อะไรไม่รู้ ใครเป็นใคร บางทีก็เอารูปมาหลอกจิบเราบ้างก็มี
- ผู้วิจัย : แสดงหลวงพี่มองเห็นว่า เฟซบุ๊กได้เข้ามาเมืองไทย และคนส่วนใหญ่ นิยมใช้
- พระมหาโสภณ : เรามองเห็นว่า สื่อนี้คนเล่นกันทั่วโลก มันเป็น World wide เพราะ มันทั่วโลกไง ดังนั้น การนำเสนอพระพุทธศาสนา มันจะไปได้ไกลกว่า ถ้าเทียบกับสื่ออื่นๆ อย่างทวิตเตอร์ อินตราแกรม แล้ว เฟซบุ๊กมันลงรายละเอียดได้มากกว่านั้น

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

เช่นเดียวกับพระมหาฐิติพงษ์ที่ได้ให้สัมภาษณ์ในทิศทางเดียวกับพระมหาโสภณว่า การเล่นเกมเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เกิดขึ้นต่อเนื่องจากการเล่นเกมเว็บไซต์ไฮไฟว์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : หลวงพี่เล่นเกมเฟซบุ๊กมาตั้งแต่แรกเลยป่าวครับ
พระมหาฐิติพงษ์ : โอ้ยนานมากเลย ตั้งแต่มีไฮไฟว์แล้วก็มีเฟซบุ๊ก คือ นานมากแล้วเรา ก็มีหลักเกณฑ์ว่าจะโพสต์อะไร

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ไม่ต่างกับพระมหาพร้อมบุญ ที่แสดงความคิดเห็นที่ไปที่มาของการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะมีพื้นฐานรู้จักเว็บไซต์ไฮไฟว์มาก่อน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : เคยเล่นไฮไฟว์ไหม?
พระมหาพร้อมบุญ : เคยเห็นแต่ไม่ค่อยได้ใช้ มีแอคเคานท์ แต่ไม่ได้จริงจัง คือ มี แต่ก็คือ ลองเฉยๆ แต่ว่าไม่ได้บูมมาก ไม่ได้ใช้ ส่วนเฟซบุ๊กเนี่ย เราเองก็รู้จักตั้งแต่เข้ามาแรกๆ

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม โดยมีพระมหาโสภณ พระมหาฐิติพงษ์ และพระมหาพร้อมบุญ จำนวนมากถึง 3 จาก 4 ของกลุ่มตัวอย่าง หรือเกินกว่าครึ่งต่างมีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกันว่า การเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ปัจจัยมาจากพื้นฐานพระแต่ละรูปต่างรู้จักเว็บไซต์ไฮไฟว์ ซึ่งถือเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่เข้ามาเมืองไทยในยุคแรก แต่ ณ ขณะนั้นไฮไฟว์เป็นสื่อโซเชียลที่ยังไม่ได้รับความนิยมจากคนในสังคมไทยมากนัก พระสงฆ์ส่วนใหญ่จึงเพียงสมัครบัญชีไว้ ไม่ค่อยได้เข้าใช้งาน แต่เมื่อเฟซบุ๊กเริ่มเข้ามาเมืองไทย และกระแสสังคมเริ่มนิยมเข้าใช้งานเฟซบุ๊กมากขึ้น กลุ่มพระสงฆ์เหล่านี้ซึ่งต่างมีพื้นฐานรู้จักสื่อโซเชียลมีเดียอย่างไฮไฟว์อยู่แล้ว จึงเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเมื่อมีโอกาส และถึงเวลาที่เหมาะสมแต่ละราย โดยไม่ต้องทำความรู้จักมาก สามารถต่อยอดการใช้งานได้ทันที ดังนั้น จึงถือได้ว่า ในยุคที่สื่อโซเชียลมีเดียยุคแรกๆ เข้ามาเมืองไทย และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม แม้จะได้รับความนิยมหรือไม่ก็ตาม แต่จะมีอิทธิพลสำคัญในการปูทาง ต่อยอดการใช้งานสำหรับสื่อโซเชียลมีเดียใหม่ๆ ที่เข้ามาเมืองไทยในภายหลังอย่าง เฟซบุ๊ก ซึ่งผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องสร้างความรู้จักมาก เพียงแต่เป็นสื่อที่มีรูปแบบใหม่ ลูกเล่นใหม่ๆ และแนวทางลักษณะนี้ จะเป็นปัจจัยปูทางที่ทำให้คนในสังคมสามารถเข้าถึงสื่อใหม่ๆ หากมีเกิดขึ้นในอนาคตได้ง่าย และรวดเร็ว แม้สื่อเหล่านั้นจะได้รับความนิยมหรือไม่ได้รับความนิยมในการใช้งานก็ตามที่

(2) มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างมีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด ในรูปแบบเพจเฟซบุ๊กของวัด จึงทำให้พระสงฆ์แต่ละรูปสามารถรู้จักเครื่องมือของเฟซบุ๊ก และสามารถใช้งานเครื่องมือเฟซบุ๊กเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากต้องคอยช่วยพระในวัดเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวัด หรือเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา คติธรรมคำสอน ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ไปถึงญาติโยมในสังคมให้รับทราบอย่างต่อเนื่อง ดังบทสัมภาษณ์พระแต่ละรูปต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แล้วได้ดูแลเกี่ยวกับการเผยแพร่ของวัด ด้วยการใส่เฟซบุ๊กมัย

พระมหาโสภณ : อ่า ใช่

(พระมหาโสภณ, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ประพันธ์ทกลอนต่างๆ ทุกวัน หลวงพี่เคยคิดจะตั้ง เป็นเพจเฟซบุ๊กให้คนติดตามบ้างหรือไม่ครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : มี เรามีเพจ แต่เราไม่ได้ทำเพจเกี่ยวกับภาษาและวรรณคดี เราทำเพจเกี่ยวกับวัด วัง แต่เราไม่ได้เป็นคนโพสต์ เราตั้งคนอื่นให้เป็นแอดมินร่วม แล้วให้คนอื่นโพสต์ไป

(พระมหาฐิติพงษ์, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่ทัน ไฮไฟร์ หรือคอมพิวเตอร์ไหมครับ

พระชนพล : สมัยก่อนเฟซบุ๊กมันยังไม่ดัง ผมเลยลองใช้ดู ตอนแรกที่ทำไม่ได้ทำ ใช้เป็นของตัวเองใช้เป็นของวัด ชื่อของวัดเขาวงศ์ ก็คือหลวงพ่อเองเค้าจะไม่ใช้อยู่แล้ว เราก็แค่ประสานงาน เวลามีโยมติดต่อเข้ามา ติดต่อหลวงพ่อไม่ได้ ก็จะเข้ามาทางเฟซบุ๊ก ผมก็จะแซทกลับให้หลวงพ่อ ว่างหลวงพ่อไม่อยู่นะ บางทีโยมที่มาหาหลวงพ่อ มาจากกรุงเทพบ้าง บางทีมาก็ไม่เจอหลวงพ่อ ก็เสียเที่ยวกลับไป โทรหลวงพ่อก็ไม่รับก็เสียเที่ยว ดังนั้น เขาก็จะมาฝากข้อความในเฟซบุ๊กเอา ผมก็จะตอบ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยคิดจะทำเป็นเพจ มัยครับ

พระมหาพร้อมบุญ : ยังไม่ได้คิด เพราะตัวเองไม่ได้ทำขนาดนั้น มีเพจของวัด (สุทธีวราราม) ซึ่งมีแอดมินหลายคน และตัวเองก็เป็นหนึ่งในนั้นที่ช่วยดูแลด้วย

ผู้วิจัย : แล้วเรื่อง หรือเนื้อหาที่นำมาโพสต์ในเพจ จะเป็นเรื่องอะไรบ้าง

พระมหาพร้อมบุญ : แน่นนอนว่าเป็นเพลงของวัด การโพสต์เนื้อหาที่ต้องเกี่ยวกับเรื่องกิจกรรมของพระสงฆ์ เกี่ยวกับเนื้อหาของวัด จะเอารูปส่วนตัวไปลงไม่ได้ ต้องเป็นกิจกรรมของวัด แล้วบรรยายในกิจกรรมส่วนนั้น ซึ่งคนเป็นแอดมินก็ต้องมีพื้นฐาน ไม่ใช่ใครจะเป็นก็ได้ ต้องมีการตกลงกันในแอดมินว่า เพลงของวัด ก็ต้องเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับวัดในแง่มุมต่างๆ รวมถึงเรื่องของศาสนา

(พระมหาพร้อมบุญ, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จะเห็นว่า พระสงฆ์ทั้งหมดต่างมีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร คติธรรมคำสอน ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา หรือของวัดเองโดยตรง โดยพระสงฆ์ส่วนใหญ่ต่างเป็นแอดมินเพจเฟซบุ๊กของวัด ซึ่งสะท้อนว่า พระสงฆ์แต่ละรูปจะรู้ขั้นตอนวิธีการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการมีหน้าที่ประจำ ทำให้เกิดการเข้าเฟซบุ๊กซ้ำ ย่อมเกิดความชำนาญในการใช้งานเฟซบุ๊กผ่านเครื่องมือต่างๆ ตามมา

(3) การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก

ปัจจัยภายนอกอีกประการ ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม คือ การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก หรือจากเพื่อน เป็นแรงผลักดันที่ทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่แม้จะรู้จักเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว แต่เมื่อกระแสสังคมได้รับความนิยมมากขึ้น แรงกระตุ้น หรือการถูกตั้งคำถามจากคนรู้จักให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างได้คิด ถือเป็นอีกมูลเหตุสำคัญที่นำมาสู่การเล่นเฟซบุ๊ก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : จุดเริ่มต้นตอนนั้น ที่ทำให้หลงพี่เล่นเฟซบุ๊ก คืออะไร

พระมหาโสภณ : ที่จริงผมก็รู้จักเฟซบุ๊กอยู่แล้ว ตั้งแต่ไฮไฟว์ แต่เห็นว่าได้รับความนิยม เห็นว่าเข้าท่า และเพื่อนที่เป็นพระด้วยกันก็ถาม ก็มาขอแอด เฟซบุ๊ก พอหลายๆ คนเข้า เราชักจะยังไง ก็เลยสมัคร

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ทันไฮไฟว์ หรือคอมพิวเตอร์ไหมครับ

พระชนพล : ก็คือว่าผมไม่ค่อยสนใจอะไร เอาไว้แค่ทำงานเฉยๆ จนมาเพื่อนใช้ คือ เพื่อนที่เป็นพระด้วยกันใช้ ก็เห็นว่า ได้ตอบคนนั้น ได้ตอบคนนี้ และด้วยความที่เราอยากรู้อันนี้คืออะไร สมัยก่อนเฟซบุ๊กก็คือ มันยังไม่ดัง ผมเลยลองใช้ดู

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : แล้วเฟซบุ๊กเมื่อไหร่ที่สมัครเป็นชื่อตัวเองเลย?
- พระมหาพร้อมบุญ : ที่จริงเฟซบุ๊กเนี่ยได้ยินมา 2-3 ปีแล้วนะ คนพูดถึงเฟซบุ๊กๆ แต่เพื่อนที่เป็นฆราวาสอะไรเนี่ยมาบอกว่า เฮ้ยสมัครเฟซบุ๊กสิ คือ ต้องบอกว่าเฟซบุ๊กเนี่ย แนะนำจากเพื่อน

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า ทั้งพระมหาโสภณ พระธนพล และพระมหาพร้อมบุญ ถือว่าเป็นจำนวนถึง 3 ใน 4 ของกลุ่ม หรือเกินครึ่งของตัวอย่าง มีแรงจูงใจในการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กมาจากคำชักชวนของเพื่อน ทั้งเพื่อนที่เป็นพระสงฆ์ด้วยกันเอง ตลอดจนเพื่อนที่เป็นฆราวาส โดยมีเหตุผลเพราะต้องการใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารในยุคที่สื่อโซเชียลเข้ามาเมืองไทยได้ไม่นาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงถือว่า สื่อบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการแรกๆ ในการสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์เข้าไปใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

(4) ความสะดวกในการเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา

เนื่องจากมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนพร้อมเปิดใช้บริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน สื่อโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลามในปัจจุบัน เพราะนอกจากเสมือนเป็นคลังความรู้เคลื่อนที่ จากฐานข้อมูลเพจต่างๆ แล้ว ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กยังสามารถรับรู้เรื่องราว เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในสังคมแบบเรียลไทม์ ไม่ว่าจะเริ่มตั้งแต่ระดับเพื่อนสนิท คนรู้จักที่ตั้งสเตตัส โพสต์รูป ระบุสถานที่ ขยายวงกว้างไปยังระดับสื่อกลางในสังคมเมือง และระดับสังคมโลกได้อย่างไร้ขีดจำกัด ดังนั้น ผู้ที่มีความสามารถในการชำระค่าบริการอินเทอร์เน็ตส่วนตัว ย่อมสามารถเข้าถึงโลกโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊กได้อย่างง่ายดาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 รูป ล้วนแต่มีโทรศัพท์สมาร์ทโฟน และเปิดใช้บริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน ทำให้เข้าถึงเฟซบุ๊กได้ทุกช่วงเวลา เมื่อมีความต้องการ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ปกติ หลวงพี่เอง ใช้ช่วงเฟซบุ๊กตอนไหน
- พระมหาโสภณ : ช่วงเวลาที่จะใช้ ก็คือ ช่วงเวลาตื่นนอน ที่จะยังอยู่กับเฟซบุ๊กจริงๆ ก็คือ ตั้งแต่ห่มไปแล้ว ก็เรื่อยๆ จนบางทีจำวัด สามสี่ห่มแล้วแต่โอกาสและความเหมาะสม
- ผู้วิจัย : อย่างในชีวิตประจำวัน หลวงพี่หิบบเฟซบุ๊กมาเล่น นอกจากตื่นเข้าก็ดูหน่อย ก่อนนอนก็ดูหน่อย มีแรงจูงใจอื่นอีกมั๊ยครับ
- พระมหาโสภณ : อืม แรงจูงใจอื่น ที่ไม่ใช่เรื่องช่วงเวลาที่เคยชิน ก็มีนะ อย่างเข้าไปดูเขาขายของ พระพุทธรูป อย่างของนั้นเขาสวยนะ ของคนนี่เขาซีเห่ร์ ก็จะมีดูของคนนั้น คนนี้บ้าง อันนี้ไม่เลือกเวลา ไร่เรื่องสัพเพเหระนี่ไม่เลือกเวลา

- ผู้วิจัย : แต่ละวัน หลวงพี่เล่นเฟซบุ๊กมากน้อยแค่ไหนครับ
- พระมหาโสภณ : อย่างในมือถือ ผมก็ออนไลน์ไม่ตลอด ปิดไว้บ้าง มีคนเข้ามาทักมา ก็ไม่ได้ตอบ บางทีก็นอนแล้ว ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ส่วนใหญ่กลางวันผมจะไม่ค่อยได้ตอบ จะไม่ค่อยได้อยู่วัด ไปงานเทศน์ งานต่างๆ แต่พอขึ้นรถก็จะดูหน่อยว่า เพื่อนฝูงเป็นอะไรอย่างไร ข่าวสารเป็นอย่างไร แล้วเราก็...ที่เราไปเทศน์มาก็อัพโหลดนะ ลงแล้วก็จบ
- ผู้วิจัย : แล้วส่วนใหญ่ โพสต์วันละกี่ครั้งครับ อย่างวันหนึ่งครั้ง สองครั้งได้มั๊ย
- พระมหาโสภณ : น้อยไป.....บางทีวันนึงๆ เราไป 4-5 งาน เราก็โพสต์ 4-5 ครั้ง
- ผู้วิจัย : ก็คือ พอเทศน์เสร็จแล้วก็ลงเลยหรือครับ
- พระมหาโสภณ : พอเราเสร็จงานนั้น เราก็ลงทันทีเลย

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ของพระมหาโสภณ จะพบว่า การเข้าใช้งานเฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลาเมื่อมีโอกาส ตอกย้ำด้วยการแสดงความคิดเห็นว่า เมื่อจะหยิบโทรศัพท์ขึ้นมาใช้เมื่อใดตามความต้องการ และสนใจเป็นพิเศษ ตลอดจนถึงใจไว้กับตัวเองว่า เมื่อใดที่มีงานเทศน์เกิดขึ้น ก็จะโพสต์รูปลงในเฟซบุ๊กทุกครั้งไป สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าพระมหาโสภณ จะเข้าใช้เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเมื่อใดก็ได้ เช่นเดียวกับพระมหาฐิติพงษ์ที่แสดงความคิดเห็นไม่แตกต่างจากพระมหาโสภณ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เวลาหลวงพี่เล่นเฟซบุ๊ก เล่นตอนไหนครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : อ้อ ก็เล่นทั้งวัน
- ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยหยิบเรื่องเหตุการณ์สำคัญๆ ของประเทศมาเขียนบนเฟซบุ๊กของตัวเองบ้างมั๊ย
- พระมหาฐิติพงษ์ : ถ้าเป็นหลวงพี่ๆ มักจะไม่ค่อยทำอย่างนั้น หลวงพี่มักจะโพสต์มากกว่าว่า วันนี้ฉันจะไปที่นี่ อาจจะแต่งคำประพันธ์ชม เช่น หลวงพี่จะไปบ้านโยม หลวงพี่อาจจะแต่งคำประพันธ์ชมบ้านโยม หลวงพี่ไปไหว้พระที่นั่น หลวงพี่อาจจะแต่งคำนมัสการพระพุทธรูปที่นั่น หลวงพี่ไปจังหวัดไหนสักที่ อาจจะเล่าประวัติความเป็นมาของจังหวัดนั้น ผ่านคำประพันธ์ที่หลวงพี่แต่ง ให้เพื่อนในเฟซบุ๊กได้เห็น

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์พระมหาฐิติพงษ์คำสัมภาษณ์ที่ระบุออกมา ไม่แตกต่างจากพระมหาโสภณ เพราะนอกจากแสดงความนัยยะว่าสามารถเข้าใช้เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้ตลอดเวลา จากคำแสดงความคิดเห็นที่พูดถึงว่า เมื่อใดที่อยากแต่งคำประพันธ์ตอนไหน ก็สามารถแต่งและโพสต์บนเฟซบุ๊กได้เลย และได้ถูกตอกย้ำที่แสดงความชัดเจน เมื่อพระมหาฐิติพงษ์ระบุว่าได้เข้าใช้งานเฟซบุ๊กทั้งวัน

- ผู้วิจัย : ปกติเล่นเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์ใด
- พระชนพล : ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ ใช้แค่มือถือ หยิบมาดูบ้างตอนเวลาว่าง ไม่มีอะไรทำ
- ผู้วิจัย : สัดส่วนการใช้เฟซบุ๊ก คิดเป็นเปอร์เซ็นต์?
- พระชนพล : ประมาณ 30% เพราะไม่ค่อยว่างเล่น ผมเพิ่งย้ายมาอยู่กรุงเทพฯ ได้ 2 ปี ไม่ค่อยว่างเหมือนเหมือนตอนอยู่วัดเก่า ที่ต่างจังหวัดเล่นทั้งวันเลย เพราะมันไม่มีงาน ไม่ทำอะไร จนย้ายวัดมาอยู่กรุงเทพฯ เรามีกงาน มีหน้าที่รับผิดชอบ ก็เลยไม่ได้ใช้เป็นหลัก แต่ตอนไหนถ้าว่าง ก็จะหยิบขึ้นมา แล้วแต่อารมณ์ สถานการณ์ ตอนนั้นด้วย
- ผู้วิจัย : หลวงพี่ตั้งเป้าการโพสต์เฟซบุ๊กต่อวัน จำนวนกี่ครั้ง?
- พระชนพล : วันนึงต้อง 2 โพสต์เป็นอย่างมาก คือ เช้า และ เย็น ช่วงเวลาละ 1 ครั้ง บางวันก็ไม่ได้โพสต์ บางวันคิดไม่ออกก็ไม่ได้โพสต์

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

สำหรับคำสัมภาษณ์ของพระชนพลนั้น แสดงความคิดเห็น และบอกถึงความถี่ในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก โดยสะท้อนจากคำสัมภาษณ์ที่กล่าวถึงว่าแต่ละวัน ต้องโพสต์สเตตัสบนเฟซบุ๊กของตัวเองอย่างน้อยก็ครั้ง แสดงความชัดเจนว่า ทุกวันจะเข้าใช้เฟซบุ๊กเมื่อใดก็ได้ แต่อย่างน้อยต้องตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊กอย่างน้อย 2 โพสต์ หรือจะหยิบขึ้นมาใช้เมื่อใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและความรู้สึก ณ ขณะนั้น

- ผู้วิจัย : อย่างเป็นเวลาจะโพสต์จะต้องตั้งไว้ใหม่ว่า จะโพสต์กี่ครั้ง?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็ปกติจะมีโอกาสได้ไปทำงานหลายที่ เช่น ไปสนองงานพระผู้ใหญ่ ไปทำกิจกรรมของวัด กิจกรรมด้านการศึกษา หรือแม้แต่ว่าบางครั้งเรานั่งอยู่เฉยๆ แล้วเรารู้สึกว่า เราคิดธรรมะได้ ก็โพสต์ตอนนั้น เหมือนกับว่าเราคิดอะไรได้สักอย่างที่เป็นคำคมธรรมะ หรือว่าสุภาษิต อะไรอย่างเนี่ย หรือว่าไปสถานที่ต่างๆ ก็มักจะเอาสถานที่ที่เราไปมาเป็นรูปภาพในการโพสต์ของเรา

- ผู้วิจัย : ดิฉันที่สงสัยว่าต้องมีคนเข้ามาดู?
- พระมหาพร้อมบุญ : ดิฉันก็สงสัยว่าทำไมไม่ได้ติดต่ออะไร แต่ว่าก็ใช้ทุกวัน
- ผู้วิจัย : ในคอมฯ หรือในมือถือมากกว่ากันครับ
- พระมหาพร้อมบุญ : ส่วนมากก็มีมือถือนะ คอมฯ มีบ้างแต่น้อย

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

เช่นเดียวกับพระมหาพร้อมบุญ ที่มีความสามารถในการเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา ไม่แตกต่างไปจากพระกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูปที่ได้ระบุไปก่อนหน้านี้ โดยนัยยะสำคัญที่บ่งบอก คือ หากสามารถคิด หรือนึกอะไรออก ณ ช่วงเวลานั้นๆ ก็โพสต์ได้เลย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 รูป ต่างมีความสามารถในการเข้าถึงเฟซบุ๊กที่เปิดแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนได้ตลอดเวลา แล้วแต่ความพึงพอใจ และสถานการณ์ที่พระสงฆ์แต่ละรูปคิดว่า ณ ช่วงเวลานั้นเหมาะสม หรือมีโอกาที่จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กมาน้อยเพียงใด โดยแต่ละรูปต่างมีความชื่นชอบส่วนบุคคลแตกต่างกันออกไป

4.1.3.2 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในที่ผู้วิจัยสนใจนำมาวิเคราะห์ผลการเข้าถึงตัวบท ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นปัจจัยภายในเชิงจิตวิทยา (Psychological) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ซึ่งส่วนใหญ่จะเสนอความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในลักษณะทิศทางที่คล้ายคลึงกัน พอจะได้ข้อสรุป ดังต่อไปนี้

(1) ความต้องการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ปัจจัยแรก คือ ความต้องการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ดังบทตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของพระมหาโสภณ ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ก็คือ พอเทศน์เสร็จแล้วก็ลงเลยหรือครับ
- พระมหาโสภณ : ที่เราลงเลย ก็เพราะรู้สึกว่ามันเป็นกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา ให้เขาซึมซับอยู่เรื่อยๆ อย่างวัดแต่ละวัดที่นิมนต์เราไปเพื่ออะไร เพื่อต้องการดึงคน ถ้าถามว่าพระในวัดเขาเทศน์ได้มั๊ยได้ แต่ว่า ถ้าพระนักเทศน์อย่างนี้ จะมีมวลชน เขาก็รู้ ก็จะตามกันไป เพราะฉะนั้น ก็เป็นการโปรโมทวัดเขาด้วย ให้คนรู้ความเคลื่อนไหวกิจกรรมของพระพุทธศาสนา
- ผู้วิจัย : อย่างที่ผ่านมา เราเล่นเฟซบุ๊ก เราเล่นเพื่อเผยแพร่ทางธรรม กับเล่นเพื่อส่วนตัว หลวงพี่มองตัวเองเล่นทางไหนมากกว่ากัน

พระมหาโสภณ : ผมว่า 90% ก็คือ เล่นเพื่อเผยแพร่ทางธรรม อีก 10% ก็เรื่องทั่วไป เช่น ไปฉันทที่อยู่ยามานะ โยมถวายต้นไม้มา บางทีก็ใช้ดูเล่นๆ ว่า อันนี้สวยมั๊ย เป็นวิทัศนะ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

พระมหาพร้อมบุญ : แม้แต่บางครั้ง ไปต่างจังหวัด ทอดกฐิน ผ้าป่า เราก็ใช้สื่อโซเชียลช่วยประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊กของเรา ก็จะมีญาติโยมทักเข้ามา จะร่วมทำบุญกับเรา โดยการขอเลขบัญชี โอนเงินเพื่อทำบุญ ก็ถือเป็นสื่อกลางในการเชิญชวนให้ญาติโยมทำบุญได้ มีครั้งหนึ่งที่อาตมา ไปบูรณะพระประธานที่จังหวัดลำพูน แล้วใช้เฟซบุ๊กเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ ครั้งนั้นมีผู้สทบทุนร่วมทำบุญประมาณ 2 แสนกว่าบาท โดยการผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก มองว่าเป็นช่องทางที่ทำให้เขาได้รับรู้ง่ายขึ้นในการที่เขาจะรู้ และสนใจ

ผู้วิจัย : การเล่นเฟซบุ๊กเป็นเรื่องปกติของพระ? บางคนบอกพระไม่ควรเล่น ต้องนิพพาน?

พระมหาพร้อมบุญ : หลวงพี่มองเรื่องของสื่อเรื่องเทคโนโลยี ในฐานะที่จบไอทีนะ ระดับปริญญาตรี ปัจจุบันจะให้เด็กก็ตีหรือว่าให้คนเข้าไปวัดเข้าไปฟังเทศน์แบบเดิมๆ ก็คงจะน้อย สื่อก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธรรมะเข้าหาคนได้ง่ายขึ้นในยุคนี้ เพราะสื่อไปไกลไปได้ทุกที่ พอเราโพสต์ธรรมะโพสต์อะไรแบบนี้หลวงพี่เชื่อมั่นว่าจะไปได้ไกล เช่น พระมหาวุฒิชัยมีเฟซบุ๊กใช้มั๊ย ลองไปดูคนกดไลค์ กดแชร์เขาสิ เยอะมาก แปลว่าคนก็ยังสนใจ การที่คนจะไปหาฟังธรรมจากท่านที่เชียงใหม่ยาก แต่พอเฟซบุ๊กมามันก็ง่ายขึ้นหรืออย่างเช่น พระนพดล วัดพระธรรมกาย ท่านก็ใช้สื่อเฟซบุ๊กในการโพสต์ธรรมะ มีคำคม ก็มีคนแชร์ คนกดไลค์เยอะ ก็เลยคิดว่ามันมีประโยชน์ในส่วนดีของเฟซบุ๊กในการเผยแพร่ธรรมะให้ข้อคิด.. แต่ทุกอย่างแหละ ถ้าเรามองก็ต้องมีอีกมุมหนึ่งที่เราไม่อยากจะให้มี แต่มันเป็นไปไม่ได้หรอกที่มันจะไม่มี ก็อาจจะติดตามข่าวต่างๆ ที่ออก ว่าพระเล่นเฟซบุ๊กแล้วมันล่อแหลม เช่น โพสต์รูปที่ไม่เหมาะสม ไม่ค่อยสำรวม หรือว่าคอมเมนต์ในที่สาธารณะ ที่ใช้คำพูดไม่ค่อยดี หรือว่าเป็นคำพูดที่ล่อแหลมไปในทางในชู้สาวกันมันก็มี

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ปัจจัยภายในที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงตัวบทเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มพระสงฆ์ตัวอย่างจำนวนครึ่งหนึ่ง แสดงความคิดเห็นในประเด็นเดียวกัน คือ ต้องการใช้เฟซบุ๊กเพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงพุทธศาสนิกชน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ปัจจุบันไม่ค่อยเข้าถึงพระพุทธศาสนา การใช้สื่อเฟซบุ๊กเป็นสะพานเชื่อมถึง จะทำให้โอกาสดีธรรมคำสอนเข้าถึงฆราวาสได้มากขึ้น นอกจากนี้ สื่อเฟซบุ๊ก พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังถือเป็นช่องทางในการช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางพระพุทธศาสนาอีกด้วย

(2) ความต้องการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

อีกปัจจัยภายในที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เข้าถึงตัวบทเฟซบุ๊ก เป็นเพราะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ หากหลวงพี่จะสะดุดข้อมูลข่าวสาร แล้วต้องกดเข้าไปอ่าน จะเป็นเรื่องแนวไหน ลักษณะอย่างไร

พระมหาโสภณ : ผมก็จะ...คือ เราไม่ได้ว่าดูงานของเราอย่างเดียว เราก็ดูงานคนอื่น ๆ ด้วย ว่าเป็นอย่างไร สถานที่ของเขา บางทีเราก็จะได้เช็คด้วยว่า นักเทศน์แต่ละองค์เนี่ย กิริยามารยาทเวลาอยู่บนธรรมมาส แต่ละองค์เป็นอย่างไร เราก็จะได้รู้ ได้เห็น ได้ปรับตัว

ผู้วิจัย : ข่าวสาร การเมืองล่ะครับ?

พระมหาโสภณ : อ่าน แต่ว่าเป็นกลางนะ เพราะเราไม่ใช่จะไปเลือกข้าง เป็นอย่าง นั้น อย่างนี้ ทั้งๆ ที่รู้ แต่ก็เจียบชะ ต่อความยาวสาวความยืด อีกอย่างไม่ใช่เรื่องของพระ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : แล้วมีคอมเมนต์ไหนเป็นพิเศษ ที่หลวงพี่อยากจะไปตอบคอมเมนต์

พระมหาฐิติพงษ์ : เราเป็นคนที่ไม่ลบคอมเมนต์นะ วัดกันสิ เขาเขียนมา เราก็เขียนตอบ บางคนที่เรามีปฏิสัมพันธ์ที่ติดงอมด้วยเป็นพิเศษ การพูดคุยในช่องแชท อยู่แล้ว เราก็จะตอบเขา แต่ถ้าบุคคลทั่วไปเราก็จะกดไลค์ ให้รู้ว่า เรารับทราบนะ แต่เราจะไม่พิมพ์ว่า สาธุๆ เราไม่พิมพ์ คือ เราว่า สาธุๆ มันเป็นการขานรับว่า รับทราบ มันเป็นลักษณะ เอ้อ ทำนองว่า รู้แล้ว ซึ่งมันไม่ใช่เรา เพราะถ้าจะพิมพ์

อะไร ก็ตอบไปด้วยใจ ถ้าใจมันไม่สาธุ ก็ไม่ต้องไปสาธุ
แค่กดไลค์ก็พอแล้ว

- ผู้วิจัย : อันไหนที่เราารู้สึกว่า ควรจะคอมเมนต์ตอบในโพสต์ของเราเอง
- พระมหาฐิติพงษ์ : เขามาถาม มันมีเหมือนกัน ถ้าถามด้วยความอยากรู้ ก็จะตอบ
 แต่ถ้าถามด้วยความลองงูมิ เราไม่ตอบ เราจะปล่อยให้มันบ้าไป
เอง คือ ถ้าคนอยากรู้ สมัยก่อนเราบินไปสอนให้ฟรีธมเถไป
เพราะเราชอบอยู่แล้ว ถือเป็นการให้ความรู้ ถ้าเขาถามเพราะ
อยากรู้ เรายินดีตอบ แต่ถ้าเขาถาม เพราะอยากลองงูมิ เราจะ
ตอบทำไม

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

- ผู้วิจัย : หลวงพี่นี่ยังงี้ถึงเล่นเฟซบุ๊ก
- พระชนพล : ผมมีความรู้สึกว่ามันได้เพื่อนเยอะขึ้น เราได้แลกเปลี่ยนความคิด
ความคิดที่เรามีให้คนอื่นเขาได้รู้ และคนอื่นก็มาแชร์ความคิดกับ
เรา ก็คือ ไม่ใช่ไปในทางที่เห็นด้วยกับเราซะทุกคนไป คือ เราคิด
ขึ้นมา ก็มีคนอื่นมาแสดงความคิด ก็คือ เห็นด้วยบ้าง คิดต่าง
บ้าง มันก็เลยกลายเป็นว่าไม่มีอะไรเป็นสิ่งที่เราคิดถูกหรือผิด
เสมอไป

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ เคยได้ร่วมกับกลุ่มต่างๆ ที่มีบนเฟซบุ๊กมัย เช่น
กลุ่มสมาคมนิสิตเก่า
- พระมหาพร้อมบุญ : มีๆ ส่วนมากเขาจะเชิญเข้ากลุ่ม เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มป.ตรี ป.โท
ที่เราเรียนมีแน่นอน เพราะเราคิดว่าช่องทางเฟซบุ๊ก จะเป็น
ช่องทางในการติดต่อ แจ้งเหตุการณ์ หรือแลกเปลี่ยนมุมมอง
ต่างๆ ระหว่างกันได้ดีที่สุด เพราะใกล้ตัวเรา ถ้าเราโทร เราต้อง
โทรไปทุกคน แต่การตั้งกลุ่มทำให้เราได้รู้พร้อมกันในครั้งเดียว
ว่าจะโพสต์อะไร หรือส่งข้อมูลความคิดเห็นอะไรก็ตาม กลุ่มที่
เรามีก็จะเป็นกลุ่มนิสิตเก่า กลุ่มมหาลัย กลุ่มพระเครื่อง กลุ่ม
ของเก่าที่เราชื่นชอบ แนวศิลปะ

- ผู้วิจัย : ประเด็นเรื่องศาสนา อาจจะมีชวนถก

พระมหาพร้อมบุญ : ก็มีบ้าง อย่างเรื่องพุทธอิสระก็มีบ้าง ที่ออกมาตามสื่อ เราก็แสดงความคิดเห็นด้วยความสุภาพ หรือแชร์ก็มีบ้างในเรื่องศาสนา

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พอสรุปในทิศทางเดียวกันว่า พระสงฆ์ทุกรูป ต่างมองว่าการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะต้องการการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยภายใน ที่สนับสนุนให้พระสงฆ์เข้ามาใช้เฟซบุ๊ก เพื่อการสื่อสารแลกเปลี่ยนมุมมอง ทศนคติ ในเรื่องที่น่าสนใจคล้ายคลึงกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของพระสงฆ์แต่ละรูปอีกช่องทางหนึ่ง

(3) ความต้องการได้เจอเพื่อนเก่า

ปัจจัยภายในอีกประการที่สนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงด้วยทออย่างเฟซบุ๊กมากขึ้น คือ ความต้องการได้เจอเพื่อนเก่า ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างแสดงความคิดเห็นผ่านบทสัมภาษณ์ในทิศทางคล้ายคลึงกัน การเข้าใช้เฟซบุ๊ก ทำให้ได้เจอเพื่อนเก่าๆ ที่ไม่ได้เจอกันมานาน ก็จะใช้ช่องทางนี้ เพื่อจะได้ติดต่อเพื่อน หรือคนรู้จักอีกครั้ง ตามบทสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แสดงว่าเขาอาจจะตั้งเสตัสทางธรรมทั่วไป อย่างนั้นรีปาวครับ
- พระมหาโสภณ : มี อย่างเพื่อนเนี่ย โตมาด้วยกันนะ เป็นนักเรียนประถมฯ บ้านอยู่ใกล้ กัน แต่ไม่ได้เจอกันนาน จนกระทั่งมาเจอกันทางเฟซบุ๊ก เขาเป็นฆราวาสผู้หญิง
- ผู้วิจัย : แสดงว่า เพื่อนสมัยเด็กแทบไม่แอดใครเป็นเพื่อน
- พระมหาโสภณ : มี ก็มีนะ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนที่เรียนด้วยกันตอนสมัยเป็นเณร มากกว่า อันนี้ยังคบ ยังคุยกันอยู่ บางคนสึกไปแล้ว ไปทำธุรกิจ ยังคุยกันอยู่อันนี้มี

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

พระมหาฐิติพงษ์ : บางคนบอกว่า ถ้าไม่เล่นเฟซบุ๊ก เป็นการตัดช่องการสื่อสารรู้มัย หลวงพี่เจอเพื่อเก่าๆ ตั้งแต่สมัยประถมศึกษา ก็เพราะมาจากการเล่นเฟซบุ๊ก คนนี้คือ เพื่อนเราหนิ วันใดวันหนึ่งที่เขาหายไป เราไม่มีเบอร์โทรศัพท์ มันทำให้การติดต่อหายไป ถ้าอย่างนั้นเลิกเล่นไม่ได้ เพราะจะทำให้เราเหมือนคนเห็นแก่ตัวเห็นแก่ตัว คือ ถ้าเกิดคุณคิดจะเป็นแบบนี้ คุณเข้าป่าไปเลยคุณไม่ต้องมาบวชวัดในเมืองหรอก ถ้าบอกว่าไม่อยากจะอยู่กับใคร

คุณก็เข้าป่าไปเลย ไม่ได้ยุ่งกับใครแน่ ไปหากินในป่า ไม่ต้อง
อะไรแล้วด้วย เป็นความคิดอย่างนั้น

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

พระชนพล : ผมมีความรู้สึกว่ามันได้เพื่อนเยอะขึ้น เราได้แลกเปลี่ยนความคิด
(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : เพื่อนนี่คือ เพื่อนเซียงราย?

พระมหาพร้อมบุญ : เพื่อนนี่คือ เพื่อนในระดับที่เรียนด้วยกันตั้งแต่ประถมโน่นแล้ว
เพื่อนที่หมู่บ้านไร่ ก็มีโอกาสเค้าก็มาทำงานกรุงเทพฯ ก็เจอกัน
เค้าก็ถามว่าติดต่อยังไงมีเฟซบุ๊กไหม มีอะไรยังเนีย เพื่อให้ติดต่อ
ง่ายๆ เราก็ยังไม่มีตอนแรกเราก็ไม่ได้สนใจ เฟซบุ๊กอะไร
มากมายเท่าไร แต่พอลองสมัคร ก็สมัคร ก็น่าจะใช้เฟซบุ๊ก
ประมาณ 6-7 ปีที่แล้วนะ

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มี
ลักษณะเป็นทางธรรมถึงปัจจัยภายในที่ทำให้พระสงฆ์เข้าถึงตัวบทเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์แต่ละ
รูปเข้าใช้เฟซบุ๊ก เพราะต้องการได้เจอเพื่อนเก่าๆ และไม่ทราบว่าจะติดต่อสื่อสารกันได้อย่างไร แต่
ด้วยคุณสมบัติของเฟซบุ๊ก ทำให้มีโอกาสได้เจอเพื่อนสมัยเด็ก ตลอดจนเพื่อนใหม่ๆ ที่มีความสนใจ
คล้ายคลึงกันมากขึ้น

(4) ไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ตลอดจน

ข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมือง

ปัจจัยภายในอีกประการที่สนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม
ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมเข้าใช้เฟซบุ๊กนั้น เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการพลาด
ความเคลื่อนไหวของเพื่อนบน เฟซบุ๊ก ตลอดจนข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมืองในแง่มุมต่างๆ ที่เกิดขึ้น
ได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีความสนใจเข้าใช้งานเฟซบุ๊กจำนวนครั้งถี่ โอกาสที่จะได้เห็น
ข้อมูล หรือแม้แต่ความเคลื่อนไหวของเพื่อนร่วม เฟซบุ๊ก หรือสังคมโลกว่ามีอะไร เกิดขึ้นที่ไหน
อย่างไร แบบเรียลไทม์ย่อมมีสูงเพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : สรุปได้มั้ย ว่าเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ว
พระพุทธศาสนา

พระมหาโสภณ : สำคัญๆ ผมถือว่าสำคัญ อย่างในสมัยหนึ่ง ตอนที่พระเจ้าอยู่หัว
รัชกาลที่ 6 (พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว) ให้มีวิทยุ
ครั้งแรกเลยเนีย อ่า...สมเด็จพระสังฆราชเจ้า วัดราชาธิวาส ท่าน

สั่งห้ามพระเณรไม่ให้ฟังวิทยุ จนกระทั่งในหลวงต้องเสด็จไปวัดราชบพิธร ขอร้องให้พระเณรอย่างน้อยได้ฟังข่าว ไม่ใช่ว่าพระเณรจะโง่

ผู้วิจัย : แสดงว่าเฟซบุ๊ก ก็เป็นอีกช่องทางที่หลวงพี่จะใช้ เพื่อเปิดรับข่าวสารภายนอก อย่างนี้หลวงพี่เคยกดไลค์เพจข้อมูลข่าวสารต่างๆ บ้างมัย ส่วนใหญ่เป็นเพจประเภทแบบไหน

พระมหาโสภณ : ก็จะเป็นเกี่ยวกับคณะสงฆ์มากกว่า

ผู้วิจัย : แล้วอย่างข้อมูลข่าวสารทั่วไปอื่นๆ ละครับ

พระมหาโสภณ : อย่างข้อมูลข่าว กีฬา ก็มีๆ อย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ก็มี อย่างน้อยกดติดตาม มันก็ขึ้นมาให้เราเห็นตลอดเวลา ทำให้เรารู้ทางโลกย์ ไม่ได้ตกข่าว...

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เวลาเครียดๆ เราเคยใช้เฟซบุ๊ก เพื่อผ่อนคลายบ้างมัย อย่างอ่านข่าว ข้อมูลเบาๆ ข่าวบันเทิง หรืออะไรก็ตาม

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็ยังดูทั่วไป ก็มีมีความสุขกับการดูทั่วไปอยู่แล้ว เราก็เสพข่าวจากตรงนั้นอยู่แล้ว คนนั้นไปร่วมงานบุญที่วัดนั้น คนนี้ทำกิจกรรมที่วัดนี้ ซึ่งการเปิดดูแบบนี้ ก็ทำให้เราผ่อนคลาย เราจะบอกให้นะ คนไทย หรือคนเราเนี่ย มันมีอุปนิสัยชอบรู้เรื่องเพื่อนอยู่แล้ว การรู้เรื่องเพื่อนเนี่ยมันตอบโจทย์ เพราะอย่างบอกว่า ชั้นมีเรื่องจะเล่าคนมากันเต็ม แต่ถ้าไม่จั่วหัว ก็จะไม่มีคนเข้ามาสนใจ เนี่ยเฟซบุ๊กมันตอบโจทย์คนไทยได้ ทำให้เรารู้เรื่องนั้นนี่มากมาย การเล่นเฟซบุ๊ก มันคืออยู่อย่าง ตรงที่เพจที่เรากดถูกใจเนี่ยจะอุดมไปด้วยวิชาการ ประวัติศาสตร์ แง่ดีต่างๆ เช่น เพจเกี่ยวกับหลวงพ่พุทธทาส เกี่ยวกับธรรมะ การที่เราเล่นปุ๊บไม่ได้หมายความว่า เราไปรู้ทุกเรื่อง แต่เราเลือกรื่องที่จะรู้ นั่นหมายความว่า เป็นเรื่องที่เราชอบ เป็นความรู้ วิชาการ ธรรมะ ศิลปวัฒนธรรม อะไรอย่างนี้ ซึ่งมันก็จะขึ้นๆ มาก่อน แล้วหลวงพี่ก็เป็นคนไม่ชอบดูทีวี ตั้งแต่สมัยเรียนแล้วก็ตาม ไม่มีทีวี แล้วเราจะเสพข่าวได้อย่างไร ก็โทรศัพท์นี่ไง หลวงพี่สามารถรู้เท่าทันโลกได้จากการเล่นเฟซบุ๊ก เพราะเราเลือกช่องทางนี้ การรับสื่อ เราเลือกที่จะรับ เฟซบุ๊กในปัจจุบัน มันแทบจะครอบคลุมใน

ทุกหมวด แม้กระทั่งขายของก็ทำในเฟซบุ๊ก หรือแม้กระทั่งการทำโปรโมชั่นต่างๆ ก็ทำในเฟซบุ๊ก ของทุกอย่างอยู่ในเฟซบุ๊ก เราก็ดูจากเพจตรงนั้น เราก็เพียงพอ แล้วเราก็สามารถพูดทันโลก ทันคนได้เหมือนคนอื่น ไม่ใช่เราไม่มีทีวี แล้วเราตามไม่ทัน

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

- ผู้วิจัย : หลวงพี่กดไลค์เพจบ้างหรือไม่ กดไลค์เพจหมวดใด
- พระชนพล : ข่าวสารไม่ค่อยจะมีนัก ส่วนใหญ่จะเป็นหมา และผ้าไทย เครื่องถมทองสมัยก่อน ผมชอบอะไรที่มันเก๋ๆ งานเกี่ยวกับการรีโนเวทสถานที่ บ้านเก่าปรับปรุงใหม่ ผมก็มีติดตามเพจข่าวสาร ที่เค้าต่างๆ แต่ว่าไม่ได้กดไลค์ เช่น Fuck Ghost ผมเข้าไปดู
- ผู้วิจัย : หลวงพี่ติดตามข่าวสารที่เป็นข่าวปัจจุบันทันด่วนจากช่องทางใดรับรู้จากมือถือใช่หรือไม่
- พระชนพล : ไม่ชอบอ่านข่าวตั้งแต่เป็นฆราวาส แต่ก็อ่านหนังสือพิมพ์ รู้สึกว่าอ่านแล้วมันมีคอนเนกชั่น พอเราเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าว มันก็เกิดความคิดของตัวเองขึ้นมา ความคิดของเราก็เหมือนที่เค้าคอมเมนต์ แต่เราไม่ได้เข้าไปคอมเมนต์ของเค้าเท่านั้นเอง พอเราเข้าไปอ่านมันก็ยังต่อความคิดให้เรากว้างขึ้น แต่บางทีเคยเข้าไปอ่านคอมเมนต์นะ รู้สึกปวดหัว เคยอ่านทุกคอมเมนต์ ซึ่งคอมเมนต์นั้นก็คอมเมนต์ย่อยอีก แล้วคิดตอบเหมือนในคอมเมนต์ จนรู้สึก เฮ้ยอะไรวะ มันก็เป็นเรื่องของเค้า แล้วทำไมมาอยู่ในความคิดของเรา... แต่แค่เราไม่ได้คอมเมนต์ตาม ผมก็เลยตัดสินใจไม่เข้าไปอ่านดีกว่า

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : อย่างเวลาแข่งๆ เหนื่อยๆ จากเวลาต่างๆ เคยใช้เฟซบุ๊กเป็นตัวผ่อนคลาย มีบ้างมั๊ย เช่น อาจจะมีกลุ่มที่เราติดตามประจำ พอถึงเวลาว่าง เราก็ไปดูเพจนั้นๆ
- พระมหาพร้อมบุญ : เราไม่ได้ค้นหา มีอะไรหน้าฟีดเฟซบุ๊ก เราก็ดูตามนั้น

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทำให้พระสงฆ์กลุ่มนี้เข้าใช้เฟซบุ๊ก เพราะไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ตลอดจนข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมือง

ซึ่งแต่ละรูปต่างติดตามเนื้อหาข่าวสาร หรือกิจกรรมเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กแตกต่างกันออกไป ตามความชื่นชอบของพระสงฆ์แต่ละรูป โดยจะเข้าไปใช้เฟซบุ๊ก เมื่อมีโอกาสตามเหมาะสม เพื่อให้ตนเองได้เข้าถึงข้อมูลความชอบส่วนตัว และในภาพรวมก็เพื่อก้าวทันสถานการณ์ ทันกระแสบนสื่อโซเชียลมีเดีย ณ ขณะเวลานั้นๆ นั่นเอง

(5) ต้องการตอบสนองตัวเอง

นอกจากปัจจัยภายในที่สนับสนุนการเข้าถึงตัวบท ตามคำสัมภาษณ์จากกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ดังที่ผู้วิจัยสามารถจับประเด็นและสรุปแยกเป็น 4 ปัจจัยข้างต้นแล้วนั้น ยังมีปัจจัยสนับสนุนเฉพาะตัวของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์เพิ่มขึ้น มาเป็นแรงผลักดันส่วนตัวในการเข้าถึงตัวบทเว็บไซต์ เฟซบุ๊กของพระสงฆ์แต่ละรูป ในงานวิจัยชิ้นนี้ จะเห็นได้ชัดจากกลุ่มตัวอย่าง 2 ใน 4 รูปของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่เอง เวลามาเสนอ
- พระมหาฐิติพงษ์ : อย่างหลวงพี่ เวลามาเสนอ มักจะนำเสนอเรื่องราวของตัวเอง คือ โพสต์ต้องมีรูปของตัวเอง เพราะเราชอบ และมักจะมีเรื่องของตัวเอง คำประพันธ์ เพราะเราเองก็เป็นอาจารย์สอนด้านนี้ ก็สอนภาษาวรรณคดีมาเป็น 15 ปี 16 ปี ทีนี้ เราก็เลยเอาความรู้ความสามารถ เป็นสิ่งที่ชอบ ใ้ความรู้ ความสามารถ จริงๆ ก็พูดไปอย่างนั้นจริงๆ แล้ว มันคือ ความชอบ เฟซบุ๊กมันสะท้อนความชอบ ค่านิยม รสนิยม ความคิดของตัวเองบุคคลที่นำเสนอออกไป ซึ่งแน่นอนว่า มันเกี่ยวกับช่วงวัย ความคิด ของพระสงฆ์ที่เล่นด้วย เพราะว่าวัยวุฒิหนึ่ง คุณวุฒิหนึ่ง สองประการนี้ เป็นตัวแปรสำคัญ ที่ทำให้การโพสต์ การเสนอในเฟซบุ๊กแตกต่างกัน เช่น พระเถรเถิกๆ เนี่ย อาจจะไม่โพสต์แล้วก็แสดงความรู้สึกนึกคิด โดยที่ไม่ได้กลั่นกรอง แน่แน่นอนว่าจะต้องมีภาพลักษณ์ลบบๆ หรือไม่ดี เป็นในลักษณะโยม หรือทางโลกย์มากเกินไป ทำให้สังคมมองว่า ถ้าท่านบวชอยู่ ท่านไม่ควรนำเสนออย่างนี้

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เป็นคนกรุงเทพฯหรือครับ
- พระธรรพล : เป็นคนกรุงเทพฯ ก็เลยมีความรู้สึกว่าจะทำอะไรให้เรา รู้ถึงจุดตรงนี้ ก็เลยตัดสินใจบอกที่บ้าน บวชอยู่ที่สุพรรณบุรีอยู่ 5 พรรษา ไม่ใช่เนต ไม่เสฟข่าว ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ ไม่ดูโทรทัศน์

วัดที่อยู่เป็นวัดป่า 3 ปีแรก ที่ไม่เสพข้าว ไม่ดูโทรทัศน์ ไม่ใช้โทรศัพท์ ไม่ติดต่อกับใครเลย ก็อยู่ได้แบบสบายมีความรู้สึกว่ามันพอกลับเข้าเมืองไปมันรู้สึกว่ามันวุ่นวาย มันไม่ใช่สังคมของเราแล้ว จนมาทำความรู้จักกับเฟซบุ๊กเนี่ย ก็คือ ทางบ้านติดต่อไม่ได้เป็นห่วงพระหายไป 3-4 ปี ขาไม่มาหาเลยนะ อยู่แต่ในวัดก็ทำงานสร้างวัด บูรณะสร้างโบสถ์ จนที่บ้านมาก็เอาโทรศัพท์มาให้เครื่องนึง ก็เลยใช้ ใช้ติดต่อ ก็เห็นพระที่เขาเล่นเกมสกีในมือถือ ผมไม่เคยมีเฟซบุ๊กเลยนะ ตอนเป็นฆราวาสก็ไม่เคยใช้เฟซบุ๊ก พอมีก็เห็นว่ามันใช้ติดต่อได้ ก็เลยใช้ติดต่อ

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยพบว่า นอกจากเหตุผล หรือปัจจัยภายในหลักๆ ในการเข้าถึงตัวบทเฟซบุ๊กแล้ว พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูป ยังมีเหตุผลสนับสนุนส่วนตัวในการเข้าถึงสื่อประเภทนี้ แต่ที่โดดเด่นดูจากบทสัมภาษณ์แล้ว จะเห็นว่า พระมหาฐิติพงษ์จะระบุชัดเจนถึงเป้าหมายในการใช้งานเฟซบุ๊ก เพราะต้องการลงรูปที่ตนเองได้ถ่าย พร้อมกับการแต่งคำประพันธ์ตามความชื่นชอบและความสามารถของตนเองลงในพื้นที่เฟซบุ๊กของตัวเอง ขณะที่พระธนพลก็ระบุชัดเจนว่า แรกเริ่มเดิมทีที่เข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ก็เพียงเพราะต้องการใช้ติดต่อสื่อสารกับญาติที่อยู่กรุงเทพฯ ในขณะที่ตนเองบวชใหม่ๆ และจำวัดในจังหวัดสุพรรณบุรี ความชัดเจนเหล่านี้ ถือเป็นอีกปัจจัยสนับสนุนให้พระกลุ่มตัวอย่างบางรูปตัดสินใจเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ง่ายขึ้น

สำหรับประเด็นการเข้าถึงตัวบทของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ได้ข้อสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยในการเข้าถึงตัวบทเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน กล่าวคือ ด้านปัจจัยภายนอก มี 4 ประการประกอบด้วย 1. พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก 2. มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด 3. การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก และ 4. ความสะดวกในการเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลาเนื่องจากมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนพร้อมเปิดให้บริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน

ส่วนปัจจัยภายในเพื่อเข้าถึงตัวบทเฟซบุ๊กนั้น มีด้วยกัน 5 ประการ คือ 1. ความต้องการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธรูปศาสนาในแง่มุมต่างๆ 2. ความต้องการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3. ความต้องการได้เจอเพื่อนเก่า 4. ไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ตลอดจนข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมือง และ 5. ต้องการตอบสนองตัวเอง

นอกจากประเด็นเรื่องปัจจัยที่จำเป็นต่อการเข้าถึงตัวบทเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมแล้ว ยังมีปัจจัยทาง

เศรษฐกิจและสังคม ที่มีศักยภาพในการเข้าใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟน พร้อมกับความสามารถในการชำระค่าบริการโทรศัพท์และแพ็คเกจอินเทอร์เน็ต เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นชัดเจนว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูปมีความสามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอด 24 ชั่วโมง ขณะเดียวกัน พระสงฆ์กลุ่มนี้ต่างมีจุดยืนในการใช้งานเฟซบุ๊กในทิศทางไม่แตกต่างกัน โดยเห็นว่า ปัจจุบันสังคมไทยและสังคมโลกเข้าสู่ยุคไอที ยุคที่การสื่อสารไร้พรมแดน พระสงฆ์ก็เป็นประชากรส่วนหนึ่งของเมืองไทย และสังคมโลก เพียงแต่อยู่ภายใต้สถาบันศาสนา

การที่เฟซบุ๊กสามารถสื่อสารเนื้อหาครอบคลุมในแทบทุกหมวดที่เกิดขึ้นในสังคม พระสงฆ์ซึ่งเป็นสมาชิกของสังคม ย่อมมีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กไม่ต่างไปจากฆราวาส และยังเห็นว่าพระสงฆ์เข้ามาใช้สื่อนี้ ปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง เพราะต้องการให้ก้าวทันพฤติกรรมฆราวาส ด้วยการนำเสนอคติธรรม คำสอนทางพระพุทธศาสนาต่างๆ เข้าถึงผู้นับถือผ่านเทคโนโลยี เพื่อลดช่องว่างระหว่างศาสนากับพุทธศาสนิกชน ไม่ให้ทิ้งห่างกันมากลงไปเรื่อยๆ แต่ทั้งนี้กรอบกติกาความเหมาะสมของการใช้งานย่อมขึ้นอยู่กับดุลพินิจของพระสงฆ์แต่ละรูป นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญ คือ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูปล้วนแล้วแต่มีความรู้ความสามารถในการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กที่อยู่ในระดับดี เพราะพื้นฐานพระสงฆ์แต่ละรูปต่างมีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ หรือเพจของวัดอยู่เป็นประจำ การเข้าใช้งานเฟซบุ๊กจึงไม่มีอุปสรรค อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นเรื่องความต้องการตอบสนองตัวเอง ในการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ สะท้อนให้เห็นว่า พระสงฆ์แม้จะถือครองสมณเพศ แต่กลับยังมีความต้องการพื้นที่ส่วนตัวเหมือนกับคนทั่วไปเช่นเดียวกัน

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก จึงได้ข้อสรุปว่า การเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มนี้ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ ปัจจัยแรกถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม เพราะหากไม่มีปัจจัยดังกล่าว จะมีความสามารถเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ยากมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยเรื่องจุดยืนการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก และปัจจัยการเข้าถึงตัวบทเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้

4.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้

จากแนวทางการศึกษาของ David Morley ถึงเรื่อง “การบริโภคสื่อ” หรือ media consumption นั้น Morley ไม่ได้สนใจเพียงแค่การเปิดรับสื่อเท่านั้น แต่ Morley ยังสนใจลึกลงไปกว่านั้น กล่าวคือ ให้ความสนใจศึกษาถึงตัวผู้รับสาร ว่าผู้รับสารได้ให้ความหมายต่อตัวสื่อและสารนั้นๆ ด้วยว่าเป็นอย่างไร

ในการวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือวัด และวิเคราะห์ผลการรับรู้เรื่องราวในแง่มุมต่างๆ จากผู้ใช้สื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

4.2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

4.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

4.2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

4.2.4 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)

4.2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

ตารางที่ 4.4

แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ความสามารถในการจดจำเนื้อหา	<ul style="list-style-type: none"> - ความสามารถจดจำเนื้อหาที่ตนเองสนใจ ทั้งกลุ่มเฉพาะ และเพจบนเฟซบุ๊ก - ความสามารถจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับบัญชี เฟซบุ๊กของตนเอง เช่น ลักษณะการตั้งสเตตัส ยอดกดไลค์ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุจำนวนยอดกดไลค์มากหรือน้อยขึ้นกับปัจจัยใดบ้าง - ความสามารถจดจำเพื่อนบน เฟซบุ๊ก 			

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมถึงความสามารถในการจดจำเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการจดจำเนื้อหาได้ในระดับค่อนข้างดี โดยเฉพาะเนื้อหา ข้อมูล ที่แต่ละรูปมีความสนใจเป็นการเฉพาะ จะสามารถจดจำได้ในระดับดี อาทิ เพจที่กดติดตาม จำนวนยอดไลค์ ลักษณะการตั้งสเตตัส ตลอดจนเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ดังต่อไปนี้

4.2.1.1 เนื้อหาที่ตนเองสนใจ

ความสามารถจดจำเนื้อหาที่ตนเองสนใจ ทั้งกลุ่มเฉพาะและเพลงบนเฟซบุ๊ก

พระมหาโสภณ : อย่างเราเข้าไปดูหน้าเพจเขาชายของ ชายพระพุทธรูป อย่าง
ของคน นั้นเขาสวายนะ ของคนนี่เขาชี้เหร่ ก็จะมีดูของคนนั้น
คนนี่บ้าง ใ้เรื่องสัพเพพระนี่ไม่เลือกเวลา

ผู้วิจัย : แสดงว่า เฟซบุ๊ก ก็เป็นอีกช่องทางที่หลวงพี่จะใช้เพื่อเปิดรับ
ข่าวสารภายนอก อย่างนี้ หลวงพี่เคยกดไลค์เพจข้อมูลข่าวสาร
ต่างๆ บ้างมั๊ย ส่วนใหญ่เป็นเพจประเภทแบบไหน

พระมหาโสภณ : ก็จะเป็นเกี่ยวกับคณะสงฆ์มากกว่า

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ก็เล่นเหมือนคนปกติทั่วไป อย่างนั้นรีปาวครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : คือ การเล่นเฟซบุ๊ก มันคืออยู่อย่างตรงที่เพจที่เรากดถูกใจนี้แหละ
จะอดมไปด้วยวิชาการ ประวัติศาสตร์ แง่ดีต่างๆ เช่น เพจ
เกี่ยวกับหลวงพ่พุทททาส เกี่ยวกับธรรมะ เพราะฉะนั้นเวลามัน
ขึ้นมา เราก็มองเห็นเป็นคนแรก (See Frist) อะไรอย่างนี้ การที่
เราเล่นบับ ไม่ได้หมายความว่า เราไปรู้ทุกเรื่อง แต่เราเลือกเรื่อง
ที่จะรู้ นั่นหมายความว่า เป็นเรื่องที่เรารอบ เป็นความรู้ วิชาการ
ธรรมะ ศิลปวัฒนธรรม อะไรอย่างนี้ ซึ่งมันก็จะขึ้นๆ มาก่อน

ผู้วิจัย : หลวงพี่ได้อยู่ในกรู๊ปเฟซบุ๊กอะไรบ้างหรือไม่ครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : มี เยอะมากเลย อย่างกรู๊ปภาษาวรรณคดีมีเยอะมากเลย อย่าง
การโพสต์ในกรู๊ปน้อย ส่วนใหญ่หลวงพี่จะเน้นที่การอ่านอย่าง
เดียว เพราะเราจะโพสต์ในพื้นที่ตัวเองเท่านั้น เรามีข้อเสียอย่าง
หนึ่ง เราไม่ค่อยได้ไปนำเสนอในเพจต่างๆ ที่เขานำเสนอมากนัก
แต่เราถ้าจะนำเสนออะไร ก็จะนำเสนอในพื้นที่ของเราเอง

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่กดไลค์เพจบ้างหรือไม่ กดไลค์เพจหมวดใด

พระชนพล : ข่าวสารไม่ค่อยจะมีนัก ส่วนใหญ่จะเป็นเพจเกี่ยวกับหมา และ
ผ้าไทย เครื่องถมทองสมัยก่อน ผมชอบอะไรที่มันเก่าๆ งาน
เกี่ยวกับการรีโนเวทสถานที่ บ้านเก่าปรับปรุงใหม่ ผมก็มีติดตาม
เพจข่าวสาร ที่เค้าดังๆ แต่ว่าไม่ได้กดไลค์

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เข้าไปกดไลค์เพจอะไรบ้างไหม?
- พระมหาพร้อมบุญ : ไลค์เพจก็มีนะ
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เป็นเพจอะไรครับ
- พระมหาพร้อมบุญ : หลายๆเพจ มีทั้งเพจบุคคลสำคัญ เช่น นักแสดงที่เราชื่นชอบ หรือว่าเพจคำคม เพจอะไรที่มันสร้างสรรค์อะ หรือว่าเพจอะไรที่มันเกี่ยวกับงานของเรา เช่น การออกแบบบ้าง เพราะว่าวัดก็ต้องมีการออกแบบบิวอินท์ หรือว่าวัสดุต่างๆ ที่เราต้องใช้ เราก็ต้องกดไว้ เพื่อให้เราติดตามเค้า ให้เราเห็นอะไรอย่างนี้
- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ เคยมีร่วมกับกลุ่มต่างๆ ที่มีบนเฟซบุ๊กมัย เช่น กลุ่มสมาคมศิษย์เก่า
- พระมหาพร้อมบุญ : มีๆ ส่วนมากเขาจะเชิญเข้ากลุ่ม เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มป.ตรี ป.โท ที่เราเรียนมีแน่นอน กลุ่มที่เรามีก็จะเป็นกลุ่มศิษย์เก่า กลุ่มมหาลัย กลุ่มพระเครื่อง กลุ่มของเก่าที่เราชื่นชอบ แนวศิลปะ
- (พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 รูปข้างต้น เกี่ยวกับความสามารถในการจดจำเนื้อหาจากการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ในแง่ของการกดติดตามเพจ หรือเป็นสมาชิกกลุ่มเฉพาะบนเฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง สามารถจดจำได้ว่าเพจเฟซบุ๊กที่ตนเองกดติดตามเป็นเพจด้านใดบ้าง ตัวเองอยู่ในกลุ่มเฉพาะอะไรบ้างในเฟซบุ๊ก ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว สาเหตุที่จดจำได้ เพราะเป็นการกดติดตามตามความชอบส่วนตัว นอกจากนี้ เป็นที่สังเกตว่าพระสงฆ์ส่วนใหญ่ ยังมีติดตามเพจเกี่ยวกับพุทธศาสนาในทางใดทางหนึ่ง เช่น คติธรรมคำสอน เกี่ยวกับคณะภิกษุสงฆ์

4.2.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับบัญชีเฟซบุ๊กของตนเอง

ความสามารถจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับบัญชีเฟซบุ๊กของตนเอง เช่น ลักษณะการตั้งสเตตัส ยอดกดไลค์ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุจำนวนยอดกดไลค์มากหรือน้อยขึ้นกับปัจจัยใดบ้าง นอกจากกลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำเกี่ยวกับเพจ และกลุ่มเฉพาะบนเฟซบุ๊กที่ตัวเองติดตาม หรือเป็นสมาชิกอยู่ ขณะเดียวกัน ยังสามารถจดจำได้ว่า การตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊กตัวเองแต่ละครั้ง มียอดกดไลค์มากน้อยเท่าใด จนสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสาเหตุที่ยอดกดไลค์บนสเตตัสเฟซบุ๊กที่ได้โพสต์ไปจะมีจำนวนมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยใดประกอบบ้าง ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ปกติในแต่ละวัน จะมีการวางแผนก่อนหรือไม่ในการโพสต์เฟซบุ๊ก อย่างวันนี้ จะโพสต์เรื่องนี้ หรือว่า นึกอยากโพสต์ก็โพสต์

- พระมหาโสภณ : ส่วนใหญ่ ผมจะโพสต์เป็นกิจกรรมงาน แต่ว่า เรื่องธรรมะก็มี แต่ว่าคิดไม่ทัน บางทีคิดไม่ทันวันๆ นึง เพราะมันต้องคิดวันต่อวัน ว่าวันนี้จะโพสต์เรื่องนี้ วันนี้จะโพสต์เรื่องนี้ หลังๆ มันก็กลายเป็นอาทิตย์ละ 2 วัน พอ 2 วัน งานมันก็เยอะ มันก็มาคิดอันนี้อีก แล้วเราก็ต้องมาคิดเรื่องนี้อีก มันก็คิดไม่ทัน มันก็กลายเป็นว่า เหลืออาทิตย์ละวัน
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ในเรื่องของการโพสต์ช่วงเวลาเสร็จกิจแล้วโพสต์เลยได้ คอยมาคอยอดกตโลค์เราบ้างมั๊ยหลังได้โพสต์
- พระมหาโสภณ : ดูๆ เราก็จะดูใครโลค์เราบ้าง แล้วเพื่อน 4-5 พัน เราก็ต้องดูว่า เออ... เพื่อน 4-5 พัน โลค์แค่ 60-70 โลค์ มันผิดปกติ แสดงว่า บางทีมันมีหลายอย่าง บางทีคนมาขอเราเป็นเพื่อน เพราะต้องการเพื่อนจากเราเพื่อทำยอดโลค์ให้เขา อย่างนี้ก็ได้ และไอ้แท็กๆ หลายๆ อย่างเนี่ย แท็กโน่น แท็กนี้ แท็กสารพัด....
- ผู้วิจัย : แล้วเคยสังเกตบ้างมั๊ย ถ้าเราโพสต์แบบไหนจะมียอดโลค์เยอะ แล้วถ้าโพสต์แบบไหนยอดโลค์จะไม่ค่อยมี
- พระมหาโสภณ : สถานที่ที่เป็นเรื่องสำคัญ เช่น อย่างเป็นทางการเทศน์หอมมณีธรรมในพระบรมมหาราชวัง อันนั้น ยอดโลค์พุ่งกระฉูด เพราะยากมากที่ใครจะเข้าไปได้ เทศน์วัดอรุณฯ วันก่อน ยอดโลค์พุ่งเหมือนกัน แต่ถ้าเทศน์ทั่วไป อย่างโรงเรียน ก็อยู่ที่โรงเรียนอีก อย่างโรงเรียนศรีสุริโยทัย สตรีวิทยา1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต อย่างนี้ยอดโลค์จะเยอะ
- ผู้วิจัย : มีปัจจัยอื่น อีกมั๊ยครับ ที่ช่วยดันยอดกตโลค์
- พระมหาโสภณ : ปัจจัยอย่าง การตั้งคำพูดบนสเตตัสก็มีผล บางทีภาพเราให้เขาอ่าน เองไม่ได้ เราก็ต้องบอกว่า สถานที่ที่ไหน เวลาเท่าไร ใครเป็นประธาน
- (พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)
- ผู้วิจัย : เราเคยสังเกตมั๊ยครับ อย่างการตั้งโพสต์แต่ละที อันนี้ทำไม่ยอดกตโลค์เยอะ อันนี้ยอดโลค์น้อย
- พระมหาฐิติพงษ์ : ของหลวงพี่ไม่ถึงกับห่วย แต่ปกติของหลวงพี่เนี่ย จะมีคนกตโลค์มากอยู่แล้ว มากนะ

ผู้วิจัย : แล้วเวลาโพสต์แต่ละครั้ง เคยหยิบมือถือขึ้นมาดูหรือไม่ ว่ามี ยอดกดไลค์ มากน้อยแค่ไหนแล้ว

พระมหาฐิติพงษ์ : หลวงพี่ไม่ได้วิตกขนาดนั้น แต่ว่า เราก็จะดูว่า เเท่านี้แล้วนะ เเท่านี้ แล้วนะ บางครั้ง เรากลับมาทบทวนว่า เอ.. วันนี้ ทำไม ไลค์ น้อย อ้อ ก็เพราะว่าเราไปโพสต์อะไรที่ไม่ใช่ตัวของเราเองมั้ง สงสัย..อ่า มันจะได้สักประมาณ 300 ไลค์ อะไรอย่างนี้ ซึ่งเรา ถือว่าน้อย สำหรับเรา เราก็จะกลับมาวิเคราะห์วิจัยของเราเอง...

ผู้วิจัย : อย่างเวลาหลวงพี่จะตั้งโพสต์เฟซบุ๊กแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะใด

พระมหาฐิติพงษ์ : ไม่มีฯ เราจะไมโพสต์อะไรที่ไร้สาระเลย ไปดูได้เลย ก็ปีย้อนหลัง ไม่โพสต์ไร้สาระ แล้วก็ไม่เคยแชร์บทความ เราเขียนเอง นี่!! ดูด้วย (ยกบทความที่แต่งเองบนไอแพดให้ดู) แล้วเราแต่งเอง เขียนเอง โอ้โห... เราเก็บไว้หมด เราเขียนทุกวัน แล้วมันสำคัญ ตรงไหนที่จะไปลอกของคนอื่น เรานำเสนอของเราเอง เราไม่ได้ จำเป็นต้องไปลอกใคร

ผู้วิจัย : ทำไมหลวงพี่ไม่คิดจะโพสต์เสตัสลักษณะอย่างอื่นเลย?

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็เพราะเราอยู่ในสมณสาธูปอย่างนี้ ถ้าจะทำท่าทางแสบแสบ แล้วก็ถ่ายรูปอย่างนี้ไม่ได้ จะไม่มีการโพสต์มือนี่กินอย่างนี้ ไม่ได้ ไม่งาม คือ เราเนี่ย พระเนี่ยในระดับหลวงพี่เนี่ยกินดีมาก ถ้าจะไปโพสต์เนี่ยไม่ได้ โยมถวายแต่ของดีๆ เราไปงานใหญ่ๆ แล้วคน เศรษฐีทำบุญนะ กับงานสำคัญทำบุญ แล้วเราจะโพสต์ทำไมใน ด้านที่ไม่งาม

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่โพสต์เรื่องอะไร

พระชนพล : โพสต์ของผม อันดับแรกคือ ต้องคิดไม่เชิงธรรมะจนเกินไป เน้นเอาให้เข้าถึงจริง ปฏิบัติได้จริง ให้กำลังใจ เป็นข้อเตือนใจ ไม่ถึงกับเป็นธรรมะ เพราะจะทำให้บางคนเข้าไม่ถึง

ผู้วิจัย : คนมากดไลค์มากไหม

พระชนพล : ก็เป็นร้อยนะ แล้วก็โพสต์เกี่ยวกับสถานการณ์จริงที่ผมเคยเจอ มา อย่างเมื่อวานไปบิณฑบาต เดินไป มีมอเตอร์ไซด์สวนมาบน ทางเท้าตอนเช้า แล้วฝนก็เพิ่งหยุดตก มันเปียกกันนะ เราก็รู้สึก

ไม่ค่อยโอเค เลยโพสต์ในเชิงประชด ตีตึง ให้ข้อคิด ไปทำนองว่า ผมขอโทษแล้วกันไปเดินบนทางเท้า เป็นที่วิ่งของคุณในเวลานี้ ก็คือ ที่ผมโพสต์ อะไรที่มันไม่ถูกต้องในความคิดของผม ผมจะโพสต์มาในเชิงเสียดสี การกระทำของคน ซึ่งมันไม่ค่อยถูกต้อง ก็คือ ผมต้องกล้าที่จะให้คนอื่น ถูกต้องและยุติธรรมนิดนึง ยิ่งมาบอกว่า อย่างมอเตอร์ไซค์เมื่อวาน ถ้าคุณมาวิ่งทางเท้า ผมก็ไม่ได้อะไรนะ ผมก็คิดว่าคุณจะได้ไม่ต้องกลับรถไป แต่ตราบใดที่คุณมาว่าคนใช้ทางเท้า ผมคิดว่ามันไม่ถูกต้อง

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- พระมหาพร้อมบุญ : เอ่อส่วนมากชอบโพสต์ธรรมะ งาน
- ผู้วิจัย : อย่างเวลาโพสต์เราต้องมาคุยอดโลก์ยอดเน้นที่ว่าเพิ่มไหมครับ?
- พระมหาพร้อมบุญ : อืม พวกเห่อโลก์อะไรแบบนี้ ก็อาจจะมึนหน่อยว่าใครมา กดโลก์อะไรเราบ้าง เวลาเราโพสต์อะไรไปเราก็อยากจะให้ คนไลค์ คือ ถ้าเราอยากจะให้คน เพื่อน หรือว่าอะไรมากดโลก์ เราเหมือนกับว่าเค้ายังไม่ลิ้มเรานะ เค้ายังติดตามเรา เค้ายัง คิดถึงเราไม่ใช่หายกันไปเลยอะไรแบบนี้ มันก็เหมือนเป็นสังคม เพื่อนกันอะในเฟซบุ๊ก
- ผู้วิจัย : เคยคิดไหมว่าโพสต์แล้วยอดโลก์เฉลี่ยไม่เท่ากันมีตกบ้าง
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็มีสังเกตนะ แต่ไม่ได้กระทบอะไร
- ผู้วิจัย : ยอดโลก์น้อยจะโพสต์เป็นเรื่องอะไร?
- พระมหาพร้อมบุญ : งาน ธรรมะอะไรต่างๆ คนก็กดน้อย
- ผู้วิจัย : แล้วที่กดยะอะๆ คือ ?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็พวกคำกลอนตลกๆ ความรักที่แฝงด้วยธรรมะอะไรแบบนี้
- ผู้วิจัย : แสดงว่าธรรมะเพียวๆ ไม่ค่อยมีคนกดโลก์?
- พระมหาพร้อมบุญ : ใช่ ไม่ค่อยมีคนกด แต่ถ้าโพสต์แบบเชิงเล่นเชิงจริง หรือว่าเอา ธรรมะ ผสมคำวัยรุ่นน่ารักๆ มันก็รู้สึกคนกดเยอะ

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากข้อความสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊ก ให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เกี่ยวกับความสามารถในการจดจำเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ในส่วนของการตั้ง สเตตัส และจำนวนยอดกดโลก์นั้น ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำได้ว่า การตั้งสเตตัสบน เฟซบุ๊กตัวเองแต่ละครั้ง มียอดกดโลก์มากน้อยเท่าใด และด้วยสมณะเป็นพระสงฆ์ การตั้งสเตตัสควร

เป็นไปในลักษณะใด หลักการโพสต์สแตตัสควรอย่างไร รวมไปถึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสาเหตุที่ยอดกดไลค์บนสแตตัสเฟซบุ๊กที่ได้โพสต์ไป จะมีจำนวนมากหรือได้จำนวนน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยใดประกอบบ้าง อย่างพระมหากษัตริย์พระบรมราชูปถัมภ์ได้ชัดเจนว่า สามารถวิเคราะห์ได้ทันทีที่ยอดกดไลค์ตกไปจากจำนวนเฉลี่ยที่ควรได้เหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้เข้าใช้งาน เฟซบุ๊กมาเป็นระยะเวลาไม่นาน และมีความถี่สม่ำเสมอในการเข้าใช้เฟซบุ๊ก ระดับที่ตัวเองสามารถสังเกต จดจำ และประเมินผลถึงสาเหตุเกี่ยวกับยอดกดไลค์บนสแตตัสที่ตัวเองตั้งโพสต์แต่ละครั้งได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังคงเข้าใช้งานด้วย สัมมาสติ หรือมีความระลึกถึงตัว สามารถควบคุมสภาพจิตใจให้อยู่ในภาวะที่ต้องเป็นตัวของตัวเอง ทำพฤติกรรมต่างๆ ด้วยเหตุผลของตัวเอง นำหลักแนวคิดแบบ โยนิโสมนสิการ มาพิจารณาไตร่ตรองระหว่างใช้งานด้วยทุกครั้ง เนื่องจากรู้ตัวตนว่ายังสมณสาธูปเป็น พระสงฆ์อยู่

4.2.1.3 เพื่อนบนเฟซบุ๊ก

อีกประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความสามารถในการจดจำเนื้อหาบนเฟซบุ๊ก คือ ความสามารถในการจดจำเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต่างจดจำจำนวน หรือแนวโน้มสัดส่วน เพื่อนระหว่างฆราวาสกับพระสงฆ์ด้วยตัวเอง ได้ค่อนข้างดี ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระมหาโสภณ : แล้วเพื่อน 4-5 พัน เราก็ต้องดูว่า เออ... เพื่อน 4-5 พัน ไลค์ แค่ 60-70 ไลค์ มันผิดปกติ แสดงว่า บางทีมันมีหลายอย่าง บางทีคนมาขอเราเป็นเพื่อน เพราะต้องการเพื่อนจากเรา เพื่อทำ ยอดไลค์ให้เขา อย่างนี้ก็ได้

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เพื่อนของหลวงพี่ในเฟซบุ๊ก?

พระมหาโสภณ : หลากหลาย ตั้งแต่พลเรือน ทหาร รัฐวิสาหกิจ มีหมดตามโควต้า 5 พันคน

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

พระมหาฐิติพงษ์ : เรามีเพื่อนเป็นอาจารย์เยอะ คือ เพื่อนเราเต็ม 5 พันนะ เต็มเลย

ผู้วิจัย : เพื่อนดีในเฟซบุ๊กของหลวงพี่ สัดส่วนเป็นพระกับฆราวาสเท่าไร

พระมหาฐิติพงษ์ : 80% เป็นพระ 20% เป็นฆราวาส สัดส่วนโยมน้อย เพราะเรา เลือกลง โยมนุ่นวาย เขาอาจจะมึนทึบทางของเขาที่ไม่ตอบ โจทย์กัน อย่างกินข้าวก็ไม่อยากรู้ว่ากินอะไร หลวงพี่กินดีกว่า อีกรู้มี อะไรอย่างนี้

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : ที่หลวงพี่บอกพระในเมืองมีแค่ 10% ที่เป็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก

พระชนพล : ซ้าย คือ ผมมีพระในเมืองเป็นเพื่อนเยอะนะ แต่ไม่ค่อยคุย
ส่วนใหญ่ที่คุยเป็นเพื่อนพระที่ต่างจังหวัด

ผู้วิจัย : แล้วพระกับฆราวาสหลวงพี่เป็นเพื่อนกับกลุ่มไหนมากกว่ากัน?

พระชนพล : ส่วนใหญ่ก็เป็นพระมากกว่านะ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : แล้วเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กของหลวงพี่เยอะมั๊ย

พระมหาพร้อมบุญ : ก็เยอะนะ 2-3 พันนะ เท่าที่เคยดูอะ

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เป็นพระ หรือโยมมากกว่ากัน?

พระมหาพร้อมบุญ : ไม่เคยสังเกตนะ แต่น่าจะพอๆ กันนะ

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เป็นพระ?

พระมหาพร้อมบุญ : เป็นพระผู้ชาย

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ถึงความสามารถจดจำเพื่อนในแง่ของจำนวน และแนวโน้มสัดส่วนระหว่างเพื่อนที่เป็นพระสงฆ์ด้วยกันเอง กับเพื่อนที่เป็นฆราวาสทั่วไป ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์เหล่านี้ ต่างมีความสามารถจดจำได้ในระดับดี อย่างพระมหาโสภณ กับพระมหาฐิติพงษ์ต่างพูดชัดเจนว่า มีเพื่อนเต็มตามจำนวนโควตา 5 พันบัญชี ตามที่เฟซบุ๊กกำหนด อย่างไรก็ตาม พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกรูปต่างให้คำสัมภาษณ์ตรงกันว่า เพื่อนส่วนใหญ่ในเฟซบุ๊กของตัวเองมีสัดส่วนจำนวนเป็นพระสงฆ์ด้วยกันเองมากกว่าฆราวาส

4.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

ตารางที่ 4.5

แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ความเข้าใจฟังก์ชันการใช้งาน	- สามารถเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ดี			
ความเข้าใจเนื้อหา	- สามารถเข้าใจเนื้อหา คำศัพท์มาเร็วไปเร็ว รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ ข้อมูลต่างๆ บนเฟซบุ๊ก ได้เป็นอย่างดี			

จากการที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ถึงความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาที่ตนเองสนใจ ใน 2 ประการหลักๆ คือ กรณีฟังก์ชันการใช้งาน และกรณีเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

4.2.2.1 ฟังก์ชันการใช้งาน

สำหรับกรณีฟังก์ชันการใช้งาน ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจฟังก์ชัน เครื่องมือต่างๆ ที่ปรากฏให้ใช้งานบนเฟซบุ๊กได้ดี ทั้งการปรับเปลี่ยนรูปภาพโปรไฟล์ การเปลี่ยนภาพพื้นหลัง การโพสต์สเตตัส วิดีโอ การโพสต์รูปภาพต่างๆ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดจะเรียนรู้จากจุดเริ่มต้นที่ใช้งานเฟซบุ๊กใหม่ๆ จากนั้นก็ลองผิดลองถูก ประกอบกับถามเพื่อนที่ใช้งาน เฟซบุ๊กเหมือนกัน จนเข้าใจด้วยตนเอง ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แล้วย่างเครื่องมือ เครื่องมือต่างๆ บนเฟซบุ๊ก การบล็อก การกด ตั้งสเตตัส การเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ หลวงพี่มีลูกศิษย์ช่วยสอน หรือเราชิมซับมาเรื่อยๆ

พระมหาโสภณ : ก็ไม่ถึงขนาดนั้นนะ มันชิมซับมาเรื่อยๆ มากกว่า ว่าไอ้ตรงนั้นใช้อย่างไร เราก็ลองไป อ้อ มันเป็นอย่างนี้ ถ้าอันไหนไม่เข้าใจ ก็คอยถาม แต่ผมว่ามันก็ได้เล่นยากขนาดนั้นนะ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ก็คือ เรียนรู้ด้วยตัวเอง.....?

พระมหาฐิติพงษ์ : โอ้ยเก่ง (ตอบทันที) เราเป็นอาจารย์อะ

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หมายถึง ว่า หลวงพี่ได้เรียนรู้การใช้วิธีการมาเรื่อยๆ ว่ามันจะมีเครื่องมือ ทั้งการโพสต์ภาพ ตั้ง Status วิดีโอ อย่างนี้เราศึกษามาจากใครบ้าง หมายถึง วิธีการใช้เฟซบุ๊กครับ

พระธนพล : ตอนแรกก็ไม่รู้หรอก ก็คือ ใช้มาโพสต์ภาพ โพสต์บรรยายธรรมดา ก็คือ โยมจะรู้แล้วว่าพระทำวัตร คราวนี้ผมมีความรู้สึก ว่า โยมเข้ามาเยาะขี้ขึ้น ผมมีความรู้สึกว่ามันวุ่นวายผมเลยทำเฟซบุ๊กผม ประมาณว่าตัดขาดออกจากของวัด ก็มีโยมมาทำต่อด้วยการสร้างเพจวัด คือ ผมให้โยมจัดการกันเอง เฟซก็ไม่ได้เล่นแล้ว ผมมีความรู้สึกว่ามีคนมาใช้เฟซวัด ก็คือ ผมไม่ได้มีพาสเวิร์ดไว้คนเดียว ก็คือ มีโยมคนอื่นเข้ามาเล่นด้วย ผมเลยตัดปัญหาเพื่อที่จะไม่ให้ลามเป็นปัญหา ก็คือ คนที่ใช้ไม่พระคน

เดียวเป็นโยมด้วย แต่ไม่รู้ว่าคุณไปใช้อะไร คุณอะไรกับใคร ผมก็เลยแยกออกมา ตอนนั้นก็ไม่ได้ใช้เฟชบุ๊กแล้วให้โยมไปจัดการกันเอง พอมาสักพักหนึ่งก็มาสมัครเฟชของตัวเอง ก็คือ ช่วงที่ออกมาได้ประมาณ 4-5 เดือน แล้วก็พื้นฐานลองผิดลองถูก ตั้งแต่ดูแลเพจวัด ก็ทำให้งานเป็นเพิ่มเรื่อยๆ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : หลวงพี่รู้วิธีการใช้งานเฟชบุ๊กมากขนาดไหน
- พระมหาพร้อมบุญ : เราเรียนด้านไอที พื้นฐานมันก็มีอยู่แล้ว มันก็เลยไม่ได้ยากสำหรับเรา
- ผู้วิจัย : ในส่วนของการเลือกรูปโปรไฟล์ รูปโคเวอ์ข้างหลังมีหลักไหม หรือแล้วแต่คิดอยากเปลี่ยน?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็หลักการคือ สุภาพหน่อยให้เหมาะกับลักษณะวิสัย เช่น นุ่งห่มเรียบร้อย ไม่ส่อไปในแนวอนาจารไม่เหมาะสมสารูป
- ผู้วิจัย : รูปโคเวอ์เป็นรูปอะไร?
- พระมหาพร้อมบุญ : รูปโคเวอ์คือ ?... ออรูปพื้นข้างหลังอะหรือ ใช้เป็นรูปเจดีย์ชเวดากอง ก็จะมีเกี่ยวกับธรรมะ เกี่ยวกับกัณฑ์ เกี่ยวกับอะไรที่เป็นโบราณคดี ก็แล้วแต่ความชื่นชอบ เพราะว่าโดยส่วนตัวคิดว่าเฟชบุ๊กก็เหมือนตัวเรา ก็เหมือนภาพสะท้อนที่ออกมาในสื่อในเทคโนโลยี ก็หมายถึง ตัวตนของเราไง

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟชบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีความสามารถเข้าใจฟังก์ชัน เครื่องมือการใช้งานต่างๆ ในระดับดี โดยส่วนใหญ่นอกจากมีต้นทุนความรู้เรื่องนี้เป็นพื้นฐาน จนสามารถเข้าใจได้เร็วอยู่แล้ว ยังต่างเรียนรู้วิธีการใช้งานด้วยตัวเองเพิ่มเติม แม้จะมีบ้างที่จะสอบถามวิธีการใช้งานจากเพื่อนที่ใช้เฟชบุ๊ก แต่ไม่ถือเป็นแนวทางหลักในการทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจฟังก์ชันได้ทั้งหมดเท่ากับศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมเกี่ยวกับความเข้าใจฟังก์ชันการใช้งานเฟชบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ ถือว่าเข้าใจ สามารถใช้งานได้ โดยไม่มีอุปสรรคระหว่างการใช้งานแต่อย่างใดในปัจจุบัน โดยทั้งหมดต่างมีทุนทางความรู้เป็นพื้นฐานสู่ความสำเร็จ ด้วยการนำหลักวิริยะ คือ ความมุ่งมั่นทุ่มเท เป็นความมุ่งมั่นทุ่มเททั้งกายและใจ ที่จะเรียนรู้และทำให้เข้าถึงแก่นแท้ของสิ่งนั้นเรื่องนั้น มาเป็นแนวทางในการเข้าถึงเฟชบุ๊ก

4.2.2.2 เนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ปัจจุบันเฟซบุ๊กมีการเล่นเกมการใช้งานต่างๆ มากมาย จนทำให้เนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กมีหลากหลายรูปแบบ อาทิ ภาษาที่มาเร็วไปเร็ว ภาพเซลฟี ภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอ หรือแม้แต่การถ่ายทอดสด (เฟซบุ๊ก ไลฟ์) ฟังก์ชันที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นต้น และจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม พบว่า พระสงฆ์แต่ละรูปมีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ในระดับดี ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างคำศัพท์เฉพาะ มาเร็วไปเร็ว อย่างครีซ งูจิ..หลวงพี่ รู้จักมั๊ยครับ

พระมหาโสภณ : เข้าใจๆ รู้ๆ เพราะมาจากการที่เราเองก็ใช้สื่อโซเชียลนี่แหละ

ผู้วิจัย : อย่างเฟซบุ๊ก ไลฟ์ เรารู้จัก หรือได้เคยใช้บ้างหรือไม่ครับ

พระมหาโสภณ : มีๆ อันนั้นก็ใช่อีกช่องทาง บางคนก็เคยขอร้องให้เราอนๆ สดด้วยเข้าไป อาจารย์ขออนุญาตเถอะ บางทีเราก็จะดูบรรยากาศช่วงนั้นๆ บางทีเครื่องเสียงในงานนั้นอาจจะไม่ได้ช่วยเรา เยอะแยะ เราก็เอ่อ อย่าดีกว่า

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่รู้จักคำศัพท์ที่มาช่วงสั้นๆ แล้วก็ไป อย่าง ง้อว ได้หมด ถ้าสดขึ้น ที่ชอบพิมพ์กันบนเฟซบุ๊กบ้างมั๊ยครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : (ตอบสวนทันที) โอ๊ย! ทำไมจะไม่รู้ล่ะ เราเป็นอาจารย์ เราก็ต้องตามทันกระแสสังคม ขนาดพระด้วยกันยังใช้กันถมถ

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยเฟซบุ๊ก ไลฟ์ บ้างหรือไม่ครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : หลวงพี่ไม่ทำ แต่พระที่ทำ เพราะอาจจะต้องการนำเสนอกิจวัตรที่เป็นการกุศล เช่น การเทศน์ การไหว้พระสวดมนต์ บางคนอาจจะมีอุปนิสัยการนำเสนออยู่ในตัว เมื่อเห็นว่าการพิมพ์มันไม่ตอบโจทย์ หรือว่า อาจจะมีอันอื่นที่ตอบโจทย์มาก ก็จะทำช่องทางอื่นขึ้นมา เพื่อตอบโจทย์ หรือบางคนไลฟ์ โชว์ฟังเพลงอยู่ก็มี หรือบางคน มีอะไรเข้ามาคุยได้นะ เพราะว่าพระรูปนั้นหล่อ โยมก็มักจะเข้าไปดูตอนไลฟ์ แล้วฟิน อย่างพระหนุ่ม เณรน้อย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

- ผู้วิจัย : คำศัพท์มาเร็วไปเร็ว คำแสลง คำที่วัยรุ่นฮิต หลวงพี่ทัน หรือใช้บ้างหรือไม่ เช่น คำว่า "ครีซ" เป็นต้น
- พระชนพล : ทัน แต่ผมไม่ได้ใช้ ไม่เห็นความสำคัญต้องใช้นะ เห็นจากคนที่โพสต์ อู๋ จุ๊ คือ ถ้าเป็นพระด้วยแล้ว มันก็ไม่ควรด้วย
- ผู้วิจัย : อย่างเฟซบุ๊ก ไลฟ์ หลวงพี่เคยใช้ไหม และมองอย่างไรกับการถ่ายทอดสดแบบนี้ อย่างบางรูปอาจจะทำวัตรเย็นและถ่ายทอดไปด้วย หรือกำลังสวดมนต์ให้คนเข้ามาดูในเฟซบุ๊ก ว่ากำลังสวดมนต์อยู่ หรือทำกิจกรรมแบบนี้ หลวงพี่เคยใช้ไหม หรือมองว่ามันเป็นอย่างไร
- พระชนพล : ถ่ายทอดสด ในความคิดผมนะ มองว่าไม่เหมาะสม แม้จะทำวัตรเย็น เราสวดมนต์ เราต้องมีสมาธิกับสิ่งที่เราทำไม่ใช่ให้คนอื่นเข้ามาดูในสิ่งที่เรากำลังทำ ยิ่งทำวัตรยิ่งไม่ควร ผมว่ายังไม่เหมาะสม
- ผู้วิจัย : ในภาพรวมมองว่า เฟซบุ๊ก ไลฟ์ ไม่น่าจะใช้สำหรับพระ แบบนี้หรือเปล่าครับ หรือว่าบางกิจกรรม แล้วแต่กิจกรรม บางรูปอาจจะอ้างว่าไลฟ์สดทำวัตรเย็น เพราะอยากจะให้ญาติโยมเข้ามาฟังพระสวดมนต์ไปพร้อมกันทางเฟซบุ๊กแบบนี้ หรือหลวงพี่มองว่าไม่ค่อยงาม
- พระชนพล : มองว่าไม่ค่อยงาม ถามว่าเราไลฟ์ชั่วโมงนึง โยมจะมานั่งฟังเรา ชั่วโมงนึงมัย โยมเขาเข้ามาสวดกับเรามัย โยมเขาสวดตามเรามัย ขณะที่เราทำสิ่งที่ เป็นหน้าที่ของเรา ถ้ายังไม่สนใจหน้าที่ตรงนี้ มันจะได้อะไร
- ผู้วิจัย : รวมไปถึงวิดีโอไหมครับ สมมติว่าเคยถ่ายวิดีโอกิจกรรมติดกันแล้วค่อยมาอัปโหลดวิดีโอ
- พระชนพล : ส่วนตัวเอง ถ้าเกิดผมอัดวิดีโอ ผมจะอัปโหลดหรือไม่ มันต้องดูเนื้อหา และความเหมาะสม แต่ถ้าเกิดเป็นของคนอื่น ถ้าเกิดถ่ายทอดออกมาแล้ว อยู่ในอาการที่สรวลก็ดีไป แต่ยิ่งอยู่ระหว่างทำอะไรไม่รู้ ผมว่ามันไม่สรวล เว้นแต่ถ้ามีคนมาถ่ายให้ผม ก็ว่าไม่น่าเกลียดเท่าไร แม้แต่การถ่ายรูปเซลฟี ถ้าพระเซลฟีเอง ผมก็ไม่เห็นด้วยนะ แต่ถ้ามีคนถ่ายให้ก็โอเค แต่ถ้าถ่ายเองผมว่าไม่โอเค

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : อย่างกระแสนโซเซียล คำมาเร็วไปเร็ว ครัช ได้หมดถ้าสดชื่น
- พระมหาพร้อมบุญ : ส่วนตัวตามทัน แต่ไม่ค่อยสนใจ เพราะเป็นคนชอบภาษาไทย คือ ไม่ผิดที่เราจะเรียนรู้ แต่ผิดที่เราใช้ไม่เป็น
- ผู้วิจัย : เคยเฟซบุ๊ก โไลฟ์ไหมครับ?
- พระมหาพร้อมบุญ : เคย เพิ่งเคยใช้แค่ 2-3 ครั้งเอง อย่างเช่น ถ้าสุด นี่ไปสิงคโปร์ไป ดูงานก็ไลฟ์การแสดงน้ำพุไร้งี้ ก็คือ ไม่ค่อยได้ไลฟ์สด แต่มันก็มี บ้างที่เราไลฟ์ แต่ก็ไม่ค่อยเยอะเท่าไร ไม่ค่อยได้ใช้

(พระมหาพร้อมบุญ คะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากคำสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต่างรู้ทัน เข้าใจเนื้อหา คำศัพท์ที่มาเรื่อยๆ ไปเร็วต่างๆ กระแสความนิยมของสังคมกลุ่มหนึ่ง ณ ช่วงเวลาได้เป็นอย่างดี ถือเป็นไปในลักษณะทิศทางกรรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพราะแม้แต่รูปแบบการนำเสนอ ทั้งคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด ภาพถ่ายเซลฟี่ต่างๆ กลุ่มตัวอย่างรู้ทัน เพียงแต่การจะใช้งานเครื่องมือใด เพื่อให้เนื้อหาของตนเองปรากฏหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กมากนักน้อยเพียงใด ในรูปแบบใดนั้น ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ในทิศทางเดียวกัน ว่าอยู่ที่ความเหมาะสม เพราะด้วยตนเองครองสมณเพศอยู่

4.2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

ตารางที่ 4.6

แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	- เป็นเว็บไซต์ช่วยเผยแพรศาสนา - แหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลต่างๆ - เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ แม้แต่พระสงฆ์	- แหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลต่างๆ - เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ แม้แต่พระสงฆ์	- แหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลต่างๆ - เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ แม้แต่พระสงฆ์	- เป็นเว็บไซต์ช่วยเผยแพรศาสนา

ตารางที่ 4.6

แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม (ต่อ)

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	- เป็นเว็บไซต์เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก	- เป็นเว็บไซต์เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก - เว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ส่วนตัวจะทำอะไรก็ได้		
	-	-	เป็นเว็บไซต์ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน	
บริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก	สามารถรับรู้คุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กเป็นเพียงสื่อกลางเท่านั้น ส่วนข้อมูล หรือสังคมเฟซบุ๊กจะจริงหรือลวง พื้นฐานความรู้จักกันบนโลกแห่งความจริง เป็นปัจจัยแรกที่ช่วยตัดสินข้อมูล สิ่งที่ปรากฏบน เฟซบุ๊ก ว่ามีความจริง หรือมีสิ่งลวงซ่อนอยู่			

ด้วยเหตุผลของงานวิจัยชิ้นนี้ ไม่ได้แต่เพียงศึกษาความหมายของสารในเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่สื่อถึงเฉพาะผู้ใช้ ซึ่งในที่นี้หมายถึง กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมเท่านั้น แต่งานวิจัยชิ้นนี้ ยังหมายถึง ภาพลักษณ์ของตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊กเองด้วย ดังนั้น การตีความหมายจากสารในที่นี้ จึงไม่ได้หมายถึง เพียงแต่สารที่มาจากข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กเท่านั้น แต่ยังหมายถึง ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ตลอดจนเนื้อหาโดยรวมทั้งหมดของเว็บไซต์เฟซบุ๊กว่าได้สื่อความหมาย หรือสร้างความรู้สึกอย่างไรต่อผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างบ้าง

ในการตีความหมายสาร จากการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ เนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษาเป็น 2 ประเด็น คือ การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และการตีความหมายจากเนื้อหาที่อยู่ในเว็บไซต์

4.2.3.1 การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

จากคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เกี่ยวกับการตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยขออธิบายการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กจากกลุ่มตัวอย่าง ผ่านบทสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ดังต่อไปนี้

(1) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระมหาโสภณ

1. เป็นเว็บไซต์ช่วยเผยแพร่ศาสนา

ผู้วิจัย : สรุปได้มัย ว่าเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่พระพุทศาสนา

พระมหาโสภณ : สำคัญๆ นะ ผมถือว่าสำคัญ อย่างในสมัยหนึ่ง ตอนที่พระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 (พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว) ให้มีวิทยุครั้งแรกเลยเนี่ย อ่า...สมเด็จพระสังฆราชเจ้า วัดราชบพิตรฯ ท่านสั่งห้ามพระ เณร ไม่ให้ฟังวิทยุ จนกระทั่งในหลวงต้องเสด็จไปวัดราชบพิตรฯ ขอร้องให้พระเณรอย่างน้อยได้ฟังข่าว ไม่ใช่ว่าพระจะโง่

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

2. แหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ผู้วิจัย : แล้วอย่างข้อมูลข่าวสารทั่วไปอื่นๆ ละครับ

พระมหาโสภณ : อย่างข้อมูลข่าว กีฬา ก็มีๆ อย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ก็มี อย่างน้อยกดติดตาม มันก็ขึ้นมาให้เราเห็นตลอดเวลา ทำให้เรารู้ทางโลกย์ ไม่ได้ตกข่าว...

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

3. เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ แม้แต่พระสงฆ์

ผู้วิจัย : อย่างสาเหตุที่พระเข้ามาเล่นเฟซบุ๊กกันมาก อย่างพระที่มีชื่อเสียง ระดับประเทศ หรือพระทั่วไป

พระมหาโสภณ : (ตอบทันที) คือ ตอนนี่เล่นกันตั้งแต่เจ้าคุณยันสัปปะหรือ

ผู้วิจัย : แต่สำหรับพระสงฆ์กับการเล่นเฟซบุ๊กเอง ก็มองว่าเป็นเรื่องปกติ?

พระมหาโสภณ : เป็นเรื่องปกติ คือ อาจจะไม่ต้องถึงกับวางตัว เพียงแต่ว่า เลือกที่จะเสพในแง่บวกของเฟซบุ๊ก มากกว่าในแง่ลบ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

4. เป็นเว็บไซต์ไว้ดูข้อมูลเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ หากหลวงพี่จะสะดุดข้อมูลข่าวสาร แล้วต้องกดเข้าไปอ่าน ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องแนวไหน ลักษณะอย่างไร

พระมหาโสภณ : ผมก็จะ...คือ เราไม่ได้ว่าดูงานของเราอย่างเดียว เราก็ดูงานคนอื่น ๆ ด้วย ว่าเป็นอย่างไร สถานที่ของเขา บางทีเราก็จะได้เช็ค

ด้วยว่า นักเทศน์แต่ละองค์เนี่ย กิริยามารยาทเวลาอยู่บนธรรม
มาส แต่ละองค์เป็นอย่างไรร เราก็คงได้รู้ ได้เห็น ได้ปรับตัว

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

(2) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระมหาฐิติพงษ์

1. แหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ผู้วิจัย : ก็เล่นเหมือนคนปกติทั่วไป อย่างนั้นรีปาวครับ
พระมหาฐิติพงษ์ : คือ การเล่นเฟซบุ๊ก มันคืออยู่อย่างตรงที่เพจที่เราถูกใจนี่นะ จะอุดมไปด้วยวิชาการ ประวัติศาสตร์ แง่ตีต่างๆ เช่น เพจเกี่ยวกับหลวงพ่พุทธทาส เกี่ยวกับธรรมะ เพราะฉะนั้นเวลามันขึ้นมา เราก็คงเห็นเป็นคนแรก (See First) อะไรอย่างนี้ การที่เราเล่นเฟซบุ๊ก ไม่ได้หมายความว่า เราไปรู้ทุกเรื่อง แต่เราเลือกเรื่องที่จะรู้ นั่นหมายความว่า เป็นเรื่องที่เราชอบ เป็นความรู้ วิชาการ ธรรมะ ศิลปวัฒนธรรม อะไรอย่างนี้ ซึ่งมันก็จะขึ้นๆ มาก่อน แล้วหลวงพี่ก็เป็นคนไม่ชอบดูทีวี ตั้งแต่สมัยเรียนแล้วก็ตาม ไม่มีทีวี แล้วเราจะเสพข่าวได้อย่างไร ก็โทรศัพท์นี่ไง หลวงพี่สามารถรู้เท่าทันโลกได้จากการเล่นเฟซบุ๊ก

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

2. เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ แม้แต่พระสงฆ์

ผู้วิจัย : แสดงว่า หลวงพี่มองว่า เฟซบุ๊กเป็นเรื่องธรรมดา ที่คนจากสถาบันใดๆ ก็เข้ามาใช้ได้

พระมหาฐิติพงษ์ : ใช่ มันต้องแยกแยะสิ ถ้าไม่แยกแยะจะมีสมองไว้กันหุทำไหม

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

3. เป็นเว็บไซต์เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก

ผู้วิจัย : เวลาเครียดๆ เราเคยใช้เฟซบุ๊ก เพื่อผ่อนคลายบ้างมั๊ย อย่างอ่านข่าว ข้อมูลเบาๆ ขำขันตลก หรืออะไรก็ตาม

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็ยังดูทั่วไป ก็มีความสุขกับการดูทั่วไปอยู่แล้ว เราก็เสพ ข่าวจากตรงนั้นอยู่แล้ว คนนั้นไปร่วมงานบุญที่วัดนั้น คนนี้ทำกิจกรรมที่วัดนี้ ซึ่งการเปิดดูแบบนี้ ก็ทำให้เราผ่อนคลาย เราจะบอกให้นะ คนไทย หรือคนเราเนี่ย มันมีอุปนิสัยชอบรับรู้เรื่องเพื่อนอยู่แล้ว การรู้เรื่องเพื่อนเนี่ยมันตอบโจทย์ เพราะอย่างบอก ว่า ชั้นมีเรื่องจะเล่าคนมากันเต็ม แต่ถ้าไม่จั่วหัว ก็จะไม่มี

คนเข้ามาสนใจ เนี่ย เฟซบุ๊กมันตอบโจทย์คนไทยได้ ทำให้เรารู้เรื่องนั้นนี่มากมาย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

4. เว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ส่วนตัวจะทำอะไรก็ได้

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยหยิบเรื่องเหตุการณ์สำคัญๆ ของประเทศมาเขียนบนเฟซบุ๊กของตัวเองบ้างมั๊ย

พระมหาฐิติพงษ์ : ในเฟซบุ๊กของเราไม่จำเป็นต้องนำเสนอธรรมะเลย ใน 100% อาจจะมีการเสนอธรรมะเพียงแค่ 2% ก็มันเป็นเรื่องของเรานहींว่าเราจะนำเสนออะไร

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

(3) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระธนพล

1. แหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ผู้วิจัย : ในความคิดหลวงพี่ มองเฟซบุ๊กยังไง?

พระธนพล : ก็เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสาร คือ มันเชื่อมโยงหลายเรื่องไว้ในนี้ให้เห็น อะไรหมด

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

2. เป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ แม้แต่พระสงฆ์

ผู้วิจัย : ยกเว้นเป็นกระแสข่าวขึ้นมาแล้วสื่อมวลชนเล่น แบบนี้เป็นปาราชิก

พระธนพล : ใช่ คือ เอาเปรียบเทียบระหว่างเล่นเฟซบุ๊กกับกินเหล้า ผมคิดว่ากินเหล้าเสื่อมเสียมากกว่า เพราะว่าคนเล่นเฟซบุ๊ก แต่ละคนไม่เหมือนกัน ถามว่าคนกินเหล้า ไม่ได้เป็นคน แต่เป็นพระอาจเสียสติ มันคือ บ่อเกิดปัญหา ผลเสียตามมา

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

3. เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ผู้วิจัย : หลวงพี่นึกยังไงถึงเล่นเฟซบุ๊ก

พระธนพล : ผมมีความรู้สึกว่ามันได้เพื่อนเยอะขึ้น เราได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เรามีให้คนอื่นเขาได้รู้ และคนอื่นก็มาแชร์ความคิดกับเรา

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

(4) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระมหาพร้อมบุญ

1. เป็นเว็บไซต์ช่วยเผยแพร่ศาสนา

ผู้วิจัย : การเล่นเฟซบุ๊กเป็นเรื่องปกติของพระ?

พระมหาพร้อมบุญ : ปัจจุบันจะให้เด็กก็ดี หรือว่าให้คนเข้าไปวัดเข้าไปฟังเทศน์แบบเดิมๆ ก็คงจะน้อย สื่อก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธรรมะเข้าหาคนได้ง่ายขึ้นในคนยุคนี้ เพราะสื่อไปไกล ไปได้ทุกที่ พอเราโพสต์ธรรมะ โพสต์อะไรแบบนี้ หลวงพี่เชื่อว่ามันจะไปได้ไกล เช่น พระมหาวุฒิชัยมี เฟซบุ๊กใช้มัย ลองไปดูคนกดไลค์ กดแชร์ เขาสิ เยอะมาก แปลว่าคนก็ยังสนใจ การที่คนจะไปหาจะไปฟังธรรมจากท่านที่เชียงใหม่ก็ยาก แต่พอเฟซบุ๊กมามันก็ง่ายขึ้น

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

2. เป็นเว็บไซต์ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

พระมหาพร้อมบุญ : บางครั้งเราคิดว่าเฟซบุ๊กไม่ได้จำเป็นต้องโพสต์ต้องอะไรตลอด เฟซบุ๊กก็หมายถึง ช่องทางหนึ่งที่สามารถติดต่อสื่อสารกับคนที่เรารู้จัก เช่น ติดต่อกับงาน ติดต่อกับเพื่อน อะไรแบบนี้

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ถึงประเด็นการตีความหมายจากภาพลักษณ์เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กทั้งที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันออกไป

สำหรับในส่วนแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่คล้ายคลึงกันมากถึง 3 รูป จากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ 4 รูป หรือเกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเห็นคล้ายกันในประเด็น ดังต่อไปนี้ ภาพลักษณ์ของเฟซบุ๊กเป็นแหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลต่างๆ ภาพลักษณ์ของเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้แม้แต่พระสงฆ์ ถือเป็นสิทธิ์ของพระสงฆ์ เพื่อให้รู้เท่าทันโลก เพียงแต่ต้องนำแนวคิดแบบโยนิโสมนสิการ หรือมีสติไตร่ตรองระหว่างใช้งาน และมีจำนวนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเห็นคล้ายกันว่า เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ช่วยเผยแพร่ศาสนา รวมถึงเป็นเว็บไซต์เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตาม ยังมีมุมมองความคิดถึงภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ส่วนตัวทำอะไรก็ได้ ถือเป็นพื้นที่อิสระทางความคิด ขณะเดียวกันเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

4.2.3.2 การตีความหมายจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

การตีความหมายจากสารของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมที่สะท้อนจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก มีลักษณะคำตอบในทิศทางเดียวกัน คือ มีทั้งสิ่งที่เป็นจริง ขณะเดียวกันย่อมมีสิ่งลวงเกิดขึ้น คู่ขนานกันไป บางอย่างเป็นข้อมูล หรือเป็นความจริงใจที่ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กสื่อออกมาด้วยความจริงใจ แต่บางอย่างเป็นข้อมูลเท็จ หรือเกิดจากความไม่จริงใจของผู้ที่ต้องการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ข้อมูลด้านใด แล้วก็เสนอไปเช่นนั้น ดังมุมมองในบทสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยทันยุคไฮไฟว์บ้างหรือเปล่าครับ ตอนนั้นเรา เริ่มรู้จักอย่างไร อย่างยุคเฟซบุ๊ก รู้จักไฮไฟว์จึงต่อยอดได้?
- พระมหาโสภณ : ประมาณนั้นๆ แต่ผมว่าเฟซบุ๊กปวดหัวมากกว่าไฮไฟว์นะ คือผมว่ามันไม่ยากหรอก แต่รุ่นนั้นมันยังใหม่ๆ เรายังไม่ค่อยรู้ แล้วพอตอนนั้น เรายังไม่เล็งเห็นประโยชน์ว่าไฮไฟว์จะเป็นตัวช่วยเผยแพร่ เพราะว่าเข้าไปก็เจอแต่อะไร ไม่รู้ใครเป็นใคร บางทีก็เอารูปมาหลอกจิบเราบ้างก็มี
- ผู้วิจัย : นอกจากเรื่องอย่างนี้ มีประเด็นอีกหรือไม่ อย่างขอยืมเงิน อะไรประมาณนี้
- พระมหาโสภณ : มีๆ เป็นเด็กผู้ชาย ตีต่างว่าเชียงใหม่ เราก็ดูโปรไฟล์ ดูในอัลบั้มรูป ก็เออ เป็นเด็กหน้าตาดี ก็...บอกว่า อยากไปหาหลวงพี่จัง อยากไปอยู่ด้วย เราก็ถามว่า ทำไมอะไรยังไง แล้วก็ลงด้วยว่าตอนนี้ผมอยู่เชียงใหม่ ผมกลับไม่ได้ ผมถูกหลอกมา แล้วตอนนี้ไม่มีตั้งค์
- ผู้วิจัย : ณ ตอนนั้น หลวงพี่คิดอะไรอยู่
- พระมหาโสภณ : ไม่ได้คิดอะไร
- ผู้วิจัย : คิดมัยว่าเขามาหลอกมัย หรือว่าเขาเดือดร้อนจริงๆ หรือเขาตั้งใจมาหลอกหลวงพี่
- พระมหาโสภณ : จริงไม่จริงเราก็ไม่ได้คิด ไปอะไรขนาดนั้น ไม่ได้คิดอคติ คือ เราคุยแล้วก็จบอยู่ตรงนั้น
- ผู้วิจัย : มองว่า สังคมในเฟซบุ๊กมีความจริงใจต่อกันมากน้อยแค่ไหน บางครั้งอาจจะเป็นเพื่อนกัน แต่ไม่รู้จกกันแบบตัวเป็นๆ

- พระมหาโสภณ : ผมว่า คือ คนมันนานาจิตตัง หลากหลากกันไป ที่จริงใจก็มี
 อย่างที่คุยกันถึงปัจจุบันในเฟซบุ๊ก ที่ไม่เคยคุยกัน ก็ยังคุยกัน
 จนถึงปัจจุบันก็ยังมีเยอะมากมาย
- ผู้วิจัย : แสดงว่า เพื่อนที่อาจจะเจอกันซึ่งหน้า กับเพื่อนที่เจอโซเชียล
 อาจจะมีความจริงใจน้อยกว่าเพื่อนที่เจอกันซึ่งหน้าก็มี
- พระมหาโสภณ : ใช่ๆ ความเป็นไปได้ เพราะอย่างคนติดตามผมในนี้ มีตั้งแต่เด็ก
 มัธยม ถึงคนที่เข้าระดับมหาวิทยาลัย แล้วก็มีคนทำงาน สาขา
 ต่างๆ คนทำบัญชี

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

คำสัมภาษณ์ข้างต้นจากพระมหาโสภณ หนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัย
 พบว่า สังคมเฟซบุ๊กเป็นสังคมที่หลากหลาย นานาจิตตัง แต่สิ่งที่น่าเชื่อถือมากกว่า คือ เพื่อนที่เจอ
 ซึ่งหน้า เพราะหลายต่อหลายคนใน เฟซบุ๊กไม่เคยเจอกันซึ่งหน้า ซึ่งไม่แน่ใจว่าข้อความ เนื้อหา หรือ
 แม้แต่รูปภาพที่ส่งมา หรือโพสต์บนเฟซบุ๊ก จะมีความจริงใจ หรือมีสัจจะตามหลักพระพุทธศาสนา
 มากน้อยเพียงใด เพราะด้วยความที่ไม่เคยเจอกันมาก่อน ไม่สามารถเข้าไปรู้ถึงความจริงอีกส่วนได้
 สิ่งที่ได้เห็นเป็นเรื่องที่ปรากฏซึ่งหน้าเท่านั้น

ไม่แตกต่างจากความคิดเห็นของพระมหาฐิติพงษ์ในเรื่องเนื้อหาที่อยู่ใน
 เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่เห็นว่า มีทั้งสิ่งที่เป็นจริง ขณะเดียวกันย่อมมีสิ่งลวงเกิดขึ้น คู่ขนานกันไป แต่ทั้งนี้
 ย่อมขึ้นอยู่กับข้อมูล หรือตัวบุคคลนั้นๆ ด้วย ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่รู้สึกอย่างไรกับสังคมเฟซบุ๊ก อย่างความจริงใจ....
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ๊ย เราจะเอาชีวิตไปฝากไว้กับเฟซบุ๊กไม่ได้หรอกนะ คือ
 เราฝากได้ ในเรื่องการนำเสนอของเรา แต่เราจะฝากเรื่อง
 การปฏิสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นนี้หน่อย เฟซบุ๊กเป็นการคบอย่าง
 ฉาบฉวย แต่อาจจะจริงจังสักๆ บ้าง แต่เราเชื่อว่าจะน้อย
 อย่างเคยมีการตุนล้อเลียนว่า เพื่อนใน เฟซบุ๊กมีอยู่หลายพันคน
 แต่เวลามีคนมางานศพมากันแค่ 3 คน แต่ถ้ามีคนตายเนี่ย คนไป
 ไว้อาลัยในเฟซบุ๊กจะเยอะเลย แต่ถามว่ามีคนไปร่วมงานศพก็คน
 ถ้าไปต้องรู้จักจริงๆ ไม่มีใครหรอกที่รู้จักทางเฟซบุ๊ก แล้วรู้จักว่า
 เป็นคนอย่างไร แล้วไปแบบจริงจัง แต่อาจจะมึบ้าง แต่น้อย
- ผู้วิจัย : ยังไงเพื่อนที่มีความจริงใจต่อกันซึ่งหน้า เขามีความจริงใจต่อกัน
 มากกว่า

- พระมหาฐิติพงษ์ : แน่นนอน เพราะมันอาศัยบริบทหลายอย่าง เช่น เรียนมาด้วยกัน ทำงานด้วยกัน หรือมีปฏิสัมพันธ์อย่างอื่นแน่นแฟ้นยิ่งกว่า แต่เฟซบุ๊กเนี่ย มันเชื่ออะไรได้ เพราะเฟซบุ๊กเป็นการนำเสนอในด้านเดียว มันไม่ได้นำเสนอทุกด้าน แต่ถ้าเรารู้จักกันเขา เขารู้จักเราทุกด้าน เขาก็จะรู้ว่าจบประถมศึกษา มัธยมศึกษาที่ไหน ปริญญาที่ไหน เรียนสาขาอะไร ทำงานที่ไหน แต่ในเฟซบุ๊กจะเมคก็ได้ มันไม่มีการคัดกรองว่าเป็นเรื่องจริง หรือไม่จริง ดังนั้นเฟซบุ๊กในระยะหนึ่งเนี่ย เคยมีบอกว่า มันมีข้อบังคับตั้งชื่อจริงเท่านั้นนะ แล้วพอตอนหลังยกเลิกแล้ว
- ผู้วิจัย : อย่างนี้เวลามีคนมาขอकिनมนต์หลวงที่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กในแชท กับมาเจอด้วยตัวเอง ความสัมพันธ์แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
- พระมหาฐิติพงษ์ : การนิมนต์พระทางเฟซบุ๊กเนี่ยมี แต่เรารู้จักกันนะ ถ้าไม่รู้จักกัน จะมานิมนต์พระชี้ชีวิตได้อย่างไร มันอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มันก็ตอบว่า การที่นิมนต์ด้วยตัวเอง หรือการโทรศัพท์มาอยู่ๆ เนี่ย โทรศัพท์มาไม่รู้จักกัน จะนิมนต์ท่าน แล้วเธอเอาเบอร์ท่านมาจากไหน
- ผู้วิจัย : สุดท้ายก็อยู่ที่ตัวบุคคล ช่องทางการสื่อสาร ก็เป็นเพียงช่องทางหนึ่งเท่านั้น
- พระมหาฐิติพงษ์ : มันต้องตอบโจทย์ให้ได้ก่อนว่า ความน่าเชื่อถือมันคืออะไร มีหรือไม่ หรือบางคน เราศรัทธาซึ่งกันและกัน อย่างเราชอบนำเสนอเรื่องศิลปวัฒนธรรม เขียนบทความต่างๆ อีกคนเป็นอาจารย์ อยู่มหาวิทยาลัยชื่อดัง นำเสนอด้านนี้ๆ วันนึง เขาอาจจะเฟซบุ๊กมาหา ด้านนี้ๆ จะจัดงานอย่างนี้ ขอนิมนต์เราอย่างนี้ต้องไป เรามีตัวตนมีอะไรที่ชัดเจน ตัวบุคคลนั้นน่าเชื่อถือมากแค่ไหน เราก็ต้องดูตั้งแต่อดีตที่เขาเคยนำเสนอ แต่บางคนเคยโพสต์ รักเธोजัง วันนี้นกินข้าวผัด วันนีงเหงาจัง วันนีงรถติดมาก อย่างนี้ เราจะไปเชื่อใจคนเหล่านี้ได้อย่างไร

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น พระมหาฐิติพงษ์ หนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า พระมหาฐิติพงษ์ มีความคิดเห็นว่า การที่เพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก ตลอดจนสังคมนตรีบนเฟซบุ๊กมี

การนำเสนอข้อมูลผ่านข้อความ รูปภาพ หรือแม้แต่วิดีโอบนเฟซบุ๊ก ผู้ที่นำเสนอข้อมูลเหล่านั้นด้วย สัจจะความจริงใจหรือไม่ หรือมีความจริงเป็นส่วนผสมมากน้อยเท่าใดกับสิ่งที่ได้นำเสนอออกมา ขึ้นอยู่กับว่า เขาคนนั้นมีตัวตน หรือมีอะไรที่แสดงความชัดเจนว่าเป็นเขาหรือไม่ เพราะเห็นว่าเฟซบุ๊ก เป็นการนำเสนอข้อมูลด้านเดียว สิ่งที่เห็นจึงเป็นข้อมูลที่คนในสังคมเฟซบุ๊กตั้งใจนำเสนอเพียงเท่านั้น ไม่สามารถรู้ข้อมูล หรือความคิดถึงอีกด้านได้ ดังนั้น การใช้สติไตร่ตรองตรวจสอบถึงที่มาที่ไปของ ข้อมูล หรือบุคคลนั้นๆ ก่อน จะเป็นเครื่องมือช่วยคัดกรองความจริง ความเท็จ ที่สำคัญไปกว่านั้น คือ การรู้จักเป็นการส่วนตัวจะเป็นพื้นฐานสำคัญ ที่ช่วยตัดสินข้อมูลความเชื่อ ความรู้สึกต่างๆ ได้เป็น อย่างดี

สำหรับพระชนพล ได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นบริบทเนื้อหา และ สังคมบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊กกับผู้วิจัย ไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูป ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างเรื่องความจริงใจกับสังคมในเฟซบุ๊ก?
- พระชนพล : ผมว่าจะจริงใจ หรือไม่จริงใจ มันก็ขึ้นอยู่กับคนๆ นั้นที่โพสต์ หรือ เรารู้จักมากกว่านะ เพราะเราไม่รู้นิสัยเพื่อนทุกคนใน เฟซบุ๊กหรือว่าเขาไปยังไง แต่ถ้าเป็นเพื่อนสนิท คนรู้จักกันนาน อันนี้ผมรู้อะไร ว่า มันมาแนวนี้ มันหมายถึง อะไร แต่ถ้ารู้จักผิวเผิน อันนี้ เราก็ไม่รู้ได้ทั้งหมด ผมว่ามันต้องดูสภาพแวดล้อมรอบๆ ด้วย
- ผู้วิจัย : แล้วหลวงพี่ คิดว่า เพื่อนในเฟซบุ๊กจริงใจกันแค่ไหน
- พระชนพล : อันนี้ ก็อย่างที่บอก ถ้าเรารู้จักเขา อะไรที่เขาโพสต์ ที่เขาคิด เรา ก็รู้อย่างไร เพราะเรารู้จักเขาหนี
- ผู้วิจัย : ถ้าจู่ๆ มีญาติโยมมานิมนต์หลวงพี่ผ่านแชทในเฟซบุ๊กละ
- พระชนพล : อันนี้ บอกเลย ว่าถ้าไม่รู้จัก ก็ไม่ยุ่งด้วยนะ เพราะมันดูเหมือน ง่าย ไปมั่ว จู่ๆ ไม่รู้จัก แต่มาเชิญเราไปงาน มันก็ไม่ใช้เรื่องนะ ผมว่า แต่ถึงรู้จักก็ดูว่าสนิทแค่ไหนด้วยนะ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ในบทสัมภาษณ์พระชนพลข้างต้น ต่อประเด็นบริบทเนื้อหา และสังคม บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า คำตอบของพระชนพลมีใจความเนื้อหาไม่แตกต่างกับพระกลุ่ม ตัวอย่างรูปอื่น เนื่องจากเห็นว่า ความจริงใจนั้น ตัวบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรกๆ ที่จะรู้ว่า ข้อความ รูปภาพ หรือแม้แต่ความรู้สึกนึกคิดของคนโพสหน้านั้น มีความจริงใจมากน้อยเพียงใด หรือ สิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งลวง เพราะหากพื้นฐานคนนั้น เป็นบุคคลที่รู้จักอยู่แล้ว ก็จะทำให้รู้ว่าสิ่งที่คิดเป็น

อย่างไร แต่ถ้าเป็นคนทั่วไป หรือในภาพรวมในสังคมเฟซบุ๊ก ก็ต้องใช้วิจารณญาณพิจารณาเป็นกรณีๆ ไป

ด้านพระมหาร่วมบุญ ได้ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัย ในประเด็นบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งคำตอบที่ผู้วิจัยได้รับเป็นไปในลักษณะทิศทางเดียวกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างกรณีที่มีคนติดต่อ ทางเฟซบุ๊ก กับคนที่เผชิญหน้า ความรู้สึกจริงใจเป็นอย่างไร แตกต่างกันมั้ย

พระมหาร่วมบุญ : หลวงพี่เชื่อว่ามิตรภาพมีทุกที่ มีทั้งชีวิตจริง มีทั้งเพื่อนที่ไม่เคยเจอกัน แต่อยู่ในโซเชียล บางคนชีวิตจริงไม่ค่อยพูด แต่ในโซเชียลพิมพ์กระจาย บางคนรู้จักในชีวิตจริง และในโซเชียลถามว่า อันไหนมากกว่ากัน มันแยกแยะไม่ได้ แต่ถ้าในชีวิตจริงคงดีกว่า เพราะเพื่อนในโซเชียล ไม่รู้ว่าเราจะมีโอกาสได้เจอกันหรือไม่ สุดท้ายขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

(พระมหาร่วมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ของพระมหาร่วมบุญ ผู้วิจัยพบว่า ในประเด็นบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก พระมหาร่วมบุญมองว่า สังคมนี้อาจมีความจริงใจเกิดขึ้นหรือไม่ นั่น หรือมีอย่างน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมากกว่า เพราะพระมหาร่วมบุญเห็นว่า บางคนไม่ได้เจอในชีวิตจริง แต่เจอในสังคมเฟซบุ๊ก ซึ่งไม่อาจตัดสินได้ทั้งหมดว่า ข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอบนเฟซบุ๊กจะเป็นเรื่องจริง หรือเรื่องเท็จทั้งหมด ยิ่งถ้าไม่ใช่คนที่รู้จักด้วยแล้ว ยากที่จะตัดสิน ยกเว้นว่ามีพื้นฐานรู้จักผู้้นั้นเป็นการส่วนตัวอยู่แล้ว ก็จะประเมินได้ว่าข้อมูลที่นำเสนอ หรือความจริงใจที่เกิดขึ้นบนสังคมเฟซบุ๊กจะเป็นอย่างไร

สำหรับบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมทั้ง 4 รูป ถึงประเด็นบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต่างสามารถรับรู้คุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กได้เป็นอย่างดี ว่าเป็นเพียงสื่อกลางในการติดต่อเชื่อมโยงของคนบนสังคมเฟซบุ๊กเท่านั้น ส่วนข้อมูล รูปภาพ การนำเสนอผ่านรูปแบบต่างๆ ตลอดจนสังคมเฟซบุ๊ก จะมีความจริงหรือมีความลวงซ่อนอยู่ข้างหลังนั้น กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างมีมุมมองความคิดเห็นในแนวทางเดียวกันว่า พื้นฐานความรู้จักกันกับเพื่อนในสังคมโลกแห่งความเป็นจริงจะเป็นปัจจัยแรก ที่จะทำให้สามารถตัดสินข้อมูลของเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กหรือนั้น หรือข้อมูลที่ปรากฏบนสังคมเฟซบุ๊กว่ามีความจริง หรือมีสิ่งลวงซ่อนอยู่ เท่ากับระบุได้ว่า นอกจากผู้ใช้ต้องรู้จักกันโดยพื้นฐานบนโลกความจริงแล้ว ผู้ใช้ยังต้องรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ข้อมูล กระแสต่างๆ ที่ปรากฏบนสังคม เฟซบุ๊กในช่วงเวลานั้นๆ ด้วย

4.2.4 การมีปฏิริยาตอบสนอง (Response)

ตารางที่ 4.7

แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม
ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ภาพรวมการมีปฏิริยาตอบสนอง	- มีปฏิริยาตอบสนองอยู่ตลอดเวลาเมื่อมีโอกาสใช้งาน			
การรับเป็นเพื่อน	- รับทุกคนในเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นเพื่อน โดยไม่จำเป็นว่าเคยรู้จักกันหรือไม่ก็ตาม และไม่จำกัดว่าจะเป็นเพศชาย หรือหญิง เพียงแต่เป็นไปตามหลักการรับเพื่อนของตนเอง			
	- ขอรูปภาพรวมโปรไฟล์เป็นรายบุคคลก่อนรับเป็นเพื่อน			
		- ต้องมีตัวตนจริง - ต้องมีความชอบในด้านเดียวกัน - กรณีเป็นพระ ต้องไม่โพสต์เสียสมณรูปเด็ดขาด	- ต้องมีตัวตนจริง	
การรับเป็นเพื่อน			- ต้องไม่แชร์โพสต์ค่าทอคนอื่น	- ต้องเป็นบุคคลที่รู้จัก
การขอเป็นเพื่อน	- ขอเพิ่มเพื่อนจากคนที่ไม่รู้จัก	- ไม่นิยมขอใครเป็นเพื่อนก่อน ยกเว้นคนรู้จักหรือสนใจในเรื่องเดียวกัน	- ไม่นิยมขอใครเป็นเพื่อนก่อน	- ไม่นิยมขอใครเป็นเพื่อนก่อน ยกเว้นคนรู้จัก
การตอบคอมเมนต์	- จะตอบคอมเมนต์คนสนิทหรือมีคนเข้ามาคอมเมนต์ทำให้เสียหาย	- ไม่ค่อยตอบคอมเมนต์ ยกเว้นมีคนมาคอมเมนต์ขอความรู้	- จะตอบคอมเมนต์ช่วงที่โพสต์สดเดี๋ยวนั้นใหม่ๆ	- จะตอบคอมเมนต์คนที่รู้จักสนิทมากพอ

ตารางที่ 4.7

แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม
ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม (ต่อ)

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
การส่งคอมเมนต์	- แล้วแต่ สถานการณ์	- ต้องสนิทจึงเข้า ไปคอมเมนต์	- ต้องสนิทจึงเข้า ไปคอมเมนต์	- ต้องสนิทจึงเข้า ไปคอมเมนต์
การแชทผ่าน เฟซบุ๊ก	- หยุดสนทนาเมื่อ เห็นข้อความไม่ เหมาะสม	- ใช้สนทนาเรื่องมี ประโยชน์ อาทิ งาน เรียน		
การกดไลค์	- สเตตัสนั้นต้อง เป็นประโยชน์	- สเตตัสนั้นต้อง เป็นประโยชน์ ไม่มีเรื่อง การเมือง	- สเตตัสของ เพื่อนสนิท รวมถึงเรื่องที่ สนใจคล้ายกัน	- สเตตัสเกี่ยวกับ พุทธศาสนา
ลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)	- โพสต์ แชร์ ส่ง ข้อความส่วนตัว ไม่เหมาะสม	- เพื่อนร่วม เฟซบุ๊กเสียชีวิต	- โพสต์ แชร์ ส่ง ข้อความส่วนตัว ไม่เหมาะสม	- โพสต์ แชร์ ส่ง ข้อความส่วนตัว ไม่เหมาะสม - พระและเนรลง รูปนุ่งห่มจีวร ล่อแหลม
การบล็อกเพื่อน	- ส่งภาพโป๊ ส่ง ข้อความมาจีบ ยืมเงิน เสนอตัว นวดให้	- ไม่เคยบล็อก	- ส่งภาพโป๊ ข้อความจีบ	- ส่งข้อความจีบ

สำหรับเรื่องปฏิกริยาตอบสนอง (Response) กับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่
พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ
ใน 8 หัวข้อ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

4.2.4.1 กรณีการรับเป็นเพื่อน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมผู้วิจัยพบว่า มีปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการรับเป็นเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ด้วยเหตุผลแตกต่างกันออกไป โดยพระมหาโสภณ จะมีหลักในการรับเพื่อน คือ พิจารณาจากภาพรวมโปรไฟล์ของคนเข้ามาขอเป็นเพื่อนเป็นรายบุคคล ในลักษณะโยนิโสมนสิการมาไตร่ตรองให้ถ่วงถี่ โดยเฉพาะคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม โดยรับครบเต็มจำนวนที่ทางเฟซบุ๊กกำหนด 5,000 บัญชีผู้ใช้ จากนั้นค่อยพิจารณาย้อนหลัง บัญชีเฟซบุ๊กใดไม่เคลื่อนไหว ค่อยลบออกจากการเป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างมีคนเข้ามาแอดอย่างนี้ หลวงพี่จะทำอย่างไร
- พระมหาโสภณ : มองๆ ก็ต้องดูก่อน เหมือนเราก็ต้องมองห้วนอนปลายเท้า ใครอะไร อย่างไร ค่อยตัดสินใจอีกที ถ้าเห็นว่า ไม่ค่อยดีก็จะเพิกเฉยไป
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่มีเกณฑ์คัดกรองส่วนตัว กับคนที่เข้ามาแอดมั้ยครับ
- พระมหาโสภณ : ไม่หรอกๆ เราจะเข้าไปดูในโปรไฟล์เขาเป็นอย่างไร สุภาพ หรือกระด้างมากแค่ไหน เราก็จะดู เอาเป็นรายๆ ไปดีกว่า ถ้ารับแล้วไม่เหมาะสม หากว่าเราจะลบเขาจากการเป็นเพื่อน เราก็จะดูที่สาเหตุ
- ผู้วิจัย : เราก็เลือกรับทุกคนหมด ตามโควต้า 5 พันคนของเฟซบุ๊ก
- พระมหาโสภณ : อ่า ตามนั้นๆ แต่ว่า เราก็จะมาดูย้อนหลัง ว่าเพื่อนคนไหนเลิกใช้แล้วบ้าง ไม่ได้เล่นแล้ว ก็ลบทิ้ง แต่ถ้าใครยังเล่นอยู่ก็ไม่ได้ลบ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

สำหรับพระมหาฐิติพงษ์จะมีหลักการในการรับเป็นเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่ชัดเจน โดยยึดแนวคิดแบบโยนิโสมนสิการ หรือการไตร่ตรองก่อนตัดสินใจรับเพื่อนบนเฟซบุ๊ก หากเป็นโยมมาขอแอดเป็นเพื่อน จะพิจารณาจากการเข้าดูโปรไฟล์ว่ามีความชอบด้านเดียวกันหรือไม่ ตลอดจนโยมนั้นมีตัวตนในเฟซบุ๊กหรือไม่ แล้วพิจารณารับเป็นรายบุคคล หากเป็นพระด้วยกัน จะชัดเจนว่า จะไม่รับพระที่ขอบโพสต์เสียสมณรูป ไร้สาระเด็ดขาด ส่วนเพศหญิง ยังไม่ค่อยรับ เพราะดูไม่งาม ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างเรื่องการรับเป็นเพื่อน
- พระมหาฐิติพงษ์ : ปกติแล้วเนี่ย เราจะไม่ค่อยรับแอดเฟรนด์ที่เป็นโยม และปกติแล้วเนี่ย ก็จะไม่แอดโยมไป ยกเว้น คนที่ชอบด้านเดียวกัน คือด้านวัฒนธรรม

- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ ที่บอกว่า เราไม่ค่อยแอดใคร เรามีหลักในการเลือกมัยครับว่า เราจะเลือกรับใคร
- พระมหาฐิติพงษ์ : Mutual Friends ไง เพื่อนที่อยู่ร่วมกันบนเฟซบุ๊ก สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีตัวตน เราจะรับแอด กับอีกประการ ก็คือ ต้องดูอาการของพระรูปนั้นๆ ด้วย คือ เราอยู่ในตำแหน่งที่ การวางตัวเป็นแบบนี้ คือ พระก็มีสังคม เราอยู่สังคมชั้นนี้ แล้วเราจะไม่ไปยุ่งกับอีกสังคมหนึ่ง เพื่อไม่ให้มาเป็นภัยกับเราเด็ดขาด อย่างเช่น พระณร ที่หลายครั้งโพสต์แต่เรื่องรักๆ ใคร่ๆ อย่างนี้ เราไม่ได้เลย หรือว่า เป็นไปในเรื่องการ โพสต์ภาพที่ภาษาพระก็คือ เสียดสมณสาธูป อะไอย่างนี้ เราก็จะไม่รับแอดเด็ดขาด หรือเป็นพระที่โพสต์แล้วเราดูแล้วว่า ไร้สาระมากเลย เราไม่รับเลย เพราะว่า มัน.....คือ พระพุทธเจ้ายังตรัสบัวเป็นเหล่าๆ จำแนกเอาไว้ เราก็จำแนกเหมือนกัน เราก็จะมีเกณฑ์ที่เราจะไม่รับ แต่ถ้าเรารับอย่างเป็นโยม เมื่อแอดมา เราก็จะดูแล้วว่า เราไม่ได้ดูที่เขาเขียนนะ เราก็จะดูที่ว่า ความเป็นปกติของเขาที่เขาโพสต์ ซึ่งหมายความว่า ในตัวละบุคคล เขาย่อมมีความเป็นตัวเอง มันสะท้อนได้จากการไปดูรูปเก่าๆ สิ่งที่เขาเคยโพสต์ มันสะท้อนได้ว่า เขาคlickกับเรามัย ในทิศทางเดียวกันมัย
- ผู้วิจัย : หลวงพี่ครับ อย่างกรณี ถ้าเป็นเพศหญิง การรับเป็นเพื่อนพิจารณาจากอะไรบ้าง หรือรับทั้งหมด
- พระมหาฐิติพงษ์ : กรณีเป็นเพศหญิง ส่วนมากจะไม่ค่อยรับ หากรับจะต้องพิจารณาดูว่า มีเพื่อนร่วมกันเป็นกลุ่มคนประเภทไหน ชอบสนใจงานประเภทเดียวกันกับเรามัย เช่น ด้านศิลปะ ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น
- ผู้วิจัย : เพราะเป็นเพศที่พระสงฆ์รับ หรือแอด แล้วรู้สึกไม่งาม รืออย่างไรครับ หากมีเพศหญิงร่วมในเฟซบุ๊ก
- พระมหาฐิติพงษ์ : ไม่งามมากๆ ถ้ายังเป็นวัยรุ่น หรือ วัยสาวๆ แล้วด้วย มองว่าไม่งามมากกกก

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ด้านพระชนพลได้ให้สัมภาษณ์ผู้วิจัย ถึงหลักการเลือกรับเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก โดยพระชนพลจะไม่มีข้อจำกัดทางเพศ แม้แต่เพศที่สามก็รับเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก สะท้อนถึง

ให้ความเท่าเทียมกันทางเพศ เพียงแต่อยู่ในเงื่อนไข 2 ประการ คือ 1. ต้องมีตัวตนชัดเจน 2. ไม่เป็นคนชอบแชร์โพสต์ของเรื่องหนึ่งๆ แล้วด่าตลอด ส่วนเพศหญิงจะแยกเป็น 2 ส่วนเช่นกัน ส่วนแรกคือคนรู้จัก จะไม่ค่อยสกรีน รับหมด แต่ถ้าเป็นคนไม่รู้จัก จะขอรูปไปโพสต์ก่อน ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : เรื่องการรับเพื่อน เลือกรับเพื่อนยังไง มีเกณฑ์ไหม
- พระชนพล : ผมไม่ได้เหยียดเพศ ผมรับหมด คุยได้ แต่คุณต้องให้เกียรติในสถานะที่ผมเป็น เพราะทุกคนมีความทุกข์ บางคนเค้าทุกข์เขาก็อย่างเข้าวัด เพศนั้น เพศนี้เข้ามา เพราะสะดุดกับสิ่งที่ผมโพสต์คือ ให้ข้อคิด ก็เลยเค้ามาบอกว่าชอบที่ผมโพสต์ ชอบคุณ ถ้าเป็นเพศที่สาม เข้ามา อันนั้นคือ ผมรับได้ แต่ถ้าขวางโลกเข้ามาผมก็รับไม่ได้ นอกจากคุณจะไม่ให้เกียรติศาสนา และตัวคุณแล้ว คุณยังไม่ให้เกียรติตัวผมด้วย อันนั้นคือ ผมจะรับไม่ได้ละ
- ผู้วิจัย : กอดดูไปโพสต์ก่อนรับเป็นเพื่อนไหม?
- พระชนพล : ผมก็กอดดู เช็คก่อนว่าเป็นใคร ต้องเช็คว่าเป็นไปโพสต์เค้าเป็นอย่างไร แต่มันก็มีพลาดบ้าง รับเข้ามาแล้วทักว่า "น่ารักจัง" ผมก็ลบลเลยก็คือ จะไม่คุย ยิ่งเราไปคุยต่อ เรารู้แล้วว่าเค้าเข้ามาไม่ตีกับเราก็คือใครเข้ามาแอด ผมก็รับแอด แต่แค่ผมก็เข้าไปดูพฤติกรรมเวลาเขาโพสต์แล้วก็เลื่อนมาตาม ผมรู้สึกรู้ว่า คิดว่ามัน อย่งซื้อรองเท้ามาใหม่ คู่ละ 3,900 โยมส่งอาหารเสริมมา คอลลาเจน ก็มานั่งถ่ายอนุโมทนาบุญโยมคนนี้ ส่งคอลลาเจนมาให้ หรือส่งนู่นนี่มาให้
- ผู้วิจัย : แบบไหนที่จะไม่รับเป็นเพื่อน
- พระชนพล : อันดับแรกคือ ไม่มีตัวตน ผมจะไม่รับ ผมปล่อยให้ติดตามนะ ใครไม่ใช่รูปตัวเอง ผมจะไม่ได้ คือ ไม่ใช่รูปตัวเอง คุณไม่บริสุทธิ์ใจ ไม่เปิดเผยตัวเอง แม้แต่รูปไปโพสต์ของตัวเองคุณยังไม่ใช้ของตัวเอง ผมก็จะไม่รับ อันดับสอง คือ การแชร์ แชร์โพสต์แล้วเอามาด่า ก็ไม่รับ ผมว่ามันไม่เป็นเชิงสร้างสรรค์ เหมือนชีวิตคุณมีความทุกข์ ถ้าเกิดเค้าโพสต์ไปในทางสร้างสรรค์ ไม่น่าเกลียดมาก ผมก็รับ ส่วนคนที่โพสต์เรื่องการเมือง ผมก็รับทุกฝ่าย ไม่ได้แยกแยะสีแดง สีเหลือง ถามว่าผมมีความคิดไหม ผมมี

ความคิด แต่ผมไม่เข้าไปก้าวก่าย เพราะถือว่ามันไม่ใช่หน้าที่
ของผมที่จะต้องไปยุ่ง

ผู้วิจัย : ถ้าหากมีเพศหญิงมาขอเป็นเพื่อน หลวงพี่จะรับ หรือพิจารณา
ยังไงครับ

หลวงพี่ธนพล : แยกเป็นสองส่วนครับ ส่วนแรกคือ คนที่รู้จัก ส่วนที่สอง คือ คน
ที่ไม่รู้จักครับ ส่วนแรกผมจะไม่ค่อยสกรีนเท่าไรครับ เพราะเป็น
คนที่รู้จักกันหรือสนิทกัน ส่วนที่ 2 คือ คนที่ไม่รู้จักครับ อันดับ
แรก คือ ผมพิจารณาจากการ ถ่ายรูปตัวเองก่อนครับ ว่าเป็น
มาตุคามรีปาว เช่น การแต่งตัวที่ไปเกินไป โพสต์ที่ค่อนข้าง
ล่อแหลม หรือมากกว่านั้นครับ ส่วนญาติโยมที่เข้ามา เพื่อ
สนทนาธรรม ผมก็จะรับและสนทนาตามปกติครับผม แต่การ
สนทนาก็จะมีขอบเขตครับ คือ ตามวิสัยที่พระจะสนทนากับ
สีกาได้ครับ

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

สำหรับหลักการรับเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ของพระมหาพร้อมบุญ ผู้วิจัยพบว่า
พระมหาพร้อมบุญอีกหนึ่งตัวอย่าง จะมีหลักการเลือกรับเพื่อน คือ เป็นคนที่รู้จักจึงจะรับเป็นเพื่อน
แต่หากไม่รู้จักกันมาก่อน ต้องเป็นบุคคลที่มีผลงานทางวิชาการ สื่อสารมวลชน หรือบุคคลที่ชื่นชอบ
โดยจะเข้าไปส่องเฟซบุ๊กของคนที่มาแอดขอเป็นเพื่อนก่อน อย่างไรก็ตาม ส่วนเพศหญิง จะรับเป็น
เพื่อนก็ต่อเมื่อเป็นคนรู้จัก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ในส่วนในการเลือกเพื่อนมีการใช้หลักยังไง ใครจะมาเป็นเพื่อนก็
ได้?

พระมหาพร้อมบุญ : ประเด็นแรก 1. ก็จะเป็นบุคคลที่รู้จักก่อน ก็เช่น อาตมาไปเป็น
พระอาจารย์สอนที่โรงเรียนต่างๆ ก็จะมีนักเรียนที่เราเคยสอน
หรือกำลังสอนอยู่อะไรนี้ เค้าก็จะแอดเฟซเข้ามาเพิ่มเพื่อน
ส่วนมากก็คนรู้จักก่อน ไม่ว่าจะมาสายงานเรา หรือว่าสายพระ
เถระครูบาอาจารย์ในวัดที่เรารู้จัก ในมหาวิทยาลัยก็ดี 2. คนที่
เราไม่ได้รู้จักในชีวิตจริง แต่ที่เรารู้สึกที่เราชื่นชอบผลงานท่าน
เช่นเป็นบุคคลสำคัญบ้างทางวิชาการ แวดวงสื่อก็ดี ก็จะเลือก
รับบ้าง หรือเราแอดเข้าไปก็จะมี

ผู้วิจัย : หลวงพี่ตั้งเฟซบุ๊กเป็นติดตามได้ไหม คือ ก็จะมีเพื่อนแล้วก็มีคน
ติดตามคือ ไม่ได้เป็นเพื่อนแต่ติดตามได้ไม่ได้เป็นส่วนตัว

- พระมหาพร้อมบุญ : ไม่ๆ ติดตามได้ เพราะว่าตั้งค่าสาธารณะตลอดทุกโพสต์
- ผู้วิจัย : แล้วคนที่แอดมาถ้าไม่ได้เป็นคนรู้จักกัน?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็ปกติจะแอดใครนะ ถ้าตอนนั้นะ ก็เมื่อก่อนเนี่ย ก็จะเออแอดๆ มากี่ไม่ได้สนใจ แต่ช่วงหลังเนี่ยก็จะคัดกรองหน่อย เพราะว่ามัน อาจจะเกิดความวุ่นวายกับเราได้ในบางครั้ง ก็พอครั้งแรกที่เข้าไปมีคนเพิ่มก็เรียกว่าเข้าไปส่อง เข้าไปเรียกส่องละกันเนอะ ส่องเฟซเค้าก่อนว่าเค้าเป็นยังไง โปสต์อะไรยังไงบ้าง จากนั้นแล้วค่อยพิจารณาว่า ถ้ามันเหมาะสมก็เลือกที่จะรับเพื่อน
- ผู้วิจัย : ผู้หญิงรับแอดไหม?
- พระมหาพร้อมบุญ : ผู้หญิงเนี่ยละเอียดอ่อนมาก ต้องดูก่อนว่ารู้จัก แต่ว่าไม่ค่อยมี น้อยมากถามว่ามี คือ ผู้หญิงในเฟซมีไม่ถึง 10%
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เป็นพระ?
- พระมหาพร้อมบุญ : เป็นพระผู้ชาย
- ผู้วิจัย : แล้ว ผู้หญิงกลุ่มนั้นเป็นใคร
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็เป็นประมาณว่าคนรู้จัก ญาติโยมที่รู้จักกัน หรือว่าบางครั้งก็ เรามีเบอร์ พอมีเบอร์มันก็จะซิงค์กันได้เราก็จะรู้ว่า อะคนนี้ สมมุติว่าญาติโยมเข้ามาติดต่องานก็ขึ้นมา เราก็เลือกที่จะรับ อะไรแบบนี้
- ผู้วิจัย : แต่ถ้าผู้หญิงไม่รู้กันมาแอดมา?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็น้อยนะที่จะรับ
- ผู้วิจัย : แสดงว่ามี?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็มีนะ คือ ที่ตอนนี้ไม่รับมีประมาณ 4-5 พันที่ไม่เพิ่ม แอดเข้ามา
- ผู้วิจัย : คือ ผู้หญิงที่รับแอดเข้ามาดูแบบไหน?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็คือ ต้องดูให้สุภาพนะ ไม่สุภาพก็เยอะ อาตมาเจอเยอะ
- ผู้วิจัย : นี่คือ แอดมา?
- พระมหาพร้อมบุญ : ใช่
- ผู้วิจัย : แล้วรับไหม?
- พระมหาพร้อมบุญ : ไม่รับยิ่งถ้าดูแล้วล่อแหลม หรือว่าออกไปทางอนาจารไม่รับแน่ อันนี้คือ ติดตามได้ แต่เป็นเพื่อนไม่รับ
- ผู้วิจัย : เคยขอเพศหญิงเป็นเพื่อนบ้างมั๊ยครับ

พระมหาพร้อมบุญ : ไม่นะ นอกจากเข้าแอดมา ถ้าคนรู้จัก หรือเพื่อนก็รับ ถ้าไม่รู้จัก ก็ต้องดูก่อน

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์เรื่องปฏิกิริยาตอบสนองต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก กรณีการรับเป็นเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยพบว่า ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์แต่ละรูปจะมีหลักการที่ตอบสนองในการรับเพื่อนแตกต่างกันออกไป แต่สุดท้ายแล้วกลุ่มตัวอย่างได้สะท้อนให้เห็นว่า เป็นผู้ใช้ที่มีศักยภาพในการจัดการกับสื่อได้ในระดับหนึ่ง มีหลักแนวคิดแบบโยนิโสมนสิการ ในการไตร่ตรองการรับเพื่อนเป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กด้วยกันทั้งสิ้น

4.2.4.2 กรณีการขอเป็นเพื่อน

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับปฏิกิริยาตอบสนองต่อการขอเป็นเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า สำหรับพระมหาโสภณนั้น จะไปขอเพิ่มคนอื่นเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะคนไม่รู้จักจะมีสัดส่วนที่มากกว่าเพื่อนเก่าหรือคนรู้จัก ส่วนพระมหาฐิติพงษ์ พระชนพล และพระมหาพร้อมบุญ มีปฏิกิริยาตอบสนองการขอเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กในทิศทางคล้ายกัน กล่าวคือ ไม่ค่อยขอคนอื่นเป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กก่อน ยกเว้นว่าบุคคลนั้นจะรู้จักกันบ้าง หรือบุคคลนั้นมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ยิ่งถ้าเป็นเพศหญิง จะไม่เคยขอแอดเป็นเพื่อน สะท้อนให้เห็นว่าพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังคงคิดถึงเรื่องสถานภาพทางสังคมที่ตนเองยังครองสถานภาพความเป็นพระสงฆ์ ไม่ใช่บุคคลธรรมดาทั่วไป ที่จะขอใคร โดยเฉพาะเพื่อนที่เป็นเพศหญิงมาร่วมเป็นเพื่อนบนสังคมเฟซบุ๊ก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างเวลาที่หลงฟี่ไปแอด มีบ้างมั๊ยครับ

พระมหาโสภณ : มี คนที่รู้จักนี่แหละ อย่างเพื่อนกันสมัยเด็ก แต่ถ้าเลือกระหว่างเพื่อนกัน สมัยเด็ก กับเพื่อนที่ไม่เคยเจอกันเลย ผมเลือกเพื่อนที่ไม่เคยเจอกันเลย เพื่อแอดเขาไปเป็นเพื่อนดีกว่า ไม่รู้สิ แต่เคยมีคนนึง เรารู้จักกัน วิ่งเล่นกันตอนเด็กๆ จุๆ ก็บล็อกเราเฉยเลย ไม่รู้สาเหตุ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : อย่างเรื่องการรับเป็นเพื่อน

พระมหาฐิติพงษ์ : ปกติแล้วเนี่ย ก็จะไม่แอดโยมไป ยกเว้น คนที่ชอบด้านเดียวกัน คือ ด้าน วัฒนธรรม หรือด้านวิชาการ เพราะเราสอนหนังสือ ด้านนั้น เราเรียนด้านนั้น

- ผู้วิจัย : อย่างกรณีไปขอเขาเป็นเพื่อน ถ้าเป็นเพศหญิง หลวงพี่จะมี
หลักการอย่างไร ขึ้นอยู่กับอะไรครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : ปกติไม่ค่อยแอดเพศหญิงเป็นเพื่อน ถ้าหากแอด ต้องรู้จักกัน
หรือมีความสนใจด้านเดียวกันมากกว่า
- ผู้วิจัย : เพราะเป็นเพศที่พระสงฆ์รับ/แอด แล้วรู้สึกไม่งาม หรืออย่างไร
ครับ หากมีเพศหญิงร่วมในเฟซบุ๊ก
- พระมหาฐิติพงษ์ : ไม่งามมากๆ ถ้ายังเป็นวัยรุ่น หรือวัยรุ่นแล้วด้วย มองว่าไม่มาก
(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)
- ผู้วิจัย : เพราะอะไร / สาเหตุใดที่หลวงพี่ไม่เคยเพิ่มเพื่อนในเฟซบุ๊กก่อน
- พระชนพล : ผมเป็นคนมีโลกส่วนตัวสูง ถ้าคุณจะมาคุณเข้ามาเอง ผมจะ
ไม่ ค่อยเพิ่มเพื่อนใครก่อน ผมเหมือนขีดเส้นเอาไว้ มีกรอบของ
ผมเอง ยิ่งเราเพิ่มเพื่อนใครไป น้อยมาก หรือนานมากที่ผมจะ
เพิ่มเพื่อนไป เหมือนยิ่งเราอยากไปทำความรู้จักเขา เป็นพระกับ
โยมก็ไม่เหมาะ ยิ่งไปกดไลค์เพจนั่นเพจนี้ ยิ่งสื่อให้เราอยากไป
ใช้มันด้วยมากขึ้นเรื่อยๆ
- ผู้วิจัย : แล้วอย่างถ้าขอไปแอดเขาละครับ
- หลวงพี่ชนพล : น้อยมากครับ ยิ่งถ้าไม่ใช่คนรู้จัก แทบไม่มีเลย
(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)
- ผู้วิจัย : ในส่วนของที่หลวงพี่จะไปแอดเค้า?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็น้อยมากที่จะแอด นอกจากเนียในเฟซก็จะมีลูกศิษย์ที่สอน
เยอะ เยอะพอสมควรเพราะว่าไปสอนในหลายๆโรงเรียนซึ่ง
ส่วนมากก็จะเป็นพระเยอะ พระเนียก็คือ เรารู้จักบ้าง หรือว่า
ท่านอาจจะรู้จักเราบ้างอะไรเงี้ย เราก็แอดเข้าไป
- ผู้วิจัย : เคยขอเพศหญิงเป็นเพื่อนบ้างมั๊ยครับ
- พระมหาพร้อมบุญ : ไม่นะ นอกจากเข้าแอดมา ถ้าคนรู้จัก หรือเพื่อนก็รับ ถ้าไม่รู้จัก
ต้องดูก่อน
(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.2.4.3 กรณีการตอบคอมเมนต์

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทาง
ธรรม ต่อประเด็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น สำหรับ
พระมหาโสภณ ผู้วิจัยพบว่า ปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยตอบคอมเมนต์ อย่างมากจะทำการกดไลค์ เพื่อให้ผู้มาคอมเมนต์รู้ว่าผู้ใช้ได้รับรู้แล้ว ยกเว้นญาติโยมที่สนิท อาจจะตอบคอมเมนต์ยาวเป็นบางกรณี รวมถึงกรณีมีคนเข้ามาคอมเมนต์ทำให้เสียหาย ก็จะตอบคอมเมนต์ ตามแนวทางอิทธิบาท 4 ในคำสอนพระพุทธศาสนา ในส่วนของวิมังสา หรือการคิดแบบรอบคอบ ใช้ปัญญาพิจารณาไตร่ตรองต่อเรื่องนั้นๆ ว่าบกพร่องอย่างไร เพื่อหาทางแก้ไขให้ดีขึ้น ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างคอมเมนต์ ที่แตกต่างกัน ออกไป
- พระมหาโสภณ : ก็มี โยมที่สนิทๆ ประโยคก็จะยาวกว่านั้น
- ผู้วิจัย : แล้วส่วนใหญ่ หลวงพี่จะตอบคอมเมนต์ กดไลค์?
- พระมหาโสภณ : ปกติ ผมจะไม่ค่อยตอบ แต่กดไลค์มี ถ้าเราเห็นว่าดี อย่างเช่น เขามาแสดงความชื่นชม หรือสอบถามข้อมูลรายละเอียด
- ผู้วิจัย : แล้วถ้ามีคนเข้ามาคอมเมนต์ด้านลบหลวงพี่จะจัดการอย่างไร จะไปตอบ หรือไปคอมเมนต์นั้นทิ้งมัย
- พระมหาโสภณ : นอกจากมันหนักจริงๆ มันแรง เพราะแต่ละคนต่างคิดนานาจิตตัง เคยมีบางคนเคย อย่างเข้ามาคอมเมนต์อะไรก็ไม่รู้ แต่เขาไม่รู้หรือกว่าเราเป็นอย่างไร เอาชะแรงเลย เราก็ต้องแก้ปัญหา

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

สำหรับพระมหาฐิติพงษ์ ต่อประเด็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระมหาฐิติพงษ์จะตอบคอมเมนต์กรณีหากมีคนมาคอมเมนต์ถามเพื่อขอความรู้ แต่ถ้าทั่วไปจะเพียงกดไลค์ รู้จักระวังตนในฐานะที่ครองตนเป็นพระสงฆ์ ดังบทสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : เวลาคอมเมนต์ อาจจะมีสารๆ อะไรก็แล้วแต่
- พระมหาฐิติพงษ์ : เวลาสารๆ หลวงพี่ก็กดไลค์ไป เรื่องคอมเมนต์ ส่วนใหญ่จะไม่ค่อยมีใครกล้ามาคอมเมนต์เฟซบุ๊กของเราอยู่แล้ว คือ พระจะความเคารพกัน จะมีระดับชั้น ซึ่งเราอาจจะอยู่ในชั้นที่แบบเขาต้องเคารพ เพราะเราเป็นครูบาอาจารย์ การวางตัวของเรา จะไปบอกว่าเขาไม่เม้นท์เรา แล้วเราไปลบเขาออกจากเพื่อนก็ไม่ใช่ว่า
- ผู้วิจัย : แล้วมีคอมเมนต์ไหนเป็นพิเศษ ที่หลวงพี่อยากจะไปตอบคอมเมนต์นั้น หรืออยากจะลบคอมเมนต์นั้นออกจากสเตตัสเรา
- พระมหาฐิติพงษ์ : เราเป็นคนที่ไม่ลบคอมเมนต์นะ วัดกันสิ เขาเขียนมาเราก็เขียนตอบ บางคนที่เรามีปฏิสัมพันธ์ที่ตึงเครียดด้วยเป็นพิเศษ การพูดคุยในช่องแชทอยู่แล้ว เราก็จะตอบเขา แต่ถ้าบุคลิกทั่วไปเราก็จะ

กตโลค์ ให้รู้ว่า เรารับทราบนะ แต่เราจะไม่พิมพ์ว่า สาธุๆ เราไม่พิมพ์ คือ เราว่า สาธุๆ ถ้าคนเราพูดสื่อสาร พูดดีงาม พูดสาธุๆ เฮ้ย มันเป็นปฏิกษยาวิเศษ คำนี้ เขาเรียกว่า ปฏิกษยาวิเศษ การขานรับว่า รับทราบ แล้วก็มีแจกออนุโมทนา แต่บางครั้งเนี่ย ในเฟซบุ๊ก คนมาเม้นท์อะไร แล้วก็สาธุๆ มันไม่เป็นปฏิกษยาวิเศษที่เป็นไปในเชิงอนุโมทนาจริงๆ แต่มันเป็นลักษณะ เอ้อ ทำนองว่า รู้แล้ว ซึ่งมันไม่ใช่เรา เพราะถ้าจะพิมพ์อะไรก็ตอบไปด้วยใจ ถ้าใจมันไม่สาธุ ก็ไม่ต้องไปสาธุ แค่กตโลค์ก็พอแล้ว

- ผู้วิจัย : อันไหนที่เราารู้สึกว่า ควรจะคอมเม้นท์ตอบในโพสต์ของเราเอง
- พระมหาฐิติพงษ์ : เข้ามาถาม มันมีเหมือนกัน ถ้าถามด้วยความอยากรู้ ก็จะตอบ แต่ถ้าถามด้วยความลองงูมิ เราไม่ตอบ เราจะปล่อยให้มันบ้าไปเองนั่นแหละ คือ ถ้าคนอยากรู้ สมัยก่อนเราบินไปสอนให้ฟรีหมดเถไป เราไม่เอาอะไร เพราะเราชอบอยู่แล้ว ถือเป็นการให้ความรู้ ถ้าเขาถามเพราะอยากรู้ เรายินดีตอบ แต่ถ้าเขาถามเพราะอยากลองงูมิ เราจะตอบทำไม

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ด้านพระชนพล ต่อประเด็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการตอบคอมเม้นท์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระชนพลจะตอบคอมเม้นท์ในช่วงที่มีการตั้งสเตตัสขึ้นใหม่ๆ แต่หากทิ้งช่วงนานจะปล่อยให้ ไม่ตอบคอมเม้นท์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : กดเข้าไปดูโพสต์ของตัวเองไหม หรือบอ่ยไหม ติดตามว่าใครมากตโลค์ โปสต์เท่าไรแล้ว
- พระชนพล : ไม่เคยเข้าไปดูเลย มันก็จะขึ้นเตือนขึ้นมาว่าใครเข้ามาคอมเม้นท์ ถ้าผมว่างจริงๆ ผมก็จะกดเข้าไปดูและตอบทันที ณ ตอนนั้น คือ ถ้าคอมเม้นท์เลยผมก็จะตอบเลย แต่ถ้าทิ้งช่วงผมก็จะไม่ตอบแล้ว

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

สำหรับพระมหาพร้อมบุญ กับประเด็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการตอบคอมเม้นท์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า พระมหาพร้อมบุญ มีหลักการในการตอบคอมเม้นท์คือ จะตอบคำเม้นท์สำหรับคนที่รู้จัก หรือสนิทมากพอ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลักในการเลือกตอบหรือเลือกคอมเม้นท์ใหม่?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็คือ คนที่จะคอมเม้นท์เรา ก็คือ ต้องบอกว่า มีสองลักษณะ คือ คนที่ รู้จักกันในชีวิตจริงกับคนที่ไม่รู้จักกันในชีวิตจริง คนที่รู้จัก

กันในชีวิตจริงเนี่ย ส่วนมากก็จะมาคอมเมนต์ ก็จะต้องบอกว่า เฟซบุ๊กก็ดี หรือโซเชี่ยลก็ดี มันเหมือนกับเป็นสังคม มันเป็น สังคมกลุ่มคน ที่เข้ามาหลากหลาย เราก็เลือกที่จะคอมเมนต์ที่ได้ และไม่คอมเมนต์ที่ได้ อะไรแบบเนี่ยะ อย่างถ้าเพื่อนหรือคนรู้จัก เรา เราก็ไปคอมเมนต์ บางครั้งก็คอมเมนต์ตลกเฮฮาบ้าง หรือว่าคอมเมนต์อย่างเป็นทางการบ้างมันก็ต้องรู้บริบท

- ผู้วิจัย : บางทีตรงคอมเมนต์จะมีกดไลค์ หลวงพี่กดไหม?
- พระมหาพร้อมบุญ : ใช่มั้ย กดไลค์ทุกตอน เหมือนให้เค้ารู้ว่าเราอ่านนะ แต่ตอบจะไม่ค่อยตอบเท่าไร แต่ว่าจะกดให้ คือ บางทีคนรู้จักสนิทพอ บางครั้งก็จะส่งสติ๊กเกอร์

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.2.4.4 กรณีการส่งคอมเมนต์

จากบทคำให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อประเด็นปฏิริยาการส่งคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะตอบในทิศทางคล้ายกันว่า จะเข้าไปคอมเมนต์เฟซบุ๊กคนอื่น จะเลือกคอมเมนต์กับคนที่รู้จักและสนิท แต่ถ้าบางสเตตัสที่คอมเมนต์ไปแล้ว นำมาซึ่งความรำวามาน ก็จะไม่ไปยุ่งวุ่นวาย ไม่เช่นนั้นจะเกิดความขุ่นข้องหมองใจกัน จึงจำเป็นต้องใช้สติพิจารณาระหว่างใช้เฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อสังเกตถึงพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างบางรูป หากต้องการแสดงความคิดเห็นจะแสดงเพียงคำว่า สาธุแทน หรือไม่ก็เป็นการกดไลค์ สะท้อนให้เห็นว่าพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างนั้นอนุโมทนากับเรื่องนั้นๆ หากเป็นเรื่องดี ในทางตรงกันข้ามหากไปกดไลค์ในเรื่องที่ไม่ดี ก็จะสะท้อนว่าพระสงฆ์ไม่ได้อนุโมทนา กับเรื่องนั้นๆ ด้วยเช่นกัน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เอง เคยไปคอมเมนต์ หรือไม่ครับ ในเฟซบุ๊กของคนอื่น ส่วนใหญ่จะเป็นสเตตัสแบบไหนครับ
- พระมหาโสภณ : ก็มี ส่วนใหญ่... (คิดนาน) คือ เรื่องคอมเมนต์ ไม่ถึงกับว่าจะไปวิจารณ์ อาจจะแค่สาธุ ก็พอแล้ว

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : มีสเตตัสไหน ที่เราอยากไปคอมเมนต์ หรือไปกดไลค์บนสเตตัสของเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กเราบ้าง
- พระมหาฐิติพงษ์ : คือ ปกติ เรามีเกณฑ์ในตัวเองว่า ถ้ากดไลค์เนี่ยะ 1. สเตตัสนั้นๆ เป็นสเตตัสที่เป็นไปในทางดีงาม ไม่ผิดศีลธรรม ไม่มีคำหยาบคาย ไม่มีการแสดงออกในด้าน อย่างเรื่องของการเมือง

เราก็ไม่กตโลศนะ เพราะเราเคยเกิดกรรมมีผู้ทรงคุณวุฒิในประเทศ
ไทยนี้แหละ คือ เราก็ไปกตโลศ ของพระรูปหนึ่ง แค่กตโลศ
เพราะเราก็เห็นว่าเขาเป็นพี่ และเขาก็นำเสนอมุมมองของ
บ้านเมือง โยมด้านนี้ อาจารย์ด้านนี้ เห็นว่าเรากตโลศ มาเป็น
หน้าๆ เลยในอินบ็อกซ์ แต่เราพูดอย่างนั้นไม่ได้ เราก็อธิบายไปว่า
เป็นอย่างนั้น เป็นอย่างนี้ ก็เลยปลงโลก คือ พระก็ไม่ยุ่งเกี่ยวกับ
การเมืองอยู่แล้ว อะไรที่มันไม่ดังามก็จะไม่กตโลศ การกตโลศ
สำหรับเรามันเป็นการอนุโมทนาไปในตัวนะ ถ้าเป็นเรื่องดังาม
การกตโลศของเราเนี่ย กตโลศเท่ากับอนุโมทนา แต่ถ้าเป็นเรื่อง
ไม่มี แล้วเราไปกตโลศก็เท่ากับเราไม่ได้อนุโมทนา สเตตส์นั้นๆ
ส่วนเรื่องการเม้นท์ ปกติถ้าเราจะไม่ค่อยเม้นท์ใคร แต่ถ้าเรา
สนิทเรา ก็จะไปเม้นท์ เม้นท์เล่น เม้นท์จริงก็ว่ากันไป แต่ต้อง
สนิท คือ เฟซบุ๊กเป็นสื่อสาธารณะก็จริง แต่เรารู้สึกว่า มันก็ยัง
เป็นสื่อส่วนบุคคลอยู่ส่วนหนึ่งนะ บางครั้ง คุณไม่จำเป็นต้องไป
แสดงความคิดเห็นให้ชาวบ้านที่คุณไม่คุ้นเคยหรอก เขาไม่ได้
อยากรู้ความคิดเห็นของคุณจริงๆ หรือ แล้วถ้าเกิดว่าการเม้นท์
นั้นนะ ทำให้เกิดข้อพิพาท หรือมีปากเสียงกัน จะทำไปทำไม
เราเห็นมา เวลาที่มีปากเสียงกัน แล้วทำไมเราจะต้องไปทำ เรา
รู้อยู่แล้วว่า นั่นเป็นหนทางที่ไม่ดี แล้วจะเอาตัวเข้าไปในหนทางที่
ไม่ดีนั้นทำไม เราก็หยุดได้ เราจะบันดาลโทษะ หรืออะไรออกไป ก็
ด้วยการที่ไม่ต้องไปคอมเม้นท์ไ้ เริ่มที่ตัวเราไง ง่ายมากเลย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยไปคอมเม้นท์เพื่อนในเฟซบุ๊กมั๊ย
พระชนพล : อืม ก็มีบ้าง ถ้าสเตตัสดูมีสาระ หรือเป็นเพื่อนที่รู้จักกัน

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : หลักการกรณีไปคอมเม้นท์เพื่อนในเฟซบุ๊ก?
พระมหาพร้อมบุญ : ส่วนมากก็จะเป็น พวกที่ขึ้นมาในผิด เป็นงานพระงานกิจกรรม
หรือ ว่าอบรมธรรมะ หรือว่างานที่เกี่ยวกับงานด้านศาสนาอะไร
แบบนี้ เราก็จะไปสาธูบ้าง อนุโมทนาบ้าง
ผู้วิจัย : แล้วต้องสนิทกันไหม?

พระมหาพร้อมบุญ : อ้อต้องสนิทกัน แต่ถ้าเราไม่รู้จัก รู้ผิวเผิน เราก็แค่กดไลค์เท่านั้นเอง คือ ปกติคอมเมนต์จะน้อยมาก ที่จะไปคอมเมนต์กับใครอะนะ

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.2.4.5 กรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อประเด็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูปต่างมีหลักการแชทผ่านเฟซบุ๊กแตกต่างกัน สำหรับพระมหาโสภณ ผู้วิจัยพบว่า ปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่หยุดสนทนา หากเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กส่งข้อความสนทนาที่ไม่เหมาะสม อาทิ ภาพโป๊ ข้อความไม่สุภาพ หรือเชิงหลอกลวง ส่วนคนที่จะมาติดต่อธุรกิจนิมนต์ หากไม่ใช่คนรู้จักจะต้องแนะนำตัว หรือมีเบอร์ติดต่อก่อน แต่ส่วนใหญ่แล้วเวลาติดต่อจะเป็นการสนทนากับคนรู้จักกันเป็นหลัก เท่ากับว่า พระมหาโสภณยึดหลักโยนิโสมนสิการ คือ การพิจารณาไตร่ตรองว่าสิ่งใดควรไม่ควรมาเป็นแนวทางใช้งาน ยิ่งไปกว่านั้น ยังระลึกอยู่ว่าตนครองตนเป็นพระสงฆ์ หากเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้ ซึ่งถือเป็นเรื่องเกี่ยวกับกิเลสตัณหา ถือว่าไม่ใช่แนวทางของสงฆ์ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : เคยมีใครส่งข้อความแปลกๆ เข้ามาหาในแชทส่วนตัวบ้างหรือไม่ครับ

พระมหาโสภณ : มี

ผู้วิจัย : เราเข้าไปทำอย่างไร จัดการอย่างไร

พระมหาโสภณ : ก็อ่านนะ คุยไปก่อน คุยปกติ ตอบได้ คุยไปก่อน แต่ถ้าเริ่มมากๆ ก็บล็อกไปเลย อย่างถ้ามาจีบ ก็บล็อกไปเลย

ผู้วิจัย : มีกรณีอื่นๆ อีกรึเปล่าครับ ที่หลงพิงจะปฏิเสธ แล้วบล็อกไป

พระมหาโสภณ : ก็มีฯ ส่งภาพอวัยวะเพศมา เป็นทั้งฆราวาส เกย์ สารพัด ทั้งส่งข้อความมา ทั้งเด็กนวด ทั้งไม่นวด ส่งมา คุยได้มัย ผู้หญิงก็มีพอมันหนักเข้าๆ เราก็ไม่ค่อยตอบ บางทีเขาก็ถามว่า ทำไมไม่ค่อยตอบ หลวงพี่เป็นเกย์รึป่าว

ผู้วิจัย : นอกจากเรื่องอย่างนี้ มีประเด็นอีกหรือไม่ อย่างขอยืมเงิน อะไรประมาณนี้

พระมหาโสภณ : มีฯ เป็นเด็กผู้ชาย ดีที่ว่าเชียงใหม่ เราก็ดูโปรไฟล์ ดูในอัลบั้มรูป ก็เออ เป็นเด็กหน้าตาดี ก็...บอกว่า อยากไปหาหลวงพี่จัง อยากไปอยู่ด้วย เราก็ถามว่า ทำไมอะไรยังไง แล้วก็ถึงด้วยว่า

ตอนนี้ผมอยู่เชียงใหม่ ผมกลับไม่ได้ ผมถูกหลอกมา แล้วตอนนี้
ไม่มีตั้งค์

- ผู้วิจัย : ณ ตอนนั้น หลวงพี่คิดอะไรรออยู่
- พระมหาโสภณ : ไม่ได้คิดอะไร
- ผู้วิจัย : คิดมัยว่าเขามาหลอกมัย หรือว่าเขาเดือดร้อนจริงๆ หรือเขา
ตั้งใจมาหลอกหลวงพี่
- พระมหาโสภณ : จริงไม่จริงเราก็ไม่ได้คิด ไปอะไรมากขนาดนั้น ไม่ได้คิดอคติ คือ
เราคุยแล้วก็จบอยู่ตรงนั้น
- ผู้วิจัย : อย่างมีคนเคยมาติดต่อหลวงพี่ทางเฟซบุ๊ก หรือโทรมา จะมี
หลักการพิจารณาอย่างไร
- พระมหาโสภณ : อินบ็อกซ์ แชนท ก็มี แต่เราก็ต้องขอเบอร์ติดต่อเขาด้วย ให้อู้ตัน
สายปลายทาง ห้วนอนปลายเท้า แต่ว่าส่วนใหญ่เราก็จะรู้จักกัน
อย่างเช่น เลขาหลวงพ่อเจ้าคณะภาค ที่อยู่วัดปทุมคงคา
เยาวราช บางทีก็จะไม่โทรหอก แม้กระทั่ง เพื่อนนักเทศน์
ด้วยกัน เวลาจะบอกงานกัน แต่ก่อนก็โทรศัพท์นะ เดียวนี้ไม่เอา
แล้ว บางทีโทรเฟซบ้าง โทรไลน์บ้าง เพราะอาจจะประหยัดแล้ว
ยังชัดกว่าด้วยซ้ำ หลังๆ ดึกว่าการโทรศัพท์ด้วยซ้ำไป

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ด้านพระมหาฐิติพงษ์หนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้
เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อประเด็นปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก
นั้น ผู้วิจัยพบว่า พระมหาฐิติพงษ์ จะหยุดสนทนา นิ่งเฉย เมื่อเห็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กส่งข้อความ หรือ
รูปภาพไม่เหมาะสม หรือมีข้อความในเชิงหลอกหลวง เช่นเดียวกับพระมหาโสภณ เพราะพระมหาฐิติพงษ์
ยังคงยึดแนวทางแบบโยนิโสมนสิการ และรู้สถานะว่าตนเองยังคงเป็นพระสงฆ์ ดังบทสัมภาษณ์
ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยโดนส่งอะไรแบบแปลกๆ มาบ้างมัยครับ ในแชท
อะไร แบบนี้ อย่างส่งข้อความ ส่งภาพ
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ้ยมัย ไม่เคยได้เงินจากเราไปหลอก มีหมดแหละ โอ้ยที่จริงเรา
น่าจะมีตัวอย่างนะ คือ มีเพื่อนเยอะมากเลย ทีนี้ การขอสตางค์
อะไรแบบนี้เรามีหมด สวัสดิ์ครับหลวงพี่ ผมชื่อนี้ ตอนนี้นำ
ทำงานที่นี้ แล้วก็ไม่มีเงินกลับ มันเป็นแพทเทินเดียวกันหมดเลย
ที่นี้เราก็อ้อๆ เราก็เลยบอกว่า เออ จะเอามัยละ เพราะว่าเรา

รู้จักกับสถานีตำรวจที่นั่น เดียวจะได้บอกให้ พอตีว่ามีอา หรือมี
น้ำที่นั่น จะได้เอาสตางค์ไปให้ เขาก็จะบล็อกเฟซเราเลย

- ผู้วิจัย : มีประเด็นอย่างภาพโป๊มีัยครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ๊ยมี มันมี เพราะว่า เราต้องยอมรับว่า พระรูปงามมีเยอะ
อย่าง หลวงพี่ตอนนี้อ้วนนะ อย่างเมื่อก่อน เราพอม เราดูแล
ตัวเองบ้าง เรามึๆ คือ ถ้าจะตอบได้ เราไม่ได้ตอบได้ เราเพิกเฉย
อยากจะให้ดูตัวอย่าง แต่มันนาน คั่นคว้ามันยาก แต่เราไม่
บล็อกเฟซบุ๊กเขาอะ ก็คือ เป็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก ไม่บล็อก
- ผู้วิจัย : อย่างนี้เวลามีคนมาขอกิจนิมนต์หลวงพี่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กใน
แชท กับมาเจอด้วยตัวเอง ความสัมพันธ์แตกต่างกันหรือไม่
อย่างไร
- พระมหาฐิติพงษ์ : การนิมนต์พระทางเฟซบุ๊กเนี่ยมี แต่เรารู้จักกันนะ ถ้าไม่รู้จักรกัน
จะมานิมนต์พระชี้อะไรได้อย่างไร มันอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่าง
บุคคล มันก็ตอบว่า การที่นิมนต์ด้วยตัวเอง หรือการโทรศัพท์มา
อยู่ๆ เนี่ย โทรศัพท์มาไม่รู้จักรกัน จะนิมนต์ท่าน แล้วเธอเอา
เบอร์ท่านมาจากไหน

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

สำหรับพระชนพลอีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นปฏิบัติการ
ตอบสนองต่อกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า พระชนพลจะหยุดการสนทนาด้วย
ทันที เมื่อเห็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กสนทนาด้วยข้อความที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะในเชิงชู้สาว เท่ากับว่า
นอกจากมีสติไตร่ตรองขณะใช้งานแล้ว ยังรู้ว่าเรื่องเชิงชู้สาวเป็นเรื่องต้องห้ามอย่างเด็ดขาดสำหรับ
พระสงฆ์ที่ครองตนละแล้วซึ่งต้นหาราคะ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : เมื่อก่อนหลวงพี่ต่ากลับคนที่แชทมาอย่างไร
- พระชนพล : ไม่ต่า ต่าก็คือ ช่วยให้เกียรติจิ๋วที่ผมสวมใส่หน่อย ตั้งแต่ผมเป็น
พระมา ผมก็ไม่ได้ต่า ไอ้เหี้ย ไอ้สัตว์ มันก็ไม่ถูก ก็จะมี แล้วเค้า
จะรู้ละว่าผมไม่ได้อะไรด้วย
- ผู้วิจัย : การแบ่งสัดส่วนการทักแชทเชิงชู้สาวเกิน 80% หรือไม่
- พระชนพล : ไม่ถึง ส่วนมากผมคุยกับญาติโยมมากกว่า ถ้ามีแบบนั้นผมก็จะ
ไม่ตอบ เช่น หลวงพี่ชื่ออะไร หลวงพี่น่ารักจัง ฯลฯ เป็นต้น
เพราะเรารู้ว่าถ้าเราตอบมันจะยาว สู้ไม่ตอบดีกว่า
- ผู้วิจัย : ถ้าไม่ใช่เรื่องแบบนี้ ส่วนใหญ่ญาติโยมทักแชทมาเรื่องอะไร

- พระชนพล : เดี่ยวโยมจะเข้ากรุงเทพ หลวงพี่จะเอาอะไรไหม เดี่ยวโยมจะซื้อเข้ามาให้ เป็นโยมที่ไม่เคยเจอกัน แต่ว่าเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊ก ตั้งแต่เล่นเฟซบุ๊กใหม่ๆ คุยกันมาเรื่อยๆ ทั้งโยมพี่ โยมน้า โยมป้า ก็จะมาถามว่า ผมจะทำกิจการใหม่ หลวงพี่คิดว่าอย่างไรบ้าง แล้วหลวงพี่ก็จะให้ข้อคิดไป แล้วให้พร เช่น โชคดีมีชัย
- ผู้วิจัย : ถ้าจู่ๆ มีญาติโยมมานิมนต์หลวงพี่ผ่านแชทในเฟซบุ๊กละ
- พระชนพล : อันนี้ บอกเลย ว่าถ้าไม่รู้จัก ก็ไม่ยุ่งด้วยนะ เพราะมันดูเหมือนง่ายไปมัย จู่ๆ ไม่รู้จัก แต่มาเชิญเราไปงาน มันก็ไม่ใช่เรื่องนะ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ด้านพระมหาพร้อมบุญ แสดงความคิดเห็นต่อกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยผู้วิจัยพบว่า พระมหาพร้อมบุญจะมีแนวทางแชทเฟซบุ๊กไม่แตกต่างไปจากพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป แต่เห็นความชัดเจนมากขึ้นว่าจะเน้นแชทเฟซบุ๊กในทางที่มีประโยชน์ เช่น นัดเรื่องงาน เรื่องเรียน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : เวลาแชทกันในเฟซบุ๊ก?
- พระมหาพร้อมบุญ : ในอินบ็อกซ์ ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อน อย่างนัดเวลากันเรื่องงาน เวลาไปเรียน หรือแม้แต่โทรผ่านเฟซบุ๊ก เพราะตอนนี้เราแทบไม่ได้ใช้โทรศัพท์โทรหากัน แต่จะใช้ไลน์ หรือใช้เฟซโทรหากันแทน เพราะเราไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือนัดกันบ้าง ด้วยภาระงานหรือเรียน
- ผู้วิจัย : เคยมีคนส่งอะไรแบบนี้มาให้ส่วนตัวไหม วาบหวิวอะไรแปลกๆ?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็เคยอยู่ครั้งนึง เค้าเป็นผู้หญิง ที่จริงหลายครั้งอะนะ เค้าเป็นผู้หญิงละเออพักเข้ามามีแฟนหรือยัง คุยได้ไหมอะไรเงี้ย
- ผู้วิจัย : หลวงพี่ทำไง?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็เลือกที่จะไม่ตอบก็ปล่อยไว้
- ผู้วิจัย : มีพระอะไรด้วยกันเคยส่งอะไรแปลกๆ มาไหม?
- พระมหาพร้อมบุญ : ส่งแบบไม่เหมาะสมก็ไม่ค่อยมี
- ผู้วิจัย : มีญาติโยมเคยติดต่อกิจนิมนต์ผ่านช่องทางโซเชียลบ้างหรือไม่?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็มี แต่ส่วนใหญ่เป็นรุ่นเดียวกัน สนิทกัน แต่ถ้าเป็นคนอายุมากกว่า จะใช้วิธีการโทรมาหา เพราะเราเป็นพระ ดูแล้วเป็นวัยของเขาที่ต้องไปกราบพระ แต่ก็มีบ้างที่อยู่ในคั่นเคย วัยเดียวกันก็มี หรือแม้แต่บางครั้ง ไปต่างจังหวัด ทอดกฐิน ฟ้าป่า เราก็ใช้

สื่อโซเชียลช่วยประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊กของเรา ก็จะมีญาติโยม
 ทักเข้ามาจะร่วมทำบุญกับเรา โดยการขอเลขบัญชี โอนเงินเพื่อ
 ทำบุญ ก็ถือเป็นสื่อกลางในการเชิญชวนให้ญาติโยมทำบุญได้
 มีครั้งหนึ่งที่อาตมา ไปบูรณะพระประธานที่จังหวัดลำพูน แล้วใช้
 เฟซบุ๊กเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ ครั้งนั้นมีผู้สันทนุร่วมทำบุญ
 ประมาณ 2 แสนกว่าบาท โดยการผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก มองว่า
 เป็นช่องทางที่ทำให้เขาได้รับรู้ง่ายขึ้นในการที่เขาจะรู้ และสนใจ
 (พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.2.4.6 กรณีการกดไลค์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มี
 ลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยพบว่า มีปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการกดไลค์แตกต่างกันออกไป โดยพระมหาโสภณ จะมีหลักในการในการกดไลค์ คือ มองเห็น
 ว่าสแตตัสนั้นเป็นประโยชน์ ขณะที่พระมหาฐิติพงษ์แม้จะมีหลักการคล้ายพระมหาโสภณ แต่จะชัดเจน
 ว่า หากเป็นการโพสต์เกี่ยวกับการเมืองจะไม่ไปกดไลค์สแตตัสนั้น แต่สำหรับพระธนพล จะกดไลค์
 เฉพาะสแตตัสของเพื่อน หรือคนรู้จักที่สนิท รวมถึงสแตตัสที่โพสต์ในเรื่องที่สนใจคล้ายกัน ในส่วนของ
 พระมหาพร้อมบุญ จะกดไลค์สำหรับคนทั่วไป เน้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา แต่สำหรับคนสนิทจะ
 เน้นการเข้าไปคอมเมนต์มากกว่า ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แล้วส่วนใหญ่ หลวงพี่จะตอบคอมเมนต์ กดไลค์?
 พระมหาโสภณ : ปกติ ผมจะไม่ค่อยตอบ แต่กดไลค์มี ถ้าเราเห็นว่าดี อย่างเช่น
 เขามา แสดง ความชื่นชม หรือสอบถามข้อมูลรายละเอียด หรือ
 โปสต์คนนั้นคนนี้เห็นว่าเป็นประโยชน์
 ผู้วิจัย : แล้วโปสต์ของคนอื่นละ
 พระมหาโสภณ : ก็ต้องเป็นโปสต์ที่เห็นว่าเป็นประโยชน์

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : มีสแตตัสไหน ที่เราอยากไปคอมเมนต์ หรือไปกดไลค์บนสแตตัส
 ของเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กเราบ้าง
 พระมหาฐิติพงษ์ : คือ ปกติ เรามีเกณฑ์ในตัวเองว่า ถ้ากดไลค์เนี่ยนะ 1. สแตตัส
 นั้นๆ เป็นสแตตัสที่เป็นไปในทางดีงาม ไม่ผิดศีลธรรม ไม่มีคำ
 หยาดคาย ไม่มีการแสดงออกในด้าน อย่างเรื่องของการเมือง
 เราก็ไม่กดไลค์นะ เพราะเราเคยเกิดกรณีมีผู้ทรงคุณวุฒิใน
 ประเทศไทยนี้แหละ คือ เราก็ไปกดไลค์ ของพระรูปหนึ่ง

แค่กดไลค์ เพราะเราก็เห็นว่าเขาเป็นพี และเขาก็นำเสนอมุมมอง
ของบ้านเมือง โยมด้านนี้ อาจารย์ด้านนี้ เห็นว่าเรากดไลค์ มาเป็น
หน้าๆ เลยในอินบ็อกซ์ แต่เราพูดอย่างนั้นไม่ได้ เราก็อธิบายไป
ว่าเป็นอย่างนั้น เป็นอย่างนี้ ก็เลยปลงโลก

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หลักการไปกดไลค์ หลวงพี่มีชัย เห็นบางคนกดไลค์ทุกสแตตส์ก็มี
พระชนพล : ปกติผมไม่ค่อยไปกดไลค์ใครเท่าไรนะ ยกเว้นว่าเป็นเพื่อน คน
สนิท และก็คนที่โพสต์ในเรื่องที่สนใจคล้ายกัน แค่นั้นแหละ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : บางทีตรงคอมเมนต์จะมีกดไลค์หลวงพี่กดไหม?
พระมหาพร้อมบุญ : ใช่ว่า กดไลค์ทุกตอนเหมือนให้เค้ารู้ว่าเราอ่านนะ แต่ตอบจะไม่
ค่อยตอบเท่าไรแต่ว่าจะกดให้รู้

ผู้วิจัย : หลักการกรณีไปคอมเมนต์เพื่อนในเฟซบุ๊ก
พระมหาพร้อมบุญ : ส่วนมากก็จะเป็น พวกที่ขึ้นมาในฟีด เป็นงานพระงานกิจกรรม
หรือว่าอบรมธรรมะ หรือว่างานที่เกี่ยวกับงานด้านศาสนาอะไร
แบบนี้เราก็จะไปสารอุบาย อนุโมทนาบ้าง

ผู้วิจัย : ต้องสนิทกันไหม
พระมหาพร้อมบุญ : อ้อต้องสนิทกันแต่ถ้าเราไม่รู้จัก รู้ผิวเผิน เราก็แค่กดไลค์เท่า
นั่นเอง คือ ปกติคอมเมนต์จะน้อยมากที่จะไปคอมเมนต์กับ
ใครอะนะ

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.2.4.7 กรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มี
ลักษณะเป็นทางธรรมผู้วิจัยพบว่า มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)
บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น พระกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลส่วนใหญ่คล้ายกัน กล่าวคือ พระมหาโสภณ พระชน
พล พระมหาพร้อมบุญ เห็นว่า หากเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กรายใดมีการโพสต์ การแชร์ หรือทักแซทข้อความ
ส่วนตัวไม่เหมาะสมก็จะลบจากการเป็นเพื่อน โดยพระมหาพร้อมบุญจะมีหลักการชัดเจนเพิ่มขึ้นมา
คือ หากเห็นพระ หรือเณรที่เป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กนุ่งห่มจีวรในทางล่อแหลม แล้วถ่ายรูปลงเฟซบุ๊กก็
จะลบจากการเป็นเพื่อน ส่วนพระมหาฐิติพงษ์มีเพื่อนเงื่อนไขเดียวที่ชัดเจน หากจะลบจากความ
เป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก บุคคลรายนั้นจะต้องเสียชีวิตแล้วเท่านั้น สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าพระสงฆ์กลุ่ม
ตัวอย่างทั้งหมด มีสติไตร่ตรองและรู้สถานะของตนเองตลอดว่าเป็นพระสงฆ์ จะมีความเมตตา กรุณา

แต่เมื่อใดเกิดเรื่องไม่ดีไม่งาม ที่พิจารณาแล้วว่าไม่ควรยุ่งเกี่ยว เพราะจะนำพาไปสู่ความเสื่อมโทรมทั้งต่อตัวพระสงฆ์ และอาจหมายถึง พระพุทธศาสนา ก็จะหยุดความสัมพันธ์เพียงเท่านั้น ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- พระมหาโสภณ : ถ้ารับแล้ว ไม่เหมาะสม หากว่าเราจะลบเขาจากการเป็นเพื่อน เรา ก็จะดูที่สาเหตุ
- ผู้วิจัย : เราก็เลือกรับทุกคนหมด ตามโควต้า 5 พันคนของเฟซบุ๊ก
- พระมหาโสภณ : อ่า ตามนั้นๆ แต่ว่า เราก็จะมาดูย้อนหลัง ว่าเพื่อนคนไหนเลิกใช้แล้วบ้าง ไม่ได้เล่นแล้ว ก็ลบทิ้ง แต่ถ้าใครยังเล่นอยู่ก็ไม่ได้ลบ
(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)
- ผู้วิจัย : เคยลบเพื่อนในเฟซบุ๊กบ้างหรือไม่ อย่างตอนเรื่องการเมืองแรงๆ
- พระมหาฐิติพงษ์ : ถ้าอย่างเรื่องการเมืองแรงๆ เชื่อกันว่า อย่างเสื้อแดง เสื้อเหลือง เราไม่ลบเลย เราจะได้ดูว่าคนนี่คิดอย่างไร คนนั้นคิดอย่างไร คนนั้นตีมากเลย คนนั้นนำเสนอวิชาการนั้นนี่ คือ เราดูความเป็นไปของโลก เราไม่จำเป็นต้องเอาอารมณ์ไปยึดติดกับคนนั้น คนนี้
- ผู้วิจัย : แล้วถ้าไม่ใช่เรื่องการเมือง เป็นเรื่องทั่วไป หลวงพี่เคยลบเพื่อนใน เฟซบุ๊กบ้างรึป่าวครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : เอ่อ เราเคยลบเพื่อนไปสมัยก่อน ณ ปัจจุบันเราลบเพื่อนทุกวันเลย เพราะว่ามันเต็ม บางคนอาจจะตายไปแล้ว อย่างเมื่อคนเราเห็นเขา R.I.P กัน เราลองเข้าไปดู อ้อ คนนี้เขาเป็นครู เขาแอดเรามา เราจำไม่ได้ เราไม่เคยคุยกัน อ้าวตายแล้วนี่ เราก็เลยลบเลย คือ เพื่อนเราเต็ม 5 พันนะเต็มเลย คนอื่นเขาแอดไม่ได้ เราก็ลบสิ
- ผู้วิจัย : นอกจากเพื่อนที่เสียชีวิต มีหลักเกณฑ์อีกมัย ว่าเราจะลบเพื่อนคนไหนอีก เพราะอะไร
- พระมหาฐิติพงษ์ : คือ ปกติ เป็นคนให้อภัยคนสูงมาก เป็นคนใจเย็น ถ้าไม่จำเป็นจะไม่ลบ เพราะเรารู้สึกว่า การลบเพื่อนเป็นการตัดความสัมพันธ์รุนแรงอย่างหนึ่งนะ เพราะในปัจจุบันนี้ คนเราเพราะมีเฟซบุ๊กนี้แหละ เลิกคบกันมากขึ้น เพราะบางครั้งเขาอาจจะไม่ได้นำเสนอทัศนคติทางการเมือง โดยการพูด เราไม่รู้หรือว่าคนไหนมีทัศนคติทางการเมืองอย่างไร แต่ปัจจุบัน มันมีช่องทางผ่านเฟซบุ๊กออกมา มันเลยทำให้การนำเสนอของสมองที่สั่ง

การออกไปมันเร็วมากเลย พอมันเร็วมาก มันเลยไม่ได้คัดกรองความคิดตัวเอง ทำให้คนบริบทรอบข้างเขาตัดสินใจได้ว่า คนนี้มันจะไปทิศทางนี้ เลิกคบๆ ไม่เอาแล้ว ความเป็นกัลยาณมิตรหายไปเหมือนกันนะ ตอนนี่เฟซบุ๊ก คือ กัลยาณมิตรมันมีมากขึ้น แต่มันก็เหมือนดาบสองคมที่แสดงความเป็นตัวตนของตัวเอง ของแต่ละบุคคลออกมาง่ายเช่นเดียวกัน และมันก็กลับได้ง่ายเช่นกัน อย่างตัวหลวงพี่เอง หลวงพี่ไม่ค่อยได้ลบ นอกจากตายจริงๆ หรือไอ้คนนี่ ไม่ได้ยุ่งเกี่ยวอะไรกับเรา แต่ถ้าคนที่ไม่ได้เจอกันนานแล้ว อันนี้ไม่เกี่ยวนะ เพราะการไม่ได้เจอกันนาน เราจะไปลบเขาไม่ได้นะ ถ้าเขามาตรวจมาเช็คเรา แล้วพบว่า เราไม่ได้เป็นเพื่อนกับเขา เขาจะเสียความรู้สึก การถอนอนมน้ำใจ คือ การเห็นใจกันซึ่งกันและกัน เราต้องคำนึงถึงเขาสิ

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

พระชนพล : ผมก็กอดดู เช็คก่อนว่าเป็นใคร ต้องเช็คว่าเป็นใครอย่างไร แต่มันก็มีพลาดบ้าง รับเข้ามาแล้วทักว่า "น่ารักจัง" ผมก็ลบเลยก็คือ จะไม่คุย ยิ่งเราไปคุยต่อ เรารู้แล้วว่าเค้าเข้ามาไม่ดีกับเรา

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : เคยอันเฟรนด์ใหม่?

พระมหาพร้อมบุญ : ก็มี เหตุผลเช่น ไม่ค่อยสุขภาพ ใช้เฟซบุ๊กไม่ค่อยสุขภาพ เช่นโพสต์ไม่ค่อยสุขภาพ หรือว่าแชร์อะไรที่มันแปลกๆ แชร์อะไรที่มันล่อแหลม หรือว่า เจอเพื่อน เพื่อนที่เราไม่รู้จักจริงๆ อะ แต่งตัวไม่เรียบร้อยหรือไม่อะไรอะ เราก็ลบเลย

ผู้วิจัย : ล่อแหลมในทางไหนที่จะลบเพื่อน?

พระมหาพร้อมบุญ : อืมม เช่น ก็มีถ้าเป็นพระเป็นเณร ก็คือ แต่งตัวไม่ค่อยเรียบร้อย บางครั้งก็ใส่ผ้าอังสะตัวเดียวอะไรเงี้ย หรือว่าบางครั้งก็ใส่แค่สบง แบบโชว์ด้านบนไรเงี้ย รู้สึกว่าล่อแหลมเกินไปเราก็ลบดีกว่า

ผู้วิจัย : คือ ตอนนั้นเรารู้สึกยังไง

พระมหาพร้อมบุญ : คือ รู้สึกไม่ค่อยเหมาะสมกับสมณะสาธูปเท่าไร

ผู้วิจัย : เคยมีคนส่งอะไรแบบนี้มาให้ส่วนตัวไหม วาบหวิวอะไรแปลกๆ?

- พระมหาพร้อมบุญ : เคยอยู่ครั้งหนึ่ง เคยเป็นผู้หญิง ที่จริงหลายครั้งอะนะ เคยเป็นผู้หญิงละเออทักเข้ามามีแฟนหรือยัง คุณได้ไหมอะไรเงี้ย
- ผู้วิจัย : หลวงพี่ทำไง?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็เลือกที่จะไม่ตอบ ก็ปล่อยไว้
- ผู้วิจัย : อันแฟนดีไหม?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็บล็อกเลย
- ผู้วิจัย : ไม่อันแฟนดี?
- พระมหาพร้อมบุญ : คือ ถ้าบล็อก มันก็จะอันแฟนโดยอัตโนมัติ

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.2.4.8 กรณีการบล็อกเพื่อน

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมผู้วิจัยพบว่า มีปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการบล็อกเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น พระกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลส่วนใหญ่คล้ายกัน กล่าวคือ พระมหาโสภณ พระชนพล พระมหาพร้อมบุญ เห็นว่า หากเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กรายใด มีการส่งข้อความส่วนตัวในลักษณะการเข้ามาจีบ เรื่องผลประโยชน์ หรือแม้แต่ส่งภาพโป๊ ภาพอวัยวะเพศมา ก็จะบล็อกจากการเป็นเพื่อน ส่วนพระมหาฐิติพงษ์ ไม่เคยบล็อกเพื่อนในเฟซบุ๊ก เพราะมีแนวคิดที่ว่า หากเราไม่มีผลประโยชน์ก็จะหายไปเอง เหล่านี้ สื่อให้เห็นว่าบรรทัดฐานพุทธบัญญัติทางพระพุทธศาสนายังเป็นปัจจัยสำคัญ ที่เป็นกรอบให้พระสงฆ์ยังคงเล่นอยู่ภายใต้ความเหมาะสมตามวิถีที่พระสงฆ์ควรจะเป็น ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : เคยมีใครส่งข้อความแปลกๆ เข้ามาหาในแชทส่วนตัวบ้างหรือไม่
- พระมหาโสภณ : มี
- ผู้วิจัย : เราเข้าไปทำอย่างไร จัดการอย่างไร
- พระมหาโสภณ : ก็อ่านนะ คุณไปก่อน คุณปกติ ตอบโต้ คุณไปก่อน แต่ถ้าเริ่มมากๆ ก็บล็อกไปเลย อย่างถ้ามาจีบ ก็บล็อกไปเลย
- ผู้วิจัย : มีกรณีอื่นๆ อีกึปเปล่าครับ ที่หลวงพี่จะปฏิเสธ แล้วบล็อกไป
- พระมหาโสภณ : ก็มีๆ ส่งภาพอวัยวะเพศมา เป็นทั้งฆราวาส เกย์ สารพัด ทั้งส่งข้อความมา ทั้ง มาสสาจ เด็กนวด ทั้งไม่นวด ส่งมา คุณได้มั๊ย ผู้หญิงก็มี พอมันหนักเข้าๆ เราก็ไม่ค่อยตอบ บางทีเขาก็ถามว่า ทำไมไม่ค่อยตอบ หลวงพี่เป็นเกย์รีป่าว
- ผู้วิจัย : นอกจากเรื่องอย่างนี้ มีประเด็นอีกหรือไม่ อย่างขอยืมเงิน อะไรประมาณนี้

พระมหาโสภณ : มีๆ เป็นเด็กผู้ชาย ดีต่างว่าเชียงใหม่ เราก็ดูโปรไฟล์ ดูในอัลบั้มรูป ก็เออ เป็นเด็กหน้าตาดี ก็...บอกว่า อยากไปหาหลวงพี่จัง อยากไปอยู่ด้วย เราก็ถามว่า ทำไมอะไรยังไง แล้วก็ลงด้วยว่า ตอนนี้ผมอยู่เชียงใหม่ ผมกลับไม่ได้ ผมถูกหลอกมา แล้วตอนนี้ไม่มีตั้งค์

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ทำไมเราถึงไม่บล็อกละครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : ไม่ๆ คือ พอสักพัก เขาจะบล็อกตัวเอง เพราะเราไม่มีประโยชน์กับเขาแล้วไง คือ คนเรามันคบกันด้วยผลประโยชน์นะ ซึ่งตรงนี้ไม่ได้หมายถึง เรื่องเงินทองเพียงอย่างเดียว หมายความว่าอยากจะได้สิ่งนั้น สิ่งนี้ ถ้าเขาไม่ได้ เราหมดผลประโยชน์กับเขา เขาก็ต้องออกไป เข้าใจมั๊ย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยบล็อกเพื่อนในเฟซบุ๊กบ้างมั๊ย?

พระชนพล : เคย ถ้ารู้สึกไม่สำรวม ไม่ให้เกียรติเรา

ผู้วิจัย : อย่างเช่นยังไง ที่บอกไม่ให้เกียรติ?

พระชนพล : ก็อย่างส่งข้อความมาจีบ ส่งภาพโป๊ มา ผมรู้สึกอึดใจ!! นี่เราเป็นพระนะ ส่งมาได้ไง

ผู้วิจัย : แล้วที่ส่งมานี้ฆราวาส หรือพระ?

พระชนพล : มันก็มีหมดแหละ

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : เคยมีคนส่งอะไรแบบนี้มาให้ส่วนตัวไหม วาบหิวอะไรแปลกๆ?

พระมหาพร้อมบุญ : ก็เคยอยู่ครั้งนึง เค้าเป็นผู้หญิง ที่จริงหลายครั้งอะนะ เค้าเป็นผู้หญิงละเออทุกเข้ามามีแฟนหรือยัง คุยได้ไหมอะไรเงี้ย

ผู้วิจัย : หลวงพี่ทำไง

พระมหาพร้อมบุญ : ก็เลือกที่จะไม่ตอบก็ปล่อยไว้

ผู้วิจัย : อันเพื่อนดีไหม?

พระมหาพร้อมบุญ : ก็บล็อกเลย

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

เมื่อพิจารณาการมีปฏิริยาตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งกรณีการรับเป็นเพื่อน การขอเป็นเพื่อน การตอบคอมเมนต์ การส่งคอมเมนต์ การแชท

ผ่านเฟซบุ๊ก การกดไลค์ การลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์) การบล็อกเพื่อน การมีปฏิริยาตอบสนองต่อประเด็นต่างๆ ดังกล่าว มีความเป็นไปได้น้อยมากที่จะเกิดขึ้นในโลกความจริง โดยประเด็นที่ชี้ให้เห็นเด่นชัด จะมาการที่พระกลุ่มตัวอย่างปฏิเสธรับกิจกรรมผ่านช่องทางแชนแนลบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก หากขราวาสรายนั้นไม่สนิท หรือไม่รู้จักกันในโลกแห่งความจริง เป็นแค่เพียงเพื่อนที่รู้จักบนเฟซบุ๊ก หรือโลกเสมือนเท่านั้น เท่ากับว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังคงมีแนวทางการคิดในลักษณะโยนิโสมนสิการ หรือไตร่ตรองว่าเรื่องใดเหมาะสม ไม่เหมาะสม ยิ่งเป็นพระสงฆ์ด้วยแล้ว ยิ่งต้องมีวิธีการใช้งาน เฟซบุ๊กมากกว่าขราวาสทั่วไป

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างทุกรูป ต่างมีปฏิริยาตอบสนองต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่เสมอ แต่จะเป็นการตอบสนองในระดับโลกเสมือน (virtual reality) บนเว็บไซต์เท่านั้น โดยจะตอบสนองกับเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กที่รู้สึกปลอดภัย แม้ก่อนที่จะมาเป็นเพื่อนร่วมกันบนสังคมเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผ่านการรับเป็นเพื่อนจากคนที่เข้ามาขอร่วมเป็นเพื่อนทั้งที่รู้จักและไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม รวมถึงกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ได้ไปขอคนรู้จัก หรือไม่รู้จักไปเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กก็ตาม แต่เมื่อเกิดการสนทนาผ่านการคอมเมนต์ การแชทผ่านเฟซบุ๊ก หากเมื่อใดที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่ปลอดภัย หรือรู้ตัวว่าตนจะเข้าไปอยู่ในโลกขราวาสมากจนเกินไป เข้าไปยุ่งกับเรื่องกิเลส ตัณหาต่างๆ ที่พระสงฆ์ไม่ควรเข้าไปข้องเกี่ยว พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างก็จะถอยห่าง หรือยกระดับเป็นการลบเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก หรือหากรู้สึกไม่ปลอดภัยจากรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งขั้นสูงสุด ก็จะบล็อกเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กรายนั้นออกจากความเป็นเพื่อน ซึ่งผู้ที่ถูกบล็อกจะไม่มีโอกาสได้เห็นบัญชีเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างอีกต่อไป เท่ากับว่า กลุ่มตัวอย่างยังคงมีระดับความคิดอยู่ในพื้นที่โลกแห่งความเป็นจริงเป็นหลัก และยังคงมีการครองตนในฐานะพระสงฆ์ มีบรรทัดฐานตามที่พระพุทธีพึงปฏิบัติ ซึ่งพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังคงต้องดำเนินต่อไป

4.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือวัดและวิเคราะห์ผลการรับรู้เรื่องราวในแง่มุมต่างๆ จากผู้ใช้สื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 4.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ
- 4.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค
- 4.3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค
- 4.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ

4.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ

ตารางที่ 4.8

แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม
ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระธนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ระดับความสนใจในการเปิดรับ	สนใจเปิดรับระดับมาก โดยเฉพาะการตั้งสเตตัส และการติดตามข้อมูลข่าวสารตามหน้าเพจเฟซบุ๊กต่างๆ			

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทุกรูปต่างมีความสนใจในการเปิดรับเฟซบุ๊กทุกวันเมื่อมีโอกาส เนื่องจากมีความพร้อมเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟนได้ตลอด 24 ชั่วโมงแล้ว พระกลุ่มตัวอย่างยังมีหน้าที่ประจำในการดูแลหน้าเพจเฟซบุ๊กของวัด โอกาสการเข้าถึง เฟซบุ๊กจึงมีเพิ่มขึ้น ประกอบกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูปต่างให้สัมภาษณ์ไปในทิศทางเดียวกันว่า จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเมื่อมีโอกาสและเวลาว่าง ดังนั้นความถี่ในการเข้าใช้เฟซบุ๊กจึงอยู่ในระดับสูง สังเกตได้จากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แล้วได้ดูแลเกี่ยวกับการเผยแพร่ของวัด ด้วยการใช้เฟซบุ๊กมัย
- พระมหาโสภณ : อ่า ใช่
- ผู้วิจัย : แต่ละวัน หลวงพี่เล่นเฟซบุ๊กอย่างน้อยแค่ไหนครับ
- พระมหาโสภณ : อย่างในมือถือ ผมก็ออน (ออนไลน์) ไม่ตลอด มีคนเข้ามาทักมาก็ไม่ได้ ตอบ บางทีก็นอนแล้ว ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ส่วนใหญ่กลางวันผมจะไม่ค่อยได้ตอบ จะไม่ค่อยได้อยู่วัด ไปงานเทศน์ งานต่างๆ แต่พอขึ้นรถก็จะดูหน่อยว่า เพื่อนฝูงเป็นอะไรอย่างไร ข่าวสารเป็นอย่างไร แล้วเราก็...ที่เราไปเทศน์มาก็อัพโหลด ลงแล้วก็จบ
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ ก็โพสต์วันละกี่ครั้งครับ อย่างวันหนึ่งครั้ง สองครั้งได้มั๊ยครับ
- พระมหาโสภณ : น้อยไป.....บางทีวันหนึ่งเราไป 4-5 งาน เราก็โพสต์ 4-5 ครั้ง
- ผู้วิจัย : ก็คือ พอเทศน์เสร็จแล้วก็ลงเลยหรือครับ

- พระมหาโสภณ : พอเราเสร็จงานนั้น เราก็ลงทันทีเลย ที่เราลงเลย ก็เพราะรู้สึกว่ามัน เป็นกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา ให้เขาซึมซับอยู่เรื่อยๆ เหมือนกับเป็นการ อย่างวัดแต่ละวัดที่นิมนต์เราไป เพื่ออะไร เพื่อต้องการดึงคน ถ้าถามว่าพระในวัดเขาเทศน์ได้มั้ย ได้ แต่ว่า ถ้าพระนักเทศน์อย่างนี้ จะมีมวลชน เขาก็รู้ ก็จะตามกันไป เพราะฉะนั้นก็เป็นการโปรโมทวัดเขาด้วย ให้คนรู้ความเคลื่อนไหว กิจกรรมของพระศาสนา
- ผู้วิจัย : อย่างปกติ การใช้เฟซบุ๊ก แต่ละครั้งนานมัย
- พระมหาโสภณ : ก็ถือว่านานนะ อย่างผมก็จะปิดขึ้นปิดลง (หน้าจอโทรศัพท์) ผ่านไปมา ถ้ามันไม่มีอะไรก็วาง แล้วก็ค่อยกลับมาใหม่
- ผู้วิจัย : มีมัยครับ เวลาเราเหนื่อยๆ กับงานมา แล้วเข้าใช้เฟซบุ๊ก เพื่อผ่อนคลาย ผ่านความบันเทิงต่างๆ อย่างเพจเพื่อความบันเทิงต่างๆ อย่างเพจดาราดารา เพจภาพยนตร์
- พระมหาโสภณ : ผมชอบดูการ์ตูนนะ เวลาบางทีที่มันไร้สาระ คือ เรื่องที่มันเป็นไปไม่ได้ ดูให้มันเพื่อเจอไปสักพัก มันก็ดีเหมือนกัน มันเหมือนเป็นความฝัน ผมว่าทุกคนเคยเป็นเด็ก
- ผู้วิจัย : เคยมัย เห็นอะไรถูกใจแล้ว แชร์ต่อ บนเฟซบุ๊กของเราเอง
- พระมหาโสภณ : เคย แต่บางทีก็เอ... หว่า ลอกเรียน คือ เหมือนกับว่า เฟซของเรา ก็ควรเป็นอะไรที่เป็นของเรา แต่ถ้าเราชอบ ก็คือรูปของเขาไว้ ถึงแม้จะเป็นธรรมะ ก็จะไม่แชร์ เอาว่าเป็นปัจเจกดีกว่าส่วนตัวดี
- ผู้วิจัย : แสดงว่า เฟซบุ๊ก ก็เป็นอีกช่องทางที่หลวงพี่จะใช้เพื่อเปิดรับข่าวสารภายนอก อย่างนี้ หลวงพี่เคยกดไลค์เพจข้อมูลข่าวสารต่างๆ บ้างมัย ส่วนใหญ่เป็นเพจประเภทแบบไหน
- พระมหาโสภณ : ก็จะเป็นเกี่ยวกับคณะสงฆ์มากกว่า
- ผู้วิจัย : แล้วอย่างข้อมูลข่าวสารทั่วไปอื่นๆ ละครับ
- พระมหาโสภณ : อย่างข้อมูลข่าว กีฬา ก็มีๆ อย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ก็มี อย่างน้อยกดติดตาม มันก็ขึ้นมาให้เราเห็นตลอดเวลา ทำให้เรารู้ทางโลกย์ ไม่ได้ตกข่าว...

- ผู้วิจัย : อย่างที่ผ่านมา เราเล่นเฟซบุ๊ก เราเล่นเพื่อเผยแพร่ทางธรรม กับเล่นเพื่อส่วนตัว หลวงพี่มองตัวเองเล่นทางไหนมากกว่ากัน หากจะลองเทียบเป็นสัดส่วน
- พระมหาโสภณ : ผมว่า 90% ก็คือ เล่นเพื่อเผยแพร่ทางธรรม อีก 10% ก็เรื่องทั่วไป เช่น ไปฉันทที่อยู่ยามานะ โยมถวายต้นไม้มา บางทีก็ให้ดูเล่นๆ ว่า อันนี้สวยมั๊ย เป็นวิทัศน์นะ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

จะเห็นได้ว่า จากบทสัมภาษณ์พระมหาโสภณ ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระมหาโสภณ มีโอกาสเข้าใช้เฟซบุ๊กสูง เพราะนอกจากมีหน้าที่ดูแลเฟซบุ๊กของวัดแล้ว ยังมีโทรศัพท์สมาร์ตโฟนที่เข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา และผู้วิจัยยังพบว่า พระมหาโสภณมีความสนใจเปิดรับเฟซบุ๊กโดยการกดติดตามเพจต่างๆ ไว้ และเข้าใช้เมื่อมีโอกาส มีเวลาว่าง ยกเว้นแต่เพียงช่วงเวลางานจะปิดระบบการแจ้งเตือนบนเฟซบุ๊กไว้ แต่เมื่อมีโอกาสก็จะเข้าดูเฟซบุ๊ก หากมีข้อมูลใดที่ชื่นชอบก็จะมีการแชร์ต่อบ้าง แม้แต่ตอนรู้สึกเครียด ต้องการการผ่านคลาย ก็จะใช้เฟซบุ๊กมาดูเพจที่ตนเองชื่นชอบเป็นพิเศษ อาทิ เพจเกี่ยวกับการ์ตูน และเป็นที่สังเกตว่า พระมหาโสภณ ระบุชัดเจนว่า หากไปงานเทศน์ที่ใด จะโพสต์งานนั้นทันทีเมื่อเสร็จงานเทศน์นั้น สะท้อนให้เห็นว่า พระมหาโสภณสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และพร้อมใช้สื่อเฟซบุ๊กในการเผยแพร่ผลงานของตนเอง

อย่างไรก็ตาม พระมหาโสภณระบุว่าถ้าเทียบสัดส่วนระหว่างเล่นเฟซบุ๊กแล้ว ร้อยละ 90 เล่นเพื่อเผยแพร่ธรรมะ ส่วนอีกร้อยละ 10 เล่น เฟซบุ๊กตามความชอบส่วนตัว ประกอบกับยังมีเพจที่ติดตามเป็นเรื่องเกี่ยวกับสงฆ์ พร้อมทั้งระบุสาเหตุที่มีความถี่ในการโพสต์งานที่ไปเทศน์ลงเฟซบุ๊กเฉลี่ย 4-5 ครั้งต่อวัน เพื่อให้เพื่อนร่วมเฟซบุ๊กได้รับสารอยู่เรื่อย เสมือนซึมซับพุทธศาสนาเมื่อเข้าใช้เฟซบุ๊ก สะท้อนให้เห็นว่าพระมหาโสภณ ยังคงมีแนวโน้มใช้สื่อเฟซบุ๊กในทางธรรม เผยแพร่ศาสนาเป็นส่วนใหญ่

- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ประพันธ์บทกลอนต่างๆ ทุกวัน หลวงพี่เคยคิดจะตั้งเป็นเพจเฟซบุ๊กให้คนติดตามบ้างหรือไม่ครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : มี เรามีเพจ แต่เราไม่ได้ทำเพจเกี่ยวกับภาษาและวรรณคดี เราทำเพจเกี่ยวกับวัด วัง แต่เราไม่ได้เป็นคนโพสต์ เราตั้งคนอื่นให้เป็นแอด มินร่วม แล้วให้คนอื่นโพสต์ไป คือ การเล่นเฟซบุ๊กมันดีอยู่อย่างตรงที่เพจที่เรากดถูกใจนั้นะ จะอดมไปด้วยวิชาการ ประวัติศาสตร์ แง่ดีต่างๆ เช่น เพจเกี่ยวกับหลวงปู่พุทธทาส เกี่ยวกับธรรมะ
- ผู้วิจัย : หลวงพี่ได้อยู่ในกลุ่มเฟซบุ๊กอะไรบ้างหรือไม่ครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : มี เยอะมากเลย อย่างกรุ๊ปภาษาวรรณคดีมีเยอะมากเลย แต่
 อย่างการโพสต์ในกรุ๊ปน้อย ส่วนใหญ่หลวงพีจะเน้นที่การอ่าน
 อย่างเดียว เพราะเราจะโพสต์ในพื้นที่ตัวเองเท่านั้น เรามีข้อเสีย
 อย่างหนึ่ง เราไม่ค่อยได้ไปนำเสนอในเพจต่างๆ ที่เขานำเสนอ
 มากนัก แต่เราถ้าจะนำเสนออะไร ก็จะนำเสนอในพื้นที่ของเรา
 เอง ไม่มี เราจะไม่โพสต์อะไรที่ไร้สาระเลย ไปดูได้เลย ก็ปี
 ย้อนหลังไม่โพสต์ไร้สาระ แล้วก็ไม่เคยแชร์

ผู้วิจัย : เวลาเครียดๆ เราเคยใช้เฟซบุ๊ก เพื่อผ่อนคลายบ้างมัย อย่างอ่าน
 ข่าว ข้อมูลเบาๆ ข่าวบันเทิง หรืออะไรก็ตาม

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็ยังดูทั่วไป ก็มีความสุขกับการดูทั่วไปอยู่แล้ว เราก็เสพ ข่าว
 จากตรงนั้นอยู่แล้ว คนนั้นไปร่วมงานบุญที่วัดนั้น คนนี้ทำ
 กิจกรรมที่วัดนี้ ซึ่งการเปิดดูแบบนี้ ก็ทำให้เราผ่อนคลาย เราจะ
 บอกให้นะ คนไทย หรือคนเราเนี่ย มันมีอุปนิสัยชอบรู้เรื่อง
 เพื่อนอยู่แล้ว การรู้เรื่องเพื่อนเนี่ยมันตอบโจทย์ เพราะอย่าง
 บอกว่า ชั้นมีเรื่องจะเล่าคนมากันเต็ม แต่ถ้าไม่จั่วหัว ก็จะไม่
 คนเข้ามาสนใจ เนี่ย เฟซบุ๊กมันตอบโจทย์คนไทยได้ ทำให้เรา
 เรื่องนั้นนี่มากมาย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ พระมหาฐิติพงษ์ ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก
 ผู้วิจัยพบว่า พระมหาฐิติพงษ์ มีโอกาสเข้าถึงเฟซบุ๊กสูง เพราะนอกจากมีหน้าที่ดูแลเฟซบุ๊กของวัดแล้ว
 ยังมีโทรศัพท์สมาร์ตโฟนที่เข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา และผู้วิจัยยังพบว่า พระมหาฐิติพงษ์ มีความ
 สนใจเปิดรับเฟซบุ๊กโดยการกดติดตามเพจ รวมถึงเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ บน เฟซบุ๊ก และเข้าใช้
 เมื่อมีโอกาส มีเวลาว่าง ส่วนการแชร์ พระมหาฐิติพงษ์ จะไม่แชร์ต่อบนหน้าเฟซบุ๊กของตัวเอง แต่การ
 ตั้งสเตตัสนั้น ระบุว่า ตั้งเมื่อมีโอกาส ซึ่งผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตบนหน้าเฟซบุ๊กของพระมหาฐิติพงษ์
 พบว่า ได้มีการตั้งสเตตัสทุกวัน เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าวันละ 1 ครั้ง เท่ากับว่า พระมหาฐิติพงษ์มีความถี่ใน
 การเปิดรับเฟซบุ๊กสม่ำเสมอทุกวัน

ผู้วิจัย : ปกติเล่นเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์ใด

พระชนพล : ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ ใช้แค่มือถือ หยิบมาดูบ้างตอนเวลาว่าง ไม่มีอะไร
 ทำ

ผู้วิจัย : สัดส่วนการใช้เฟซบุ๊ก คิดเป็นเปอร์เซ็นต์

- พระชนพล : ประมาณ 30% ไม่ค่อยว่างเล่น ผมเพิ่งย้ายมาอยู่กรุงเทพฯ ได้ 2 ปี ไม่ค่อยว่างเหมือนตอนอยู่วัดเก่า เล่นทั้งวันเลย เพราะมันไม่มีงาน ไม่ทำอะไร เลยเล่นทั้งวัน จนย้ายวัดมาอยู่กรุงเทพฯ เรามีงาน มีหน้าที่รับผิดชอบ ก็เลยไม่ได้ใช้เป็นหลัก แต่ตอนไหนถ้าว่าง ก็จะหยิบขึ้นมา แล้วแต่อารมณ์ สถานการณ์ตอนนั้นด้วย
- ผู้วิจัย : ตั้งเป้าการโพสต์เฟซบุ๊กต่อวันจำนวนกี่ครั้ง
- พระชนพล : วันนึงต้อง 2 โพสต์เป็นอย่างมาก คือ เช้า และ เย็น ช่วงเวลาละ 1 ครั้ง บางวันก็ได้โพสต์ บางวันคิดไม่ออกก็ไม่ได้โพสต์
- ผู้วิจัย : หลวงพี่กดไลค์เพจบ้างหรือไม่ กดไลค์เพจหมวดใด
- พระชนพล : ข่าวสารไม่ค่อยจะมีนัก ส่วนใหญ่จะเป็นหมา และผ้าไทย เครื่องถมทองสมัยก่อน ผมชอบอะไรที่มันเก่าๆ งานเกี่ยวกับการรีโนเวทสถานที่ บ้านเก่าปรับปรุงใหม่
- ผู้วิจัย : เวลาเครียด เคยใช้เฟซบุ๊ก ดูเพจเพื่อให้ผ่อนคลายบ้างมั๊ย
- พระชนพล : ก็มีนะ อันนี้ก็แล้วแต่โอกาส เพราะบางทีมีงานเยอะก็ไม่ทันได้เครียด (หัวเราะ)
- พระชนพล : ตอนนั้นถือว่าไม่ติด จนมาเฮ้ย เราน่าจะมีโพสต์เฟซของตัวเองบ้าง ก็คือ ตอนนั้นไม่คิดว่ามันจะเสื่อมเสียหรือว่าจะอะไร เพราะในความคิดเราเราบริสุทธิ์ใจที่จะใช้มัน ก็เหมือนกับมิดที่เค้าเอามาให้เราใช้ ถ้าเกิดเราใช้ในทางที่ถูกมันก็ไม่มีผลเสีย

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ พระชนพลอีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระชนพลมีโอกาสเข้าถึงเฟซบุ๊กสูง เพราะมีโทรศัพท์มือถือที่พกติดตัวตลอดเวลา และผู้วิจัยยังพบว่า พระชนพลเปิดรับเฟซบุ๊กโดยการกดติดตามเพจต่างๆ บนเฟซบุ๊ก และเข้าใช้เมื่อมีโอกาส มีเวลาว่าง ส่วนเรื่องการตั้งบนเฟซบุ๊ก ตั้งใจโพสต์ประจำทุกวัน ถือว่ามีความถี่สม่ำเสมอในการเข้าใช้งาน โดยจะโพสต์ไม่เกินวันละ 2 ครั้ง คือ 1 ครั้งในตอนเช้า และอีก 1 ครั้งในช่วงตอนเย็น ส่วนวันไหนไม่ได้โพสต์ เพราะพระชนพลคิดไม่ออก ว่าควรจะโพสต์อะไรดี สะท้อนว่า พระชนพลมีความสนใจในการเปิดรับเฟซบุ๊ก มีเป้าหมายชัดเจนในการโพสต์แต่ละวัน และที่สำคัญพระชนพลมีความเชื่อมั่นในตนเอง ทุกครั้งที่เข้าใช้งาน เพราะคิดว่าใช้งานด้วยความบริสุทธิ์ใจ

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยคิดจะทำเป็นเพจ มั้ยครับ

พระมหาพร้อมบุญ : ยังไม่ได้คิด เพราะตัวเองไม่ได้ทำขนาดนั้น มีเพจของวัด (สุทธิวรารามฯ) ซึ่งมีแอดมินหลายคน และตัวเองก็เป็นหนึ่งในนั้นที่ช่วยดูแลด้วย

- ผู้วิจัย : เล่นเป็นกีเปอร์เซ็นต์ของอินเทอร์เน็ต?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็ประมาณสัก 30% นะ ก็น่าจะได้ เพราะปกติเราก็เปิดไว้ บางทีก็ไม่ได้เข้าไปดู แต่เปิดหน้าเพจไว้ เพราะบางครั้งเราคิดว่า เฟซบุ๊กไม่ได้จำเป็นต้องโพสต์ต้องอะไรตลอด เฟซบุ๊กก็หมายถึง ช่องทางหนึ่งที่สามารถติดต่อสื่อสารกับคนที่เรารู้จัก เช่น ติดต่อ กับงาน ติดต่อกับเพื่อน อะไรแบบนี้
- ผู้วิจัย : อย่างปกติเวลาจะโพสต์จะต้องตั้งไว้ใหม่ว่าจะโพสต์กี่ครั้ง?
- พระมหาพร้อมบุญ : ก็ปกติจะมีโอกาสได้ไปทำงานหลายที่ เช่น ไปสนองงานพระ ผู้ใหญ่ไปทำกิจกรรมของวัด กิจกรรมด้านการศึกษา หรือแม้แต่ บางครั้งเรานั่งอยู่เฉยๆ แล้วเรารู้สึกว่าเราคิดธรรมะได้ก็โพสต์ ตอนนั้น เหมือนกับว่าเราคิดอะไรได้สักอย่างที่เป็นคำคม ธรรมะ หรือว่าสุภาษิต อะไรอย่างเนี่ย หรือว่าไปสถานที่ต่างๆ ก็มักจะ เอาสถานที่ที่เราไปมาเป็นรูปภาพในการโพสต์ของเรา
- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ เคยมีร่วมกับกลุ่มต่างๆ ที่มีบนเฟซบุ๊กมัย เช่น กลุ่มสมาคมนิคมศัลยกรรม
- พระมหาพร้อมบุญ : มีๆ ส่วนมากเขาจะเชิญเข้ากลุ่ม เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มป.ตรี ป.โท ที่ เราเรียนมีแน่นอน เพราะเราคิดว่าช่องทางเฟซบุ๊ก จะเป็น ช่องทางในการติดต่อ แจ้งเหตุการณ์ หรือแลกเปลี่ยนมุมมอง ต่างๆ ระหว่างกันได้ดีที่สุด เพราะใกล้ตัวเรา ถ้าเราโทร เราต้อง โทรไปทุกคน แต่การตั้งกลุ่มทำให้เราได้รู้พร้อมกันในครั้งเดียว ว่าจะโพสต์อะไร หรือส่งข้อมูลอะไรก็ตาม กลุ่มที่เรามีก็จะเป็น กลุ่มนิคมศัลยกรรม กลุ่มมหาวิทยาลัย กลุ่มพระเครื่อง กลุ่มของเก่าที่ เราชื่นชอบ แนวศิลปะ
- ผู้วิจัย : เข้าไปกดไลค์เพจอะไรบ้างไหม
- พระมหาพร้อมบุญ : ไลค์เพจก็มีนะ
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เป็นเพจ?
- พระมหาพร้อมบุญ : เช่น หลายๆ เพจ มีทั้ง เพจบุคคลสำคัญ เช่น นักแสดงที่เรา ชื่นชอบ หรือ ว่าเพจคำคมเพจอะไรที่มันสร้างสรรค์อะ หรือว่า เพจอะไรที่มันเกี่ยวกับงานของเรา เช่นการออกแบบบ้าง เพราะเราว่าวัดก็ต้องมีการออกแบบบิวอินท์ หรือว่าวัสดุต่างๆ ที่ เราต้องใช้เราก็ต้องกดไว้เพื่อให้เราติดตามเค้าให้เราเห็น

ผู้วิจัย : อย่างเวลาแข็งๆ เหนื่อยๆ จากเวลาต่างๆ เคยใช้เฟซบุ๊กเป็นตัว
ผ่อนคลาย มีบ้างมี๊ย เช่น อาจจะมีกลุ่มที่เราติดตามประจำ พอ
ถึงเวลาว่าง เราก็ไปดูเพจนั้นๆ

พระมหาพร้อมบุญ : เราไม่ได้ค้นหา มีอะไรหน้าฟีดเฟซบุ๊ก เราก็ดูตามนั้น

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ พระมหาพร้อมบุญ ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์
เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระชนพรมมีโอกาสเข้าถึงเฟซบุ๊กสูง เพราะนอกจากมีหน้าที่ดูแลเพจเฟซบุ๊กของ
วัด ยังมีโทรศัพท์สมาร์ตโฟนที่เข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา และผู้วิจัยยังพบว่า พระมหาพร้อมบุญกด
ติดตามเพจ และเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ บนเฟซบุ๊ก และเข้าใช้เมื่อมีโอกาส มีเวลาว่าง โดยระบุชัดเจน
ว่า หากอยากโพสต์อะไรก็โพสต์ ณ ขณะนั้นเลย แต่ส่วนใหญ่ยังคงเน้นการโพสต์เกี่ยวกับธรรมะ
สะท้อนสถานะบทบาทความเป็นพระสงฆ์อยู่ และหากมีรู้สึกเหนื่อย เครียด ก็จะเข้าใช้เฟซบุ๊ก เพื่อ
ความผ่อนคลาย อย่างไรก็ตาม พระมหาพร้อมบุญได้ใช้เวลาเล่นเฟซบุ๊กคิดเป็น 30% ของการเข้าใช้
อินเทอร์เน็ต เพราะมองว่าเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

เมื่อพิจารณาจากประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง
ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทุกรูปต่างสนใจเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่ตลอดเวลา โดยจะเข้าใช้
เฟซบุ๊กเมื่อมีเวลาว่าง เพื่อเข้าติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กตามความสนใจของแต่ละ
รูป พร้อมทั้งมีการตั้งเป้าหมายในการตั้งสเตตัสโพสต์บนเฟซบุ๊กในแต่ละวันแตกต่างกันออกไป แต่ทุก
รูปต่างตั้งสเตตัสโพสต์เฟซบุ๊กทุกวัน สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์มีความสนใจ มีความถึ
สม่าเสมอในการเปิดรับเว็บไซต์ทุกวัน ในช่วงเวลาที่มีโอกาส แต่ในเรื่องการโพสต์ เฟซบุ๊กนั้น ยังคง
เน้นในเรื่องธรรมะเป็นส่วนใหญ่

4.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค

ตารางที่ 4.9

แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม
ต่อรง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพ	พระมหาพร้อมบุญ
การคิดไตร่ตรองขณะ บริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	มีสติคิดไตร่ตรองทั้งก่อนและระหว่างเล่นเฟซบุ๊ก อาทิ การตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊ก ว่าจะมีผลดีผลเสียใดบ้าง			

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์จะมีสติคิดไตร่ตรองความคิดระหว่างการใช้งานเฟซบุ๊ก ทั้งเรื่องการประเมินตนเอง เกี่ยวกับการพัฒนาจากเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นเพจ เฟซบุ๊กสาธารณะ การคิดวิเคราะห์ก่อนตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊กแต่ละครั้ง การเข้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์และชื่นชอบเป็นการส่วนตัวในการใช้เฟซบุ๊ก การเลือกจะแชร์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อตนเองในภายหลัง ตลอดจนการตั้งค่าเป็นสาธารณะมากกว่าจะเลือกตั้งค่าส่วนตัว ทำให้แม้แต่บุคคลที่ไม่ใช่เพื่อนร่วม เฟซบุ๊กก็สามารถมองเห็นข้อมูลต่างๆ ของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างได้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยคิดจะพัฒนาเป็นเพจ
- พระมหาโสภณ : มีนะ แต่ผมแทบไม่ค่อยได้ใช้ เพราะคิดว่าอันนี้น่าจะง่ายกว่า
- ผู้วิจัย : เราเห็นความแตกต่างระหว่างเฟซบุ๊กส่วนตัว กับเพจ ซึ่งเพจใครเข้า มากดไลค์ติดตามก็ได้ เพราะจะช่วยให้การเผยแพร่พระพุทธานุศาสน์ได้ง่ายขึ้น
- พระมหาโสภณ : อ้อ คิดว่าคัดกรองเป็นรายๆ ไปดีกว่า เพราะว่า อย่างว่าแหละหลายคนอ่ะนะ แต่ละคนที่เข้ามาหาเราไม่รู้ว่าใครบ้าง เพราะอย่างนั้นก็ต้องคัดกรองนิดนึง
- ผู้วิจัย : อย่างมีพระหลายๆ รูป ที่อาจจะบ่นเปื้อน หรืออะไรก็ตามแต่แล้วโพสต์บนเฟซบุ๊ก มองอย่างไรกับสถาบันสงฆ์ด้วยกัน
- พระมหาโสภณ : อย่างเรื่องเปื้อน ทุกคนมันเปื้อนเหมือนกันหมดแหละ แต่ผมว่าเอาไว้ในใจดีกว่า แม้จะเปื้อนมากเปื้อนน้อย ไม่ต้องไปโพสต์ให้ใครรู้ แต่ในส่วนฆราวาสผมจะไม่พูดถึงนะ เพราะฆราวาสจะทำยังไง เพราะมันเป็นโลกีย์วิสัย มันเป็นอย่างนั้นอยู่
- ผู้วิจัย : แต่สำหรับพระด้วยกันเอง ควรเก็บไว้ในใจ เพราะอะไร
- พระมหาโสภณ : เพราะเป็นพระ ก็ควรสำรวมกาย วาจา ใจ
- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ หากหลวงพี่จะสะดุดข้อมูลข่าวสาร แล้วต้องกดเข้าไปอ่าน ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องแนวไหน ลักษณะอย่างไร
- พระมหาโสภณ : ผมก็จะ...คือ เราไม่ได้ว่าดูงานของเราอย่างเดียว เราก็ดูงานคนอื่น ๆ ด้วย ว่าเป็นอย่างไร สถานที่ของเขา บางทีเราก็จะได้เช็คด้วยว่า นักเทศน์แต่ละองค์เนี่ย กิริยามารยาทเวลาอยู่บนธรรมมาศ แต่ละองค์เป็นอย่างไร เราก็จะได้รู้ ได้เห็น ได้ปรับตัว
- ผู้วิจัย : ข่าวสาร การเมือง?

พระมหาโสภณ : อ่าน แต่ว่าเป็นกลางนะ พระเราไม่ใช่จะไปเลือกข้างเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ ทั้งๆ ที่รู้ แต่ก็เจียบชะ ต่อความยาวสาวความยืด อีกอย่างไม่ใช่เรื่องของพระ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ประพันธ์บทกลอนต่างๆ ทุกวัน หลวงพี่เคยคิดจะตั้ง เป็นเพจเฟซบุ๊กให้คนติดตามบ้างหรือไม่ครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : มี เรามีกเพจ แต่เราไม่ได้ทำเพจเกี่ยวกับภาษาและวรรณคดี เราทำเพจเกี่ยวกับวัด วัง แต่เราไม่ได้เป็นคนโพสต์ เราตั้งคนอื่นให้เป็นแอดมินร่วม แล้วให้คนอื่นโพสต์ไป

ผู้วิจัย : แล้วของตัวเอง ไม่คิดจะมีหรือครับ เพราะพระหลายๆ รูปก็มีเพจเป็นของตัวเอง

พระมหาฐิติพงษ์ : ต้องมานั่งคิดอย่างนี้ด้วยว่า ถ้าตั้งเพจไปแล้ว มันจะสามารถตอบสังคมได้บ้างมั้ย ได้มากแค่ไหน ถ้าบางครั้งตั้งไปแล้ว เราไปโชว์ที่มันไม่ถึง มันก็เหมือนเป็นการโชว์ใจ อย่างน้อยเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กห่าพันคนก็ตีแล้ว ใครจะเข้ามาดูก็ได้ เพราะเราตั้งเป็นสาธารณะนี่ก็ถือเป็นช่องทางหนึ่งแล้ว แล้วเราก็เห็นเยอะมากเลย สำหรับพระที่ตั้งเป็นเพจ แล้วไม่ประสบความสำเร็จ เพราะ 1. ชื่อเสียงไม่มี 2.องค์ความรู้เขาไม่พอ และการนำเสนอความคิดของเขาก็ไม่ใช่ และการนำเสนอของเขาก็ต้องแมนเท่นนะ เพราะถือเป็นสิ่งสำคัญนะ หากหายไปก็จะไม่ตอบโจทย์ลูกค้านะ เหมือนคนกินข้าวต้องกินทุกวันนะ คนออกกำลังกาย ถ้าไม่ออกทุกวัน จากซิคแพคก็เหลือแค่แพคเดียวนะ แมนเทนท์เป็นสิ่งสำคัญ อย่างหลวงพี่ เวลานำเสนอ มักจะนำเสนอเรื่องราวของตัวเอง คือโพสต์ต้องมีรูปของตัวเอง เพราะเราชอบ และมักจะมีเรื่องของคำประพันธ์ เพราะเราเองก็เป็นอาจารย์สอนด้านนี้ ก็สอนภาษาวรรณคดีมา 15 ปี 16 ปี ทีนี้เราก็เลยเอาความรู้ความสามารถ เป็นสิ่งที่ชอบ ใ้ความรู้ ความสามารถ จริงๆ ก็พูดไปอย่างนั้นจริงๆ แล้ว มันคือ ความชอบ เฟซบุ๊กมันสะท้อนความชอบ ค่านิยม รสนิยม ความคิดของตัวเองบุคคลที่นำเสนอออกไป ซึ่งแน่นอนว่า มันเกี่ยวกับช่วงวัย ความคิด ของพระสงฆ์ที่เล่นด้วย เพราะว่าวัยวุฒิหนึ่ง คุณวุฒิหนึ่ง สองประการนี้เป็นตัวแปร

สำคัญ ที่ทำให้การโพสต์ การเสนอในเฟซบุ๊กแตกต่างกัน เช่น พระณเรเด็ก ๆ เนี่ย อาจจะไม่โพสต์แล้วก็แสดงความรู้สึกนึกคิด โดยที่ไม่ได้กลั่นกรอง แน่แน่นอนว่าจะต้องมีภาพลักษณ์ลบบๆ หรือไม่ดี เป็นในลักษณะโยม หรือทางโลกย์มากเกินไป ทำให้สังคมมองว่า ถ้าท่านบวชอยู่ ท่านไม่ควรนำเสนออย่างนี้

แต่ถ้าเป็นคนที่เรียนหนังสือ หรือมีวิวุฒิมากขึ้น เขาจะรู้ว่าอะไรควรโพสต์ อะไรไม่ควรโพสต์ อะไรอย่างนี้ พระบางรูปเป็นอาจารย์ เขาจะนำเสนอในเรื่องของการเผยแผ่ ออกมาให้เห็นอย่างในเรื่องทัศนคติวิชาการ ในเรื่องคำสอน หรือพระบางรูป อาจนำเสนอในเรื่องของธรรมะ ธรรมะล้วนๆ เลย ซึ่งอาจจะก๊อปเขามา หรือคิดไปเอง ซึ่งธรรมะที่คิดเองน้อยมาก เพราะพระที่เล่นเฟซบุ๊กเนี่ย เป็นพระที่ไม่ได้อยู่ในช่วงวัยที่อายุมาก เพราะฉะนั้นเนี่ย เขาก็ไปเอาจากโน่นนั่นนี่มาแล้วก็โพสต์ บางรูปก็เอาชื่อตัวเองลงไปใส่ แต่เราในฐานะ นั้นเป็นคำสอนของหลวงพ่อดีๆ ที่นำมาใส่ ถ้าเป็นความสุขของเขา เราก็อนุโมทนาสาธุ ดีกว่าไปโพสต์เรื่องไร้สาระ

ผู้วิจัย : ทำไมหลวงพี่ไม่คิดจะโพสต์เสตัสลักษณะอย่างอื่นเลย?

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็เพราะเราอยู่ในสมณสาธูปอย่างนี้ ถ้าจะทำท่าทางแอ็บแบิว แล้วก็ถ่ายรูปอย่างนี้ไม่ได้ จะไม่มีการโพสต์ม็อนนี่กันอย่างนี้ ไม่ได้ไม่งาม คือ เรานะเนี่ย พระเนี่ยในระดับหลวงพี่เนี่ยกินตีมาก ถ้าจะไปโพสต์เนี่ยไม่ได้ โยมถวายแต่ของดีๆ เราไปงานใหญ่ๆ แล้วคนเศรษฐกิจทำบุญนะ กับงานสำคัญทำบุญ แล้วเราจะโพสต์ทำไมในด้านที่ไม่งาม

ผู้วิจัย : อย่างเวลาหลวงพี่จะตั้งโพสต์เฟซบุ๊กแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะใด

พระมหาฐิติพงษ์ : ไม่มีๆ เราจะไม่โพสต์อะไรที่ไร้สาระเลย ไปดูได้เลย ก็ปีย้อนหลังไม่โพสต์ไร้สาระ แล้วก็ไม่เคยแชร์บทความ เราเขียนเอง นี้!! ดูด้วย (ยกบทความที่แต่งเองบนไอแพดให้ดู) แล้วเราแต่งเอง เขียนเอง โอ้โห... เราเก็บไว้หมด เราเขียนทุกวัน แล้วมันสำคัญตรงไหนที่จะไปลอกของคนอื่น เรานำเสนอของเราเอง เราไม่ได้จำเป็นต้องไปลอกใคร เรามีสมอมนี่

ผู้วิจัย : เสตัสเราตั้งเป็นแบบพลับพลิกไว้หมั้ยครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : เราตั้งเป็นพลับพลิก เพราะเรามีความรู้สึกว่า ถ้าเกิดมีการเราเป็นเพราะเราเห็นว่า ถ้าเขาต้องสูญเสียใครไป แล้วคลิกไปดูของคนนั้น เราเข้าไปดูไม่ได้ แต่ทำไมเขาถึงกล่าวคำไว้อาลัยไว้

เยอะขนาดนี้ เขาสร้างคุณงามความดีอะไรไว้บ้าง เราก็คิดว่า ถ้าเราตายไปเนี่ยนะ อย่างน้อยเขาก็ได้มาดูเรานะ คิดอย่างนี้จริงๆ ก็เลยเปิดเป็นสาธารณะ ไม่ได้กลัวอะไร

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

- ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่โพสต์เรื่องอะไร
- พระชนพล : โพสต์ของผม อันดับแรกคือ ต้องคิดไม่เชิงธรรมะ เชิงเน้นเอาให้เข้าถึงจริง ปฏิบัติได้ ให้กำลังใจเป็นข้อเตือนใจ ไม่ถึงกับเป็นธรรมะ เพราะบางคนเข้าไม่ถึง ก็คือ ที่ผมโพสต์ ผมเห็นอะไรที่มันไม่ถูกต้องในความคิดของผม ผมจะโพสต์ในเชิงเสียดสี เสียดสีการกระทำของคนซึ่งมันไม่ค่อยถูกต้อง ก็คือ ผมต้องกล้าที่จะให้คนอื่น ถูกต้องและยุติธรรมนิดนึง ยิ่งมาบอกว่า อย่างเช่นว่า อย่างมอเตอร์ไซค์เมื่อวาน ถ้าคุณมาวิ่งทางเท้า ผมก็ไม่ได้อะไรนะ ผมก็คิดว่าคุณจะได้ไม่ต้องกลับรถไป แต่ตรวจดูที่คุณมาว่า คนใช้ทางเท้า ผมคิดว่ามันไม่ถูกต้อง ไม่ได้ห่วงเรื่องยอดโลก ผมก็ไม่ได้มีคนมากดไลค์เยอะนะ ในเฟซบุ๊ก ผมค่อนข้างแสดงตัวตนของผม ผมขี้เล่น จริงๆ ผมเป็นคนขำๆ โพสต์ส่วนใหญ่เฮฮา แล้วปิดด้วยสาระ ในการที่เรามีสาระ ก็ต้องมีสาร ในเรื่องที่เราผ่อนคลาย เราก็อยากจะผ่อนคลาย ก็คือ แสดงตัวตนของผมไป ผมไม่ได้สร้างภาพ...วันนี้เราไปทำบุญมา แล้วก็แชร์ภาพทำบุญ แต่ภาพหลังจริงๆ แล้วมันไม่ใช่..."ผม...หน้าเป็นอย่างไร...หลัง...ก็ต้องเป็นอย่างนั้น" เพราะว่าความจริงก็คือ ความจริง ยิ่งเราไปสร้างภาพ ก็เหมือนกับเปลือกนอก ผมรู้สึกว่ามันไม่ให้เกียรติตัวเอง โยมเค้ามาราบเรา ถ้าเกิดเป็นฆราวาส มันไม่มีใครอยู่ดีๆ จะเข้ามาราบ ถ้าเราไม่ใช่ผู้ใหญ่ แต่เป็นพระ โยมเค้ามานะไหว้เรา พอเค้ามานะไหว้เรา "เราคิดหรือเปล่าว่าเราดีพอที่จะให้เค้ามานะไหว้เราหรือเปล่า" ผมคิดอยู่ตลอดเวลา ถ้าเราไม่ดีพอ เราก็ต้องทำตัวเองให้ดีพอที่จะให้เค้ามานะไหว้ได้ ไม่ต้องดีเลิศ เป็นพระอริยะนั่งสวดมนต์ทั้งวัน แต่แค่เราไม่ต้องทำในสิ่งที่ไม่ดีเท่านั้นเอง ซึ่งเฟซบุ๊กก็เป็นอีกอย่างหนึ่งที่สะท้อนตัวเราเอง

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

- ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยคิดจะทำเป็นเพจ มั้ยครับ
- พระมหาพร้อมบุญ : ยังไม่ได้คิด เพราะตัวเองไม่ได้ทำขนาดนั้น
- ผู้วิจัย : มีเกรียนๆ เข้ามา มีบ้างมั้ย
- พระมหาพร้อมบุญ : มันน้อย เพราะอยู่ที่คนโพสต์ ส่วนแชร์ ก็มี แต่ก็น้อย ถ้าจะแชร์ส่วนใหญ่เป็นด้านงานศาสนา หรือธรรมะ หรือการเมืองที่เราเห็นด้วย เช่น ข่าว บทความตามเพจต่างๆ ยิ่งช่วงนี้ เป็นช่วงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวสิ้นพระชนม์ ก็มีแชร์ หรือการเถลิงขึ้นครองราชย์ของรัชกาลที่ 10 การให้ความรู้ก็มี โดยส่วนใหญ่ถ้าแชร์จะเป็นองค์ความรู้มากกว่า เพราะว่า การแชร์ หรือการโพสต์ก็ดี มันบ่งบอกถึงตัวเรา อย่าลืมนะ คนที่ติดตามเรา เป็นเพื่อนกับเรา เป็นบุคคลที่เรารู้จัก ถ้าเราแชร์เรื่องไม่ดี หรือโพสต์ไม่ดี เขาก็จะมองเห็นด้วย ดังนั้น จะแชร์หรือโพสต์เรื่องไม่ดี เราก็ต้องมีการพิจารณาก่อน เพราะเราใช้ชื่อของตัวเอง และเป็นบุคคลที่เรารู้จัก ต้องเล่นเฟซบุ๊กอย่างมีสติ มีวิจารณญาณ คิดทุกครั้งที่จะพูด คิดทุกครั้งที่จะเขียน คิดทุกครั้งที่จะโพสต์ และคิดทุกครั้งว่าโพสต์นั้นจะกระทบต่อใครบ้าง มีผลอะไรกลับมาต่อตัวเรามั้ย แล้วโพสต์แล้วเกิดประโยชน์อะไรกับผู้คน หรือคนที่เห็น

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค

ตารางที่ 4.10

แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่บริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
ช่วงเวลาที่บริโภค เว็บไซต์เฟซบุ๊ก	ช่วงเวลาบริโภค เฟซบุ๊กไม่กำหนดตายตัว เล่นเมื่อมีโอกาสเสมอ			

จากคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อกรณีช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างบริโภค หรือใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างต่างมีช่วงเวลาที่บริโภคเฟชบุ๊กแตกต่างกันออกไปตามโอกาสและเวลาที่ว่าง แต่ทุกรูปจะ
ให้คำตอบที่ชัดเจนในทางเดียวกันว่า หากมีโอกาสหรือมีเวลาว่างจะเข้าใช้เว็บไซต์เฟชบุ๊กอยู่เสมอ
ดังบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ปกติ หลวงพี่เอง ใช้ช่วงเฟชบุ๊กตอนไหน
พระมหาโสภณ : ช่วงเวลาที่จะใช้ ก็คือ ช่วงเวลาตื่นนอน ที่จะยังอยู่กับเฟชบุ๊ก
จริงๆ ก็คือ ตั้งแต่ห่มไปแล้ว ก็เรื่อยๆ จนบางทีจำวัด สามสี่ห่ม
แล้วแต่โอกาสและความเหมาะสม

ผู้วิจัย : อย่างในชีวิตประจำวัน หลวงพี่หิบบเฟชบุ๊กมาเล่น นอกจากตื่น
เข้าก็ดูหน่อย ก่อนนอนก็ดูหน่อย มีแรงจูงใจอื่นอีกมั๊ยครับ
พระมหาโสภณ : อืม แรงจูงใจอื่น ที่ไม่ใช่เรื่องช่วงเวลาที่เคยชิน ก็มีนะ อย่างเข้า
ไปดูเขาขายของ พระพุทธรูป อย่างของนั้นเขาสวยงาม ของคนนี่
เขาชี้เหร่ ก็จะมีดูของคนนั้น คนนี้บ้าง อันนี้ไม่เลือกเวลา ไร่เรื่อง
สัพเพเหระนี้ไม่เลือกเวลา

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่เวลาหลวงพี่เล่นเฟชบุ๊ก เล่นตอนไหนครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : อ้อ ก็เล่นทั้งวัน

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : แล้วเล่นเฟชบุ๊กตอนไหนบ้างในหนึ่งวัน

พระชนพล : ก็เล่นตลอดนะ เวลาไหนว่างก็หยิบมือถือขึ้นมาเล่น

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : กิจวัตรประจำวันเล่นเฟชบุ๊กตอนไหนบ้าง

พระมหาพร้อมบุญ : จะจำกัดเวลาไม่ได้อะนะ ก็...ทุกช่วงละมั้งที่มีโอกาสที่ว่าง แต่ก็
ไม่ได้ ต้องตลอดอะไรเวลาว่างหรือวาระหรือว่าอะไรก็มักจะ
เข้าไปดู

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเสื่อ

ตารางที่ 4.11

แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเสื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง
ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
กิจกรรมที่ทำระหว่าง บริโศคเฟซบุ๊ก	ดูโทรทัศน์	ไม่มี โฟกัส เฉพาะเฟซบุ๊ก เพียงอย่างเดียว	ดูโทรทัศน์ เลี้ยงสุนัข	คุยกับเพื่อน หรือคนรู้จัก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็น
ทางธรรมต่อกรณีกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทำกิจกรรม
อื่นระหว่างใช้งาน เฟซบุ๊ก อาทิ การดูโทรทัศน์ การเลี้ยงสุนัข ระหว่างสนทนากับเพื่อน คนรู้จัก
เป็นต้น ยกเว้นพระมหาฐิติพงษ์หากเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ก็จะโฟกัสเฟซบุ๊กเพียงอย่างเดียว ไม่ได้ทำ
กิจกรรมอื่น ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างพวกผม เล่นเฟซบุ๊กไป ทำกิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย

พระมหาโสภณ : มีๆ ก็เปิดไป แต่เราโฟกัสกับทางเฟซบุ๊กบนมือถือ บางทีหูฟัง
โทรทัศน์ ตาข้าง หนึ่งดู อีกข้างดูโทรทัศน์ (หัวเราะ)

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่เคยมีมัย ทำกิจกรรมอื่นระหว่างเล่นเฟซบุ๊กไปด้วย

พระมหาฐิติพงษ์ : ส่วนมากไม่ค่อยมี เพราะว่า เราไม่มีจิตปฏิพัทธ์ต่อการถือทางอื่น
มากกว่า ใจจดจ่อกับเฟซบุ๊กตลอด บางคนบอกว่า ถ้าไม่เล่น
เฟซบุ๊ก เป็นการตัดช่องการสื่อสาร รู้มัย หลวงพี่เจอเพื่อเก่าๆ
ตั้งแต่สมัยประถมศึกษา ก็เพราะมาจากการเล่นเฟซบุ๊กคนนี่ คือ
เพื่อนเราหนิ วันใดวันหนึ่งที่เขาหายไป เราไม่มีเบอร์โทรศัพท์
มันทำให้การติดต่อหายไป ถ้าอย่างนั้นเลิกเล่นไม่ได้ เพราะจะ
ทำให้เราเหมือนคนเห็นแก่ตัว เห็นแก่ตัว คือ ถ้าเกิดคุณคิดจะ
เป็นแบบนี้ คุณเข้าป่าไปเลย คุณไม่ต้องมาบวชวัดในเมืองหรอก
ถ้าบอกว่าไม่อยากยุ่งกับใคร คุณก็เข้าป่าไปเลย ไม่ได้ยุ่งกับใคร
แน่ ไปหากินในป่า ไม่ต้องอะไรแล้วด้วย เป็นความคิดอย่างนั้น

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : ระหว่างที่หลวงพี่เล่นเฟซ เคยทำกิจกรรมอื่นด้วยมั๊ยครับ?

พระชนพล : ก็มีๆ ก็อย่างดูทีวี หรือไม่ก็เลี้ยงสุนัข

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : ช่วงที่เล่นเฟซบุ๊ก เคยทำอย่างอื่นไปด้วยมั๊ยครับ?

พระมหาพร้อมบุญ : อ้อ มีๆ แล้วแต่ว่าตอนนั้นทำอะไร อย่างถ้าคุยกับเพื่อนอยู่เล่นเฟซบุ๊กด้วยก็มี

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง กรณีกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำกิจกรรมอื่นระหว่างเข้าใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ต เพื่องานอื่นแต่อย่างใด อาทิ ดูโทรทัศน์ การเลี้ยงสุนัข หรือแม้แต่การสนทนากับเพื่อน นั้นเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก จึงสามารถพกติดตัว ใช้งานที่ไหน หรือระหว่างทำกิจกรรมอื่นอยู่ได้ตลอดเวลา ยกเว้นพระมหาฐิติพงษ์ที่ไม่ทำกิจกรรมอื่น ต้องการโฟกัสเฟซบุ๊กระหว่างที่ใช้งานเท่านั้น เพราะสมาธิจดจ่อกับเฟซบุ๊กเพียงอย่างเดียว

4.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ

ในส่วนเรื่องการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ นั้น ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์จากบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผ่านแง่มุมต่างๆ ว่าเป็นอย่างไร แบ่งเป็น 2 ประเด็น ประกอบด้วย

4.4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ

4.4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

ตารางที่ 4.12

แสดงการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ	เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบน เฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน			
ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม	เป็นเครื่องมือช่วยที่ช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสาร แต่ระดับความสัมพันธ์ ความไว้วางใจระหว่างกัน ยังต้องอาศัยพื้นฐานความรู้จักเป็นปัจจัยหลัก			

4.4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่าบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมนั้น มีลักษณะต่อไปนี้

4.4.1.1 เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน

จากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า บทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างประการแรก คือ การใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน คนรู้จัก ตามบทสัมภาษณ์พระสงฆ์แต่ละรูป ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แสดงว่าเขาอาจจะตั้งเสตัสทางธรรมทั่วไป อย่างนี้รีปาวครับ
พระมหาโสภณ : มี เพื่อนที่โตมาด้วยกันนะ เป็นนักเรียนประถมฯ บ้านใกล้กัน แต่ไม่ได้เจอกันนาน กระทั่งมาเจอกันทางเฟซบุ๊ก เขาเป็นฆราวาสผู้หญิง

ผู้วิจัย : แสดงว่า เพื่อนสมัยเด็กแทบไม่แอดใครเป็นเพื่อน
พระมหาโสภณ : มี ก็มีนะ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนที่เรียนด้วยกันตอนสมัยเป็นเณร มากกว่า อันนี้ยังคบ ยังคุยกันอยู่ บางคนสึกไปแล้ว ไปทำธุรกิจ ยังคุยกันอยู่อันนี้มี

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

พระมหาฐิติพงษ์ : บางคนบอกว่า ถ้าไม่เล่นเฟซบุ๊ก เป็นการตัดช่องการสื่อสารรั้งี้ หลวงพี่เจอเพื่อเก่าๆ ตั้งแต่สมัยประถมศึกษา ก็เพราะมาจากการเล่นเฟซบุ๊ก คนนี้คือ เพื่อนเราหนิ วันใดวันหนึ่งที่เขาหายไป เราไม่มีเบอร์โทรศัพท์ มันทำให้การติดต่อหายไป ถ้าอย่างนั้นเลิกเล่นไม่ได้ เพราะจะทำให้เราเหมือนคนเห็นแก่ตัวเห็นแก่ตัว คือ ถ้าเกิดคุณคิดจะเป็นแบบนี้ คุณเข้าป่าไปเลย คุณไม่ต้องมาบวชวัดในเมืองหรอก ถ้าบอกว่าไม่อยากยุ่งกับใคร คุณก็เข้าป่าไปเลย ไม่ได้ยุ่งกับใครแน่ ไปหากินในป่า ไม่ต้องอะไรแล้วด้วย เป็นความคิดอย่างนั้น

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

พระชนพล : ผมมีความรู้สึกว่ามันได้เพื่อนเยอะขึ้น เราได้แลกเปลี่ยนความคิด
(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : เพื่อนนี่คือ เพื่อนเชียงราย?

พระมหาพร้อมบุญ : เพื่อนนี่คือ เพื่อนในระดับที่เรียนด้วยกันตั้งแต่ประถมโน้นแล้ว เพื่อนที่หมู่บ้านไร่ ก็มีโอกาสดำเค็มมาทำงานกรุงเทพฯ ก็เจอกัน เค็มก็ถามว่าติดต่อยังไงมีเฟซบุ๊กไหม มีอะไรยังเนี่ย เพื่อให้ติดต่อกันง่ายๆ เราก็ยังไม่มีตอนแรกเราก็ไม่ได้สนใจ เฟซบุ๊กอะไรมากมายเท่าไร แต่พอลองสมัคร ก็สมัคร ก็น่าจะใช้เฟซบุ๊กประมาณ 6-7 ปีที่แล้วนะ

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโณ, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

เมื่อพิจารณาจากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า บทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่าง คือ การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสาร และรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อน ตลอดคนที่รู้จักกัน แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้เจอกันในชีวิตประจำวัน หรือไม่เคยเจอกันมานานมาก แต่กลับมีโอกาสได้เจอกันผ่านเฟซบุ๊ก ทำให้ต้องรักษาความสัมพันธ์ความเป็นกัลยาณมิตรแบบนี้ไว้ต่อไป เช่น เพื่อนสมัยเรียนประถมศึกษา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการได้เจอเพื่อนใหม่ๆ บนสังคมเฟซบุ๊กอีกด้วย

4.4.1.2 เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างกัน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมผู้วิจัยพบว่า บทบาทหน้าที่เว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้ที่สำคัญอีกประการ คือ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างเพื่อน คนรู้จักบนเฟซบุ๊ก ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 รูปต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ หากหลวงพี่จะสะดุดข้อมูลข่าวสาร แล้วต้องกดเข้าไปอ่าน จะเป็นเรื่องแนวไหน ลักษณะอย่างไร

พระมหาโสภณ : ผมก็จะ...คือ เราไม่ได้ว่าดูงานของเราอย่างเดียว เราก็ดูงานคนอื่น ๆ ด้วย ว่าเป็นอย่างไร สถานที่ของเขา บางทีเราก็จะได้ใช้คด้วยว่า นักเทศน์แต่ละองค์เนี่ย กิริยามารยาทเวลาอยู่บนธรรมมาศ แต่ละองค์เป็นอย่างไร เราก็จะได้รู้ ได้เห็น ได้ปรับตัว

ผู้วิจัย : ข่าวสาร การเมืองล่ะครับ?

พระมหาโสภณ : อ่าน แต่ว่าเป็นกลางนะ เพราะเราไม่ใช่ว่าจะไปเลือกข้างเป็นอย่างนั้น อย่างนี้ ทั้งๆ ที่รู้ แต่ก็เจียบชะ ต่อความยาวสาวความยืด อีกอย่างไม่ใช่เรื่องของพระ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : แล้วมีคอมเมนต์ไหนเป็นพิเศษ ที่หลวงพี่อยากจะไปตอบคอมเมนต์นั้น หรืออยากจะลบคอมเมนต์นั้นออกจากสเตตัสเรา

พระมหาฐิติพงษ์ : เราเป็นคนที่ไม่ลบบคอมเมนท์นะ วัดกันสิ เขาเขียนมา เราก็เขียนตอบ บางคนที่เรามีปฏิสัมพันธ์ที่ติงมด้วยเป็นพิเศษ การพูดคุยในช่องแชทอยู่แล้ว เราก็จะตอบเขา แต่ถ้าบุคคลทั่วไปเราก็จะกดไลค์ ให้รู้ว่า เรารับทราบนะ แต่เราจะไม่พิมพ์ว่า สาธุๆ เราไม่พิมพ์ คือ เรารู้ว่า สาธุๆ มันเป็นการขานรับว่า รับทราบ มันเป็นลักษณะ เอ้อ ทำนองว่า รู้แล้ว ซึ่งมันไม่ใช่เรา เพราะถ้าจะพิมพ์อะไร ก็ตอบไปด้วยใจ ถ้าใจมันไม่สาธุ ก็ไม่ต้องไปสาธุแค่กดไลค์ก็พอแล้ว

ผู้วิจัย : อันไหนที่เราารู้สึกว่า ควรจะคอมเมนท์ตอบในโพสต์ของเราเอง

พระมหาฐิติพงษ์ : เขามาถาม มันมีเหมือนกัน ถ้าถามด้วยความอยากรู้ ก็จะตอบ แต่ถ้าถามด้วยความลองงูมิ เราไม่ตอบ เราจะปล่อยให้มันบ้าไปเองนั่นแหละ คือ ถ้าคนอยากรู้ สมัยก่อนเราบินไปสอนให้ฟรีหมดเถไป เราไม่เอาอะไร เพราะเราชอบอยู่แล้ว ถือเป็นการให้ความรู้ ถ้าเขาถามเพราะอยากรู้ เรายินดีตอบ แต่ถ้าเขาถามเพราะอยากลองงูมิ เราจะตอบทำไม

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่นึกยังไงถึงเล่นเฟซบุ๊ก

พระชนพล : ผมมีความรู้สึกว่ามันได้เพื่อนเยอะขึ้น เราได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เรามีให้คนอื่นเขาได้รู้ และคนอื่นก็มาแชร์ความคิดกับเรา ก็คือ ไม่ใช่ไปในทางที่เห็นด้วยกับเราซะทุกคนไป คือ เราคิดขึ้นมา ก็มีคนอื่นมาแสดงความคิดเห็น ก็คือ เห็นด้วยบ้าง คิดต่างบ้าง มันก็เลยกลายเป็นว่าไม่มีอะไรเป็นสิ่งที่เราคิดถูกหรือผิดเสมอไป

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ เคยได้ร่วมกับกลุ่มต่างๆ ที่มีบนเฟซบุ๊กมัย เช่น กลุ่มสมาคมศิษย์เก่า

พระมหาพร้อมบุญ : มีๆ ส่วนมากเขาจะเชิญเข้ากลุ่ม เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มป.ตรี ป.โท ที่เราเรียนมีแน่นอน เพราะเราคิดว่าช่องทางเฟซบุ๊ก จะเป็นช่องทางในการติดต่อ แจ้งเหตุการณ์ หรือแลกเปลี่ยนมุมมองต่างๆ ระหว่างกันได้ดีที่สุด เพราะใกล้ตัวเรา ถ้าเราโทร เราต้อง

โทรไปทุกคน แต่การตั้งกลุ่มทำให้เราารู้พร้อมกันในครั้งเดียว
ว่าจะโพสต์อะไร หรือส่งข้อมูลความคิดเห็นอะไรก็

ผู้วิจัย : ประเด็นเรื่องศาสนา อาจจะชวนถก
พระมหาพร้อมบุญ : ก็มีบ้าง อย่างเรื่องพุทธอิสระก็มีบ้าง ที่ออกมาตามสื่อ เราก็
แสดงความคิดเห็นด้วยความสุภาพ หรือแชร์ก็มีบ้างในเรื่อง
ศาสนา

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จะสังเกตเห็นได้ว่า ในบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อแลกเปลี่ยน
ประสบการณ์ ความรู้ระหว่างเพื่อน คนรู้จักบนเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต่างต้องการ
ทราบความเคลื่อนไหวของกันและกัน ทั้งงานกิจนิมนต์ ตลอดจนภารกิจหน้าที่ของพระสงฆ์ที่รู้จัก และ
ได้ทำหน้าที่ในแต่ละวัน ไปพร้อมกับการแสดงความคิดเห็น การเสนอมุมมองแลกเปลี่ยนกันในประเด็น
ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลานั้นๆ อาทิ ข่าวสารบ้านเมือง ช่องทางการแจ้งข่าวสาร ข้อมูลที่สนใจเฉพาะ
เพื่อนำไปสู่การต่อยอดข้อมูลความรู้ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ต่างฝ่าย ต่างอาจไม่เคยทราบมาก่อน
รวมถึงใช้เป็นช่องทางแสดงความคิดเห็นเรื่องศาสนาในประเด็นต่างๆ รวมถึงเป็นแหล่งรับข้อมูล
ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ การปฏิสัมพันธ์ผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นนี้ ถือเป็นอีกแนวทาง
ที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันให้คงอยู่ต่อไปทั้งในโลกแห่งความจริง และในโลกเสมือน

4.4.1.3 เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย ความบันเทิง

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มี
ลักษณะเป็นทางธรรมกับบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้อีกประการ ผู้วิจัยพบว่า
เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย ความบันเทิง ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : มีมั๊ยครับ เวลาเราเหนื่อยๆ กับงานมา แล้วเข้าใช้เฟซบุ๊ก
เพื่อผ่อนคลาย บันเทิงต่างๆ อย่างเพจตารา เพจภาพยนตร์
พระมหาโสภณ : ผมชอบดูการ์ตูนนะ เวลาบางทีที่มันไร้สาระ คือ เรื่องที่มัน
เป็นไปไม่ได้ ดูให้มันเพื่อเจ้อไปสักพัก มันก็ดีเหมือนกัน ผมว่า
ทุกคนเคยเป็นเด็ก

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เวลาเครียดๆ เราเคยใช้เฟซบุ๊ก เพื่อผ่อนคลายบ้างมั๊ย อย่างอ่าน
ข่าว ข้อมูลเบาๆ ขำขันบันเทิง หรืออะไรก็ตาม
พระมหาฐิติพงษ์ : ก็ยังดูทั่วไป ก็มีมีความสุขกับการดูทั่วไปอยู่แล้ว เราก็เสพ ขำ
จากตรงนั้นอยู่แล้ว คนนั้นไปร่วมงานบุญที่วัดนั้น คนนี้ทำ
กิจกรรมที่วัดนี้ ซึ่งการเปิดดูแบบนี้ ก็ทำให้เราผ่อนคลาย เราจะ

บอกให้นะ คนไทยเราเนี่ย มันมีอุปนิสัยชอบรู้อะไรเพื่อนอยู่แล้ว การรู้อะไรเพื่อนเนี่ยมันตอบโจทย์

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : เวลาเครียด เคยใช้เฟซบุ๊ก ดูเฟชเพื่อให้อ่อนคลายบ้างมั๊ย

พระชนพล : ก็มีแล้วแต่โอกาส เพราะบางทีมีงานเยอะก็ไม่ทันได้เครียด (หัวเราะ)

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : อย่างเวลาเซ็งๆ เหนื่อยๆ จากเวลาต่างๆ เคยใช้เฟซบุ๊กเป็นตัวผ่อนคลาย มีบ้างมั๊ย เช่น อาจจะมีกลุ่มที่เราติดตามประจำ พอถึงเวลาว่าง เราก็ไปดูเพจนั้นๆ

พระมหาพร้อมบุญ : เราไม่ได้ค้นหา มีอะไรหน้าฟีดเฟซบุ๊ก เราก็ดูตามนั้น

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย ความบันเทิง ด้วยกันทั้งสิ้น โดยจะเข้าติดตามเนื้อหาแตกต่างกันไป ตามความสนใจของแต่ละรูป

4.4.1.4 เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้ ผู้วิจัยพบว่า เข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก โดยผู้วิจัยได้ยกบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ 2 รูปที่มีความเห็นในทิศทางเดียวกัน ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ หากหลวงพี่จะสะดุดข้อมูลข่าวสาร แล้วต้องกดเข้าไปอ่าน ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องแนวไหน ลักษณะอย่างไร

พระมหาโสภณ : ผมก็จะ...คือ เราไม่ได้ว่าดูงานของเราอย่างเดียว เราก็ดูงานคนอื่น ๆ ด้วย ว่าเป็นอย่างไร สถานที่ของเขา บางทีเราก็จะได้เช็คด้วยว่า นักเทศน์แต่ละองค์เนี่ย กิริยามารยาทเวลาอยู่บนธรรมมาสน์แต่ละองค์เป็นอย่างไร เราก็จะรับรู้ ได้เห็น ได้ปรับตัว

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เวลาเครียดๆ เราเคยใช้เฟซบุ๊ก เพื่อผ่อนคลายบ้างมั๊ย อย่างอ่านข่าว ข้อมูลเบาๆ ข่าวบันเทิง หรืออะไรก็ตาม

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็ยังดูทั่วไป ก็มีความสุขกับการดูทั่วไปอยู่แล้ว เราก็เสพร่าวจากตรงนั้นอยู่แล้ว คนนั้นไปร่วมงานบุญที่วัดนั้น คนนี้ทำกิจกรรมที่วัดนี้ ซึ่งการเปิดดูแบบนี้ ก็ทำให้เราผ่อนคลาย เราจะบอกให้คนไทย หรือคนเราเนี่ย มันมีอุปนิสัยชอบรู้เรื่องเพื่อนอยู่แล้ว การรู้เรื่องเพื่อนเนี่ยมันตอบโจทย์ เพราะอย่างบอกว่า ชั้นมีเรื่องจะเล่าคนมากันเต็ม แต่ถ้าไม่จั่วหัว ก็จะไม่มีคนเข้ามาสนใจ เนี่ย เฟซบุ๊กมันตอบโจทย์คนไทยได้ ทำให้เรารู้เรื่องนั้นนี้มากมาย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

4.4.1.5 เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยพบว่า ยังมีกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ถึง 2 รูป คือ พระมหาโสภณ กับพระมหาพร้อมบุญ ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ นอกจากนี้ พระมหาพร้อมบุญยังได้แสดงความคิดเห็นว่า ตั้งแต่สื่อใหม่ซึ่งหมายถึง เฟซบุ๊กเข้ามามีบทบาทในสังคม ทำให้เห็นธรรมะในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น โดยพระสงฆ์เข้ามาใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นตัวกลางการประสานระหว่างฆราวาสกับศาสนาเข้าไว้ด้วยกัน มีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ก็คือ พอเทศน์เสร็จแล้วก็ลงเลยหรือครับ

พระมหาโสภณ : ที่เราลงเลย ก็เพราะรู้สึกว่ามันเป็นกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา ให้เขาซึมซับอยู่เรื่อยๆ อย่างวัดแต่ละวัดที่นิมนต์เราไป เพื่ออะไร เพื่อต้องการดึงคน ถ้าถามว่าพระในวัดเขาเทศน์ได้มั๊ย ได้ แต่ว่า ถ้าพระนักเทศน์อย่างนี้ จะมีมวลชน เขาก็รู้ ก็จะมาตามกันไป เพราะฉะนั้น ก็เป็นการโปรโมทวัดเขาด้วย ให้คนรู้ความเคลื่อนไหวกิจกรรมของพระพุทธศาสนา

ผู้วิจัย : อย่างที่ผ่านมา เราเล่นเฟซบุ๊ก เราเล่นเพื่อเผยแพร่ทาง ธรรม กับ เล่น เพื่อส่วนตัว หลวงพี่มองตัวเองเล่นทางไหนมากกว่ากัน

พระมหาโสภณ : ผมว่า 90% ก็คือ เล่นเพื่อเผยแพร่ทางธรรม อีก 10% ก็เรื่องทั่วไป เช่น ไปฉันทที่อยู่ยามานะ โยมถวายต้นไม้มา บางทีก็ใช้ดูเล่นๆ ว่า อันนี้สวยมั๊ย เป็นวิทัศน์นะ

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

พระมหาพร้อมบุญ : แม้แต่บางครั้ง ไปต่างจังหวัด ทอดกฐิน ผ้าป่า เราก็ใช้สื่อโซเชียล ช่วยประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊กของเรา ก็จะมีญาติโยมทักเข้ามา

จะร่วมทำบุญกับเรา โดยการขอเลขบัญชี โอนเงินเพื่อทำบุญ ก็ถือเป็นสื่อกลางในการเชิญชวนให้ญาติโยมทำบุญได้ มีครั้งหนึ่งที่อาตมาไปบูรณะพระประธานที่จังหวัดลำพูน แล้วใช้เฟซบุ๊กเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ ครั้งนั้นมีผู้สับสนุนร่วมทำบุญประมาณ 2 แสนกว่าบาท โดยการผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก มองว่าเป็นช่องทางที่ทำให้เขาได้รับรู้ง่ายขึ้นในการที่เขาจะรู้ และสนใจ

ผู้วิจัย : การเล่นเฟซบุ๊กเป็นเรื่องปกติของพระ? บางคนบอกพระไม่ควรเล่น ต้องนิพพาน?

พระมหาพร้อมบุญ : หลวงพี่มองเรื่องของสื่อเรื่องเทคโนโลยี ในฐานะที่จับไอทีในระดับปริญญาตรี ปัจจุบันจะให้เด็กก็ดี หรือว่าให้คนเข้าไปวัด เข้าไปฟังเทศน์แบบเดิมๆ ก็คงจะน้อย สื่อก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธรรมะเข้าหาคนได้ง่ายขึ้นในยุคนี้ เพราะสื่อไปไกลไปได้ทุกที่ พอเราโพสต์ธรรมะโพสต์อะไรแบบนี้ หลวงพี่เชื่อมั่นว่าจะไปได้ไกล เช่น พระมหาวุฒิชัยมีเฟซบุ๊กใซ้มัย ลองไปดูคนกดไลค์กดแชร์เขาสิ เยอะมาก แปลว่าคนก็ยังสนใจ การที่คนจะไปหาฟังธรรมจากท่านที่เชียงใหม่ก็ยาก แต่พอเฟซบุ๊กเข้ามามันก็ง่ายขึ้น หรืออย่างเช่น พระนพดล วัดพระธรรมกาย ท่านก็ใช้สื่อเฟซบุ๊กในการโพสต์ธรรมะ มีคำคม ก็มีคนแชร์ คนกดไลค์เยอะก็เลยคิดว่ามันมีประโยชน์ในส่วนดีของเฟซบุ๊กในการเผยแผ่ธรรมะให้ซ้อคิด.. แต่ทุกอย่างแหละ ถ้าเรามองก็ต้องมีอีกมุมหนึ่งที่เราไม่อยากให้มี แต่มันเป็นไปไม่ได้หรอกที่มันจะไม่มี อาจจะมีข่าวต่างๆ ที่ออก ว่าพระเล่นเฟซบุ๊กแล้วมันล่อแหลม เช่น โพสต์รูปที่ไม่เหมาะสม ไม่ค่อยสำรวม หรือว่าคอมเม้นท์ในที่สาธารณะ ที่ใช้คำพูดไม่ค่อยดี หรือว่าเป็นคำพูดที่ล่อแหลม ไปทางในชู้สาวกันมันก็มี

(พระมหาพร้อมบุญ คะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.4.1.6 เพื่อแสดงถึงสิทธิที่เท่าเทียม

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมกับบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้อีกประการ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ถึง 2 รูป คือ พระมหาฐิติพงษ์ และพระมหาพร้อมบุญ ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อแสดงถึงสิทธิที่เท่าเทียมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่ได้อยู่ในกรุ๊ปเฟซบุ๊กอะไรบ้างหรือไม่ครับ
- พระมหาฐิติพงษ์ : มี เยอะมากเลย อย่างกรุ๊ปภาษาวรรณคดีมีเยอะมากเลย แต่อย่างการโพสต์ในกรุ๊ปน้อย ส่วนใหญ่หลวงพี่จะเน้นที่การอ่านอย่างเดียว เพราะเราจะโพสต์ในพื้นที่ตัวเองเท่านั้น
(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)
- ผู้วิจัย : อย่างหลวงพี่ เคยมีร่วมกับกลุ่มต่างๆ ที่มีบนเฟซบุ๊กมั้ย เช่น กลุ่มสมาคมศิษย์เก่า
- พระมหาพร้อมบุญ : มีๆ ส่วนมากเขาจะเชิญเข้ากลุ่ม เช่น กลุ่มมัธยม กลุ่มป.ตรี ป.โท ที่เราเรียนมีแน่นอน กลุ่มที่เรามีก็จะเป็นกลุ่มศิษย์เก่า กลุ่มมหาวิทยาลัย กลุ่มพระเครื่อง กลุ่มของเก่าที่เราชื่นชอบแนวศิลปะ
(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

นอกจากการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก จะมีบทบาทหน้าที่สำคัญหลายประการต่อผู้ใช้สื่อที่เป็นกลุ่มตัวอย่างแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊กเป็นเพียงเครื่องมือช่วยเพิ่มช่องทางติดต่อสื่อสารสำหรับผู้ใช้ แต่ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยังเกิดจากพื้นฐานการรู้จักกัน เป็นกัลยาณมิตรที่ดีต่อกันมาก่อนมากกว่า

ในบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม พบว่า พระสงฆ์แต่ละรูปยังคงยึดพื้นฐานการรู้จักกันมานาน มีความสัมพันธ์ที่สนิทกันเป็นที่ตั้งในการติดต่อสื่อสารในเรื่องสำคัญๆ หรือหมายกำหนดการงานต่างๆ หากมีผู้ใดเข้ามาติดต่อสื่อสารในเรื่องสำคัญ โดยที่ผู้ติดต่อนั้น ไม่มีพื้นฐานการรู้จักกัน หรือไม่มีพื้นฐานความสนิทกันมาก่อน ถือว่าการติดต่อสื่อสารเป็นอันจบไป คงไว้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันในเรื่องทั่วไป ที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นฐานความสนิท หรือไว้ใจกันมากเป็นพิเศษ เนื่องด้วยพระสงฆ์เหล่านี้ต่างใช้สติไตร่ตรองก่อนว่า หากไม่ใช่เรื่องไม่จำเป็น หรือเข้าสู่ทางโลกย์ไม่งาม จนไม่เหมาะกับสถานะครองตนเป็นพระสงฆ์ ก็จะไม่ยุ่งเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้น

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์มากถึง 3 ใน 4 รูป กล่าวคือ พระมหาฐิติพงษ์ พระธนพล พระมหาพร้อมบุญ ต่างมองเพื่อนบนสังคมเฟซบุ๊กจะมีความจริงใจต่อกันหรือไม่ ไม่สามารถตัดสินได้ทันที ต้องใช้ดุลพินิจ สติสัมปชัญญะ ในการคิดไตร่ตรองก่อน ไม่ด่วนตัดสินใจ ในทันที แต่ทั้งนี้ ทุกรูปต่างเห็นพ้องกันว่า ถ้าเป็นคนรู้จัก หรือเป็นเพื่อนกัน มีความสนิทกันในระดับหนึ่งอยู่แล้ว ย่อมสามารถตัดสินได้เร็วกว่า ว่าผู้นั้นมีความจริงใจระดับใด แต่สำหรับคนทั่วไป แม้จะเป็นเพื่อนกันบนเฟซบุ๊ก ก็ไม่สามารถรับรองได้ว่าทุกคนมีความจริงใจต่อกันทั้งหมด แต่ขณะเดียวกัน ว่าบุคคลกลุ่มหลังนี้จะไร้ความจริงใจบนสังคมเฟซบุ๊ก จนเรื่อยมาถึงความจริงใจในชีวิตจริง สำหรับพระมหาโสภณ เห็นว่า ไม่มีความแน่นอนว่าคนที่รู้จักกันมาก่อน ย่อมมีความจริงใจต่อกันมากกว่าคนที่เพิ่งรู้จัก หรือรู้จักกันผิวเผิน เพราะมีบริบทปัจจัยต่างๆ เป็นองค์ประกอบมากมาย ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างมีคนเดียวมาติดต่อหลวงพี่ทางเฟซบุ๊ก หรือโทรมา จะมีหลักการพิจารณาอย่างไร
- พระมหาโสภณ : อินบ็อกซ์ แชนท ก็มี แต่เราก็ต้องขอเบอร์ติดต่อเขาด้วย ให้อ่านสายปลายทาง ห้วนนอนปลายเท้า แต่ว่าส่วนใหญ่เราก็จะรู้จักกัน บางทีก็จะไม่โทรหอก แม้กระทั่ง เพื่อนนักเทศน์ด้วยกัน เวลาจะบอกงานกัน แต่ก่อนก็โทรศัพท์นะ เดียวนี้ไม่เอาแล้ว บางทีโทรเฟซบ้าง โทรไลน์บ้าง เพราะอาจจะประหยัดแล้ว ยังซัดกว่าด้วยซ้ำ
- ผู้วิจัย : มองว่า สังคมในเฟซบุ๊กมีความจริงใจต่อกันมากน้อยแค่ไหน บางครั้งอาจจะเป็นเพื่อนกัน แต่ไม่รู้จักกันแบบตัวเป็นๆ
- พระมหาโสภณ : ผมว่า คือ คนมันนานาจิตตัง หลากหลากกันไป ที่จริงใจก็มี อย่างที่คุยกันถึงปัจจุบันในเฟซบุ๊ก ที่ไม่เคยคุยกันก็ยังคงคุยกัน จนถึงปัจจุบันก็ยังมีเยอะมากมาย
- ผู้วิจัย : แสดงว่า เพื่อนที่อาจจะเจอกันซึ่งหน้า กับเพื่อนที่เจอโซเชียล อาจจะมีความจริงใจน้อยกว่าเพื่อนที่เจอกันซึ่งหน้าก็มี
- พระมหาโสภณ : ใช่ๆ มีความเป็นไปได้ เพราะอย่างคนติดตามผมในนี้ มีตั้งแต่เด็กมัธยม ถึงคนที่เข้าระดับมหาวิทยาลัย แล้วก็มีคนทำงาน สาขาต่างๆ คนทำบัญชี

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : อย่างนี้เวลามีคนมาขอकिनมนต์หลวงที่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กใน
แชท กับมาเจอด้วยตัวเอง ความสัมพันธ์แตกต่างกันหรือไม่
อย่างไร
- พระมหาฐิติพงษ์ : การนิมนต์พระทางเฟซบุ๊กเนี่ยมี แต่เรารู้จักกันนะ ถ้าไม่รู้จักกัน
จะมานิมนต์พระชีวิ๊วได้อย่างไร มันอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่าง
บุคคล การที่นิมนต์ด้วยตัวเอง หรือการโทรศัพท์มา อยู่ๆ เนี่ย
โทรศัพท์มาไม่รู้จักกัน จะนิมนต์ท่าน แล้วเธอเอาเบอร์ท่านมา
จากไหน
- ผู้วิจัย : ก็อยู่ที่ตัวบุคคล ช่องทางการสื่อสาร ก็เป็นเพียงช่องทางหนึ่ง
เท่านั้น
- พระมหาฐิติพงษ์ : มันต้องตอบโจทย์ให้ได้ก่อนว่า แล้วความน่าเชื่อถือมันคืออะไร
มีหรือไม่ หรือบางคน เราศรัทธาซึ่งกันและกัน อย่างเราชอบ
นำเสนอเรื่องศิลปวัฒนธรรม เขียนบทความต่างๆ อีกคนเป็น
อาจารย์ อยู่มหาวิทยาลัยชื่อดัง นำเสนอด้านนี้ๆ วันหนึ่ง เขา
อาจจะเฟซบุ๊กมาหา ด้านนี้ๆ จะจัดงานอย่างนี้ๆ ขอนิมนต์เรา
อย่างนี้ต้องไป เขามีตัวตน เขามีอะไรที่ชัดเจน ตัวบุคคลนั้น
น่าเชื่อถือมากแค่ไหน เราก็ต้องดูตั้งแต่อดีตที่เขาเคยนำเสนอ
แต่บางคนเคยโพสต์ รักเธोजัง วันนี้นกินข้าวผัด วันนีเเหงาจังอย่าง
นี้ เราจะไปเชื่อใจคนเหล่านี้ได้อย่างไร
- ผู้วิจัย : หลวงพี่รู้สึกอย่างไรกับสังคมเฟซบุ๊ก อย่างความจริงใจ....
- พระมหาฐิติพงษ์ : โอ๊ย เราจะเอาชีวิตไปฝากไว้กับเฟซบุ๊กไม่ได้หรอกนะ คือ เรา
ฝาก ได้ในเรื่องการนำเสนอของเรา แต่เราจะฝากเรื่องการ
ปฏิสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นนี้น้อย เฟซบุ๊กเป็นการคบอย่างฉาบฉวย
แต่อาจจะจริงจังจังลึกๆ บ้าง แต่เราเชื่อว่าจะน้อย อย่างเคยมี
การ์ตูนล้อเลียนว่า เพื่อในเฟซบุ๊กมีอยู่หลายพันคน แต่เวลามีคน
มางานศพมากันแค่ 3 คน แต่ถ้ามีคนตายเนี่ย คนไปไว้อาลัย
ในเฟซบุ๊กจะเยอะเลย แต่ถามว่ามีคนไปร่วมงานศพกี่คน ถ้าไป
ต้องรู้จักจริงๆ ไม่มีใครหรอกที่รู้จักทางเฟซบุ๊ก แล้วรู้จักว่าเป็น
คนอย่างนี้ แล้วไปแบบจริงจัง แต่อาจจะมึบ้าง แต่น้อย
- ผู้วิจัย : ยังไงเพื่อนต่อหน้า มีความจริงใจต่อกันกันมากกว่า

พระมหาฐิติพงษ์ : แน่นนอน เพราะมันอาศัยบริบทหลายอย่าง เช่น เรียนมาด้วยกัน ทำงานด้วยกัน หรือมีปฏิสัมพันธ์อย่างอื่นแน่นแฟ้นยิ่งกว่า แต่เฟซบุ๊กเนี่ยมันเชื่ออะไรได้ เพราะเฟซบุ๊กเป็นการนำเสนอในด้านเดียว มันไม่ได้นำเสนอทุกด้าน แต่ถ้าเรารู้จักกัน รู้จักเราทุกด้านได้ รู้ว่าจบประถมศึกษา มัธยมศึกษาที่ไหน ปริญญาที่ไหน เรียนสาขาอะไร ทำงานที่ไหน แต่ในเฟซบุ๊กจะเมคก็ได้ มันไม่มีการคัดกรองว่าเป็นเรื่องจริง หรือไม่จริง ดังนั้น เฟซบุ๊กในระยะหนึ่งเนี่ย เคยมีบอกว่า มันมีข้อบังคับตั้งชื่อจริงเท่านั้นนะ แล้วพอตอนหลังยกเลิกแล้ว

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : ถ้าจู่ๆ มีญาติโยมมานิมนต์หลวงพี่ผ่านแชทในเฟซบุ๊กล่ะ
พระชนพล : อันนี้ บอกเลย ว่าถ้าไม่รู้จัก ก็ไม่ยุ่งด้วยนะ เพราะมันดูเหมือนง่ายไปม๊าย จู่ๆ ไม่รู้จัก แต่มาเชิญเราไปงาน มันก็ไม่ใช่เรื่องนะผมว่า

ผู้วิจัย : อย่างเรื่องความจริงใจกับสังคมในเฟซบุ๊ก
พระชนพล : ผมว่าจะจริงใจ หรือไม่จริงใจ มันก็ขึ้นอยู่กับคนๆ นั้นที่โพสต์ หรือเรารู้จักมากกว่านะ เพราะเราไม่รู้นิสัยเพื่อนทุกคนในเฟซบุ๊กหรอกว่าเขาไปยังไง แต่ถ้าเป็นเพื่อนสนิท คนรู้จักกันนาน อันนี้ผมรู้อีก ว่า มันมาแนวนี้ มันหมายถึง อะไร แต่ถ้ารู้จักผิวเผิน อันนี้ เราก็ไม่รู้ได้ทั้งหมด ผมว่ามันต้องดูสภาพแวดล้อมรอบๆ ด้วย

ผู้วิจัย : แล้วหลวงพี่ คิดว่า เพื่อนในเฟซบุ๊กจริงใจกันแค่ไหน
พระชนพล : อันนี้ ก็อย่างที่บอก ถ้าเรารู้จักเขา อะไรที่เขาโพสต์ ที่เขาคิด เราก็รู้อย่างไร เพราะเรารู้จักเขาหนี

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : มีญาติโยมเคยติดต่อกิจนิมนต์ผ่านช่องทางโซเชียลบ้างหรือไม่
พระมหาพร้อมบุญ : ก็มี แต่ส่วนใหญ่เป็นรุ่นเดียวกัน สนิทกัน แต่ถ้าเป็นคนอายุมากกว่า จะใช้วิธีการโทรมาหา เพราะเราเป็นพระ ดูแล้วเป็นวัยของเขาที่ต้องไปกราบพระ แต่ก็มีบ้างที่อยู่ในคันทันเคย วัยเดียวกัน ก็มี หรือแม่แต่บางครั้ง ไปต่างจังหวัด ทอดกฐิน ผ้าป่า เราก็ใช้สื่อโซเชียลช่วยประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊กของเรา ก็จะมีญาติโยม ทักเข้ามาจะร่วมทำบุญกับเรา โดยการขอเลขบัญชี โอนเงินเพื่อทำบุญ ก็ถือเป็นสื่อกลางในการเชิญชวนให้ญาติโยมทำบุญได้

มีครั้งหนึ่งที่อาตมา ไปบูรณะพระประธานที่จังหวัดลำพูน แล้วใช้ เฟซบุ๊กเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ ครั้งนั้นมีผู้สันทนุร่วมทำบุญ ประมาณ 2 แสนกว่าบาท โดยการผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก มองว่าเป็นช่องทางที่ทำให้เขาได้รับรู้ข้างขึ้นในการที่เขาจะรู้ และสนใจ

ผู้วิจัย : อย่างกรณีที่มีคนติดต่อ ทางเฟซบุ๊ก กับคนที่เผชิญหน้า ความรู้สึกจริงใจเป็นอย่างไร แตกต่างกันมั๊ย

พระมหาพร้อมบุญ : หลวงพี่เชื่อว่ามิตรภาพมีทุกที่ มีทั้งชีวิตจริง มีทั้งเพื่อนที่ไม่เคย เจอกัน แต่อยู่ในโซเซียล บางคนชีวิตจริงไม่ค่อยพูด แต่ใน โซเซียลพิมพ์กระจาย บางคนรู้จักในชีวิตจริง และในโซเซียล ถามว่า อันไหนมากกว่ากัน มันแยกแยะไม่ได้ แต่ถ้าในชีวิตจริง คงดีกว่า เพราะเพื่อนในโซเซียล ไม่รู้ว่าเราจะมีโอกาสได้เจอกัน หรือไม่ สุดท้ายขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

(พระมหาพร้อมบุญ คະอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ถึงบทบาทหน้าที่ที่มีต่อผู้ใช้ และความสัมพันธ์ทางสังคมบน เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า ในส่วนของบทบาทหน้าที่ที่มีต่อกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีสถานะเป็นผู้ใช้นั้น ประกอบด้วย 1. เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน 2. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างกัน 3. เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย ความบันเทิง 4. เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วม เฟซบุ๊ก 5. เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ และ 6. เพื่อแสดงถึงสิทธิที่เท่าเทียมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก นอกจากนี้ กลุ่มวิจัยยังพบถึงผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม คือ ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รักษา ระดับความสัมพันธ์กับเพื่อน หรือคนรู้จักบนเฟซบุ๊กได้อย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับกลุ่มคนที่ไม่มีพื้นฐาน รู้จักกันมาก่อน แต่ได้มีโอกาสเป็นเพื่อนกันทางเฟซบุ๊ก ระดับความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้น้อยกว่า เมื่อ เทียบกับเพื่อนที่รู้จักกันโดยพื้นฐานอยู่แล้ว เท่ากับว่า ช่องทางติดต่อสื่อสารทางเฟซบุ๊ก ไม่ได้เป็น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เพื่อน หรือคนรู้จักบนเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น แต่เป็นการรักษาระดับ ความสัมพันธ์ที่มีต่อกันให้ต่อเนื่อง โดยกลุ่มตัวอย่างยังมองที่ตัวบุคคล เป็นรายบุคคล ไม่ว่าจะสื่อสาร ผ่านช่องทางใดก็ตาม

4.5 ผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อ

ในส่วนผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผู้วิจัยสนใจทัศนคติของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือเป็นอีกสถาบันหนึ่งทางสังคม ผ่านแง่มุมต่างๆ ว่าเป็นอย่างไรในฐานะผู้ใช้สื่อเฟซบุ๊ก ใน 3 ประเด็น คือ

4.5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์

4.5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก

4.5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

ตารางที่ 4.13

แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระมหาโสภณ	พระมหาฐิติพงษ์	พระชนพล	พระมหาพร้อมบุญ
การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์	<ul style="list-style-type: none"> - พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับสถาบันอื่น เนื่องจากไม่มีพุทธบัญญัติระบุนำห้ามพระสงฆ์ใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก - ใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อด้านศาสนา - ไม่ควรเหมารวมพระที่ใช้ในทางดีงามร่วมกับพระที่ใช้ในทางเสื่อมเสีย - หากต้องการออกกฎกติกา สามารถทำได้ แต่ต้องเป็นที่ยอมรับของคณะสงฆ์ แต่ห้ามใช้เฟซบุ๊กไม่สมควร - ความเท่าเทียมกันของมนุษย์ 			
การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจาก เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - พร้อมเปิดรับสื่อใหม่ 			
การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	<ul style="list-style-type: none"> - ยุคไอทีเข้ามามีบทบาท ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กได้ ความไม่เหมาะสมหรือไม่ ขอให้พิจารณาเป็นรายบุคคล 			

4.5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์

จากบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่ามีคำตอบของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปในทิศทางคล้ายกัน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : หลวงพี่คิดว่า ขรवासทั่วไป มองพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กเนี่ย....
- พระมหาโสภณ : คือ เขาอาจจะมองว่า พระที่เล่นเฟซบุ๊ก หาแฟน หากิ๊ก หรือ เปล่า ก็คือ มองในรูปนั้น ว่าไม่เหมาะสม เพราะว่า คนส่วนใหญ่ ไกลวัด ไม่รู้จักพระเท่าไร เขาก็จะมองว่า เหมือนกันหมด แหละ ปลาตายตัวเดียวเหม็นไปหมด พระดีก็เลยชวยไปด้วย ไอ้ที่ดีก็มี ไอ้ที่เสียก็นะ
- ผู้วิจัย : แสดงว่า คอมเมนต์ หรือแชทผ่านเฟซบุ๊กก็ตาม
- พระมหาโสภณ : คือ ผม ไม่อยากให้มองว่าเฟซบุ๊กเป็นเรื่องของอย่างอื่น เช่นว่า เล่น แล้วต้องหาแฟนกัน หากู้กัน เรื่องทางเพศ
- ผู้วิจัย : หลวงพี่มองอย่างไรกับที่มีพระสงฆ์เล่นหลากหลายรูปแบบ
- พระมหาโสภณ : คือ พระเราเนี่ย คือ แรกๆ ยุคที่มีโทรศัพท์ เจ้าคณะปกครองก็ สั่งห้ามนะ ว่า เรื่องของพระที่จะใช้มือถือ แต่ว่าผลที่สุดก็ปิดกัน ไม่ได้ เพราะโลกมันเปลี่ยนไป เพราะฉะนั้น พระจะอยู่กับ 4จี ได้ มันต้องมีอินทรีย์สังวรเยอะๆ อย่างน้อยต้องสำรวมกาย วาจา ใจ ต้องรู้ว่าอะไรที่จะควรไม่ควร มากกว่าขรवास เหมือน มันมีมาอยู่ในกฎ เรารู้หนิว่า มันอยู่ตรงนี้ แต่พระฉันได้ 2 มือ มันอยู่ที่ใจว่าจะกินมันรีปาว มันก็เหมือนเฟซบุ๊ก ว่าเราจะเลือก กินมามา 2 มือ หรือจะกินมามา 3 มือ เราจะเลือกเสพสิ่งยังไง ในเฟซบุ๊กนั้น มันอยู่ที่ตัวเราเลือก พระพุทธเจ้าไม่ได้บัญญัติ ขึ้นมาหรอกว่า พระห้ามเล่นเฟซบุ๊ก
- ผู้วิจัย : เราเอง เราก็อู้สึกว่า พระส่วนนั้น อาจจะต้องมีกรอบอะไรม๊ัย ครับ กับพระที่เล่นไม่ค่อยเหมาะสม
- พระมหาโสภณ : เราห้ามเขาไม่ได้ แต่ละสถาบัน แต่ละที่เราห้ามเขาไม่ได้ อาจจะ เป็นพระใหม่ก็ได้นะ ที่เพิ่งบวชมา 5-7 วัน แล้วสึก คือ เข้ามาซี เสรีจ แล้วก็ไป แต่ว่า ณ ปัจจุบัน คนที่จะบวช เขาคัดกรองมากกว่าเมื่อก่อน ต้องตรวจเลือด ตรวจฉี่

ผู้วิจัย : แสดงว่า หลวงพื้มองว่า สื่อเฟซบุ๊กแบ่งความเป็นทางโลกย์ ทางธรรม ไร้ปาวครับ หรือสถาบันไหนมาใช้ก็ได้

พระมหาโสภณ : อืมถูกต้อง (เดดแอร์นาน จนตั้งคำถามใหม่)

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระมหาโสภณ ต่อประเด็นผลกระทบทางคุณธรรม จริยธรรมกับการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับสถาบันอื่น เนื่องจากไม่มีพุทธบัญญัติระบุห้ามพระสงฆ์ใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก แต่ขรราวาสส่วนใหญ่ยังห่างไกลวัด จึงไม่รู้จักพระสงฆ์ดีพอ ซึ่งยังมีพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กในทางที่ดีที่งามอีกเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม อยากเสนอให้หน่วยงานที่กำกับดูแล ออกกฎให้คัดกรองขรราวาสที่จะบวชเป็นพระสงฆ์มากกว่าจะตรวจแค่เพียงเรื่องยาเสพติดเพียงเท่านั้น ทั้งเรื่องความตั้งใจจริงในการบวช การสังเกตไม่เห็นพฤติกรรมที่จะทำในทางที่เสื่อมเสีย

สำหรับพระมหาฐิติพงษ์ ให้คำตอบในประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีผลต่อผู้ใช้ในลักษณะไม่แตกต่างจากพระมหาโสภณ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระมหาฐิติพงษ์ : พอเห็นพระเยอะ คือ ในเฟซมันมีพระเยอะ ก็เลยเห็นแต่ละคนต่างมีมุมมองที่สะท้อนออกมาจากการโพสต์สเตตัสบ้าง ซึ่งตัวเองเคยพูดกับพระที่เป็นเพื่อนด้วยกันว่า การโพสต์เฟซบุ๊กของพระมันมีประเภทดังนี้ๆ เราจัดเอง แล้วจะเป็นอย่างนี้ๆ เราจะไม่ทำอย่างนี้เด็ดขาด เราจะเสนอมุมมองอย่างนี้ๆ เราก็เลยบอกไปว่า เราบอกได้นะ ว่า พระเล่นเป็นแบบอย่างไรในการเล่นเฟซบุ๊ก แต่เราดูที่เฟซบุ๊กอย่างเดียวนะ ไม่ได้ดูอย่างอื่น แต่บางคนมันมีมุมมองที่แปลก (เขาอาจจะจะมีข้อจำกัดบางอย่างที่จะมาเล่นเฟซบุ๊ก แต่แอบไประบายในไอจีแทน เพราะ เฟซบุ๊กเปิดกว้างมากกว่าไอจี (อินสตาแกรม) เพราะเฟซบุ๊กมันเปิดกว้างเกินไป พระบางรูปเลยไประบายในไอจี

ผู้วิจัย : แสดงว่า หลวงพื้มองว่า เฟซบุ๊กเป็นเรื่องธรรมดา ที่สถาบันใดๆ ก็เข้ามาใช้ได้ มันอยู่ที่การใช้งาน

พระมหาฐิติพงษ์ : ใช่ มันต้องแยกแยะสิ ถ้าไม่แยกแยะจะมีสมองไว้กันหุ่ทำไม่

ผู้วิจัย : แล้วอย่างนี้ พระบางรูปที่เล่นเฟซในทางที่ผิด

พระมหาฐิติพงษ์ : ก็ว่าไปตามผิดสิ พระบางรูปชายสบู่ออย่างนี้ ถามว่าผิดมั๊ย ซึ่งมีด้วย

- ผู้วิจัย : เคยมีการคุยกันในหมู่พระสงฆ์หรือไม่ ว่าพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊ก ไม่เหมาะสมจะทำกันอย่างไร
- พระมหาฐิติพงษ์ : เขาก็มีนะ เขาออกประกาศ ให้เจ้าคณะปกครองช่วยกันกวดขัน เช่น เจ้าคณะจังหวัด เจ้าคณะอำเภอ ออกคำสั่งมาให้ มีหนังสือถึงเจ้าอาวาสวัดทุกวัด กวดขันเรื่องการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่เป็นลูกวัด ถามว่า เจ้าอาวาสอายุเท่าไร...ก็อายุมากๆ อายุพระเท่าไร อายุเนรเท่าไร แล้วเจ้าอาวาสเล่นเฟซบุ๊กมัย ก็ไม่ได้เล่น แล้วจะประกาศทำไม แต่การประกาศ เพื่ออะไรรู้มัย ก็ให้ภาพมันออกมาว่า ที่สังคมโจมตี แต่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำแล้วนะ แล้วสุดท้ายถามว่าได้อะไร นี่คือ เรื่อง อย่างเล่นบนถือ จะไปกวดขันเขาได้อย่างไร มันเรื่องของเขา แล้วยิ่งสมัยนี้ คิดอะไรไป กดโพสต์ แชร์แล้ว แล้วเจ้าอาวาสจะตามทัน นี่คือความเป็นจริง หลายคนในสังคมมีวิถีชีวิตในอุดมคติกันมากเกินไป สนุกกับการหลอก ว่าพระจะต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้ แล้วทำได้มัย จัดการกับตัวเองก่อนดีมัย หรือในสังคม ถามหน่อย วันนึ่งมีคนในจังหวัดนึ่ง เขาโพสต์ในสิ่งที่ไม่ดี อยู่ๆ นายกรัฐมนตรีไปสั่งผู้ว่าราชการจังหวัดให้กวดขันการเล่นเฟซบุ๊กของประชากรในจังหวัดนั้นๆ ทำได้หรือไม่ ถ้าทำไม่ได้ แล้วจะมาพูดทำไมเรื่องนี้
- ผู้วิจัย : อย่างนั้น ปล่อยไปดีกว่าไปมัย
- พระมหาฐิติพงษ์ : ง่ายมากเลย ผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น ก็ออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรว่า เนื่องด้วย....แจ้งนายอำเภอตรวจดูการเล่นโซเชียลมีเดียของประชากร ซึ่งทำแล้วไง แล้วที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ทำได้มัย สุดท้ายทำไม่ได้ นี่เป็นเรื่องละเอียดอ่อนส่วนบุคคล คำว่า ผู้ว่าราชการจังหวัด ปกครองประชากรหลายแสนคน ไม่ได้หมายความว่า เอาประชากร เหล่านั้น มานอนกับตัวเองตลอด 24 ชั่วโมง เราจะไปควบคุมความคิด ความอ่านของเขาได้ อย่งไร ยกเว้นเสียจากเป็นเรื่องสำคัญ เช่น โพสต์ถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ มีหน่วยงานคัดกรองอยู่แล้ว ในเมื่อห้ามโพสต์ไม่ได้ ก็สั่งปิดเฟซบุ๊กนั้นเลย และถ้าถามว่า มองในมุมกลับกัน ถ้าเราไปตัดสินว่าพระรูปนั้นโพสต์ไม่ดี ถ้ามีหน่วยงานขึ้นมา ไปปิดเฟซบุ๊กพระนั้น แล้วถามว่า เอาอะไรเป็นบรรทัดฐานว่าเขา

โพสต์ไม่ได้ อะไรคือ เกณฑ์ ทำได้หรือ ละเอียดอ่อนนะ ใน รัฐธรรมนูญเขาเขียนชัดเจนในเรื่องสถาบันพระมหากษัตริย์ เราถึงทำอะไรที่ชัดเจนได้ แต่ในองค์กรสงฆ์ เราอะไรไปตัดสินได้ ถามว่า พระธรรมวินัยหรือ พระธรรมวินัยก็ได้ครอบคลุม พระธรรมวินัยเกิดขึ้นเมื่อ 2,600 ปีที่แล้ว มันยังไม่มีเฟซบุ๊ก แล้วจะเอาตัดสินได้อย่างไรว่า ผิดพระธรรมวินัย บางคนไปตัดสินว่า ทำอย่างนี้ไม่ใช่กิจของสงฆ์ ถ้ามันเกิดขึ้นกับหลวงพี่นั้นนะ และเราก็คิดแล้ว ว่าเราไม่ได้ทำอะไร แล้วมันใช่กิจของ โยมมัย แหมมมมมมม จะมารู้เรื่องสงฆ์เขาดี คุณเอาอะไรเป็น เกณฑ์ แล้วคุณจะรู้ได้อย่างไรว่าเกณฑ์ของคุณสแตนดาร์ด ไปวัดความเป็นมาตรฐานนะ ไม่มี หรือถ้าจะมีก็ไม่มี ...ทำสิ ทำขึ้นมา และต้องได้รับการยอมรับนะ

ผู้วิจัย : อย่างเรื่องมีพระที่โพสต์แบบ วันนี้ มีโยมมาถวายปัจจัย นั่นนี้ เหมาะสมหรือไม่ครับ

พระมหาฐิติพงษ์ : มันมี คือ มีโพสต์ลักษณะอย่างนี้ทุกวันเลย เราขอแบ่งแยก ลักษณะประเภท คือ 1. เขาโพสต์เพื่อให้ได้อนุโมทนาจริงๆ โยมนี้มาทำบุญนั่นนี้ ไม่ได้หมายความว่า อะไรเขาก็โพสต์ทุกๆ เรื่อง กับ 2. ให้เห็นว่าเป็นการทำซ้ำ เป็นการตลาดอย่างหนึ่ง โยมคนนั้นจะช้ำอยู่ทำไม โยมคนนี้มาบริจาคแล้ว มาทำบุญแล้ว แล้ว โยมคนนั้นก็เกิดว่า หลวงพี่เขาโพสต์อนุโมทนาคนนั้นแล้วนะ โยมคนนี้ก็ต่อรู้สึกว่าจะต้องอยากไปทำบ้าง มันเป็นจิตวิทยานี้ 3.โพสต์ เพื่ออวด ว่าตัวเองมีลูกศิษย์เยอะ พระมีทรัพย์มากเป็น เรื่องที่น่ายินดีหรือ เหมือนเป็นการเกทับกัน สิ่งเหล่านี้ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการอวด การเกทับ การช่วงชิง ลักษณะแบบนี้มันมีจริงๆ แต่ในทิศทางดีก็มี บางคนอยากนำเสนอมากเลย พิมพ์ผิดพิมพ์ถูกก็โพสต์ทุกวัน หรือบางครั้งยังไม่จบข้อความก็โพสต์แล้ว ด้วยการศึกษาก็อาจไม่ได้สูงมากนัก แต่ก็โพสต์ตลอด ซึ่งเราก็ดูเจตนาได้ว่าโพสต์ดี โพสต์ไม่ดีจากสิ่งที่เขาทำเป็นปรกตวิสัย

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ พระมหาฐิติพงษ์ ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีผลต่อผู้ใช้ ผู้วิจัยพบว่า พระมหาฐิติพงษ์มีมุมมองไม่แตกต่างไปจากพระมหาโสภณ โดยเห็นว่า เป็นเรื่องธรรมดาที่สถาบันใดก็สามารถเข้าใช้งานเฟซบุ๊กได้ รวมถึงสถาบันสงฆ์ด้วย แสดงถึงความมีสิทธิเสรีภาพที่เท่าเทียมกันในสังคม ประกอบกับพระพุทธเจ้าไม่ได้บัญญัติไว้ว่า ห้ามพระสงฆ์ใช้งานสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก แต่หากพระรูปใด ใช้เฟซบุ๊กในทางเสื่อมเสีย ขอให้พิจารณาเป็นรายไป ไม่ควรเหมารวมว่าสถาบันสงฆ์ไม่ควรใช้งานเฟซบุ๊ก ทั้งนี้ หากจะมีข้อห้ามสำหรับพระภิกษุสงฆ์ ควรเป็นกติกากว่าที่พระสงฆ์สามารถยอมรับได้ด้วย เพราะถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อน

สำหรับบทสัมภาษณ์พระชนพลอีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีผลต่อผู้ใช้ ผู้วิจัย พบว่า แนวทางความคิดเห็นไม่แตกต่างไปจากพระกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 รูป ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ขึ้นอยู่กับแต่ละรูป ขึ้นหลวงพี่คิดยังไงกับพระสงฆ์ที่หลวงพี่ก็
 เผลอเข้ามา และเล่นเฟซบุ๊กในปัจจุบัน พระสงฆ์ก็มีความ
 หลากหลาย หลวงพี่มองยังไงกับพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก

พระชนพล : แยกเป็นกลุ่มๆไป อย่างแรกคือ ธรรมะ ทำบุญ ไม่ค่อยมีคน
 กตโลศ แต่จะเข้าไปดู เข้าไปดูว่าเขาทำอะไรที่ไหน สร้างอะไร
 แต่ไม่ได้รู้จักเป็นการส่วนตัวนะ 2.พระในเมือง ส่วนมากจะ
 คล้ายๆ เข้าไป ก็คือ อยู่ใน 10 เพอร์เซ็นต์ที่เป็นเพื่อนเฉยๆ พระ
 ในเมืองจากที่สัมผัสมา มันบ่งบอกถึงความแข่งขัน บุคคลทั่วไป
 ผมไม่ค่อย

ผู้วิจัย : นั่นก็พระไม่ต้องเล่นเฟซบุ๊กเลย

พระชนพล : ถ้าจะให้.....ออกกฎพระห้ามเล่นโซเชียล ผมมองว่าพระก็เป็น
 มนุษย์ที่มีเสรี มีสิทธิและมีเสรีที่จะทำอะไร แต่คุณก็ต้องออกกฎ
 มาว่า ถ้าคุณเล่นแล้วไปในทางที่เสื่อมเสีย น่าจะมีบทลงโทษ
 ยังไง นั่นน่าจะเหมาะสมกว่า แต่ถ้าห้ามเล่นคิดว่ามันตัดรอนใน
 สิทธิและเสรีของคนเหล่านั้น เพราะบางคนใช้เฟซบุ๊กไม่
 เหมือนกัน ถูกไหมครับ บางคนใช้ในทางที่ดี บางคนใช้คุยหา
 เพื่อน ถ้าตัดหมดก็ไม่ค่อยแฟร์เท่าไร

ผู้วิจัย : ความผิดจะถึงขั้นอาบัติ สีก ไหมครับ ถ้ามาเทียบกับกฎของ
 พระสงฆ์ วินัยของพระสงฆ์ หากใช้เฟซบุ๊กในทางไม่ดีงาม

พระชนพล : ในทางสงฆ์นะ คือ อาบัติจะมี 3 อย่าง อาบัติหนัก อาบัติกลาง
 อาบัติเบา พวกนี้บทลงโทษของพระ แม้แต่พระกินเหล้าก็อาบัติ

แล้ว แต่ที่มันต้องสีก ก็เพราะว่าเป็น โลกยะ..... คือ โดนสังคม
ติเตียน สังคมลงโทษ ก็เลยต้องสีก ถ้าในทางพระถามว่ามันหนัก
ไหม ก็ไม่หนัก แต่มันน่าเกลียด เสื่อมเสีย

ผู้วิจัย : อ้อ มันเทียบเท่ากันเลยหรือครับ เล่นเฟซบุ๊กกับกินเหล้านี้มัน
คิดว่ากินเหล้ามันโทษหนักกว่า

พระธนพล : ใช่ครับ

ผู้วิจัย : ถ้ามันเป็นไปได้หรือไม่ว่าเอาเฟซไปเล่นในทางที่เสื่อมเสีย ต้อง
เป็นแค่อาบัติ..... ไม่ถึงขั้นปาราชิกใช่ไหมครับ ถ้าระหว่างกิน
เหล้ากับเล่นเฟซบุ๊ก หลวงพี่มองว่ามันเป็นอาบัติเบาใช่ไหมครับ
แต่ถ้าสังคมติเตียนก็จะเป็นเรื่องร้ายแรง

พระธนพล : ใช่ครับ

ผู้วิจัย : ยกเว้นเป็นกระแสข่าวขึ้นมาแล้วสื่อมวลชนเล่น แบบนี้เป็น
ปาราชิก

พระธนพล : ใช่ คือ เอาเปรียบเทียบระหว่างเล่นเฟซบุ๊กกับกินเหล้า ผมคิดว่า
กินเหล้าเสื่อมเสียมากกว่า เพราะว่าคนเล่นเฟซบุ๊ก แต่ละคนไม่
เหมือนกัน ถามว่าคนกินเหล้า ไม่ได้เป็นคน เป็นพระอาจเสียด
มันคือ บ่อเกิดเรื่องร้ายๆ ตามมา ยิ่งคุณกินเหล้าเข้าไป จะทำ
อะไรก็ได้ ไม่มีสติ คิดว่าอย่างนั้นนะ แต่ถ้าจะให้ผมโยงมาว่าเล่น
โทรศัพท์แล้วมันจะโลกยะมัจจะ ต้องสีกไหม ผมว่าเคร่งไป
ตึงเกินไป ในความคิดของผมนะ

(พระธนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ของพระธนพล ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อผู้ใช้
ผู้วิจัยพบว่า พระธนพลมองเรื่องพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กเป็นเรื่องทั่วไป หากห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊ก จะดู
เหมือนเป็นการตีกรอบสถาบันสงฆ์มากเกินไป ถือว่าไม่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังเห็นว่า พระสงฆ์ใช้
เฟซบุ๊ก ควรแยกเป็นกลุ่มๆ ทั้งกลุ่มที่ใช้ไปในทางที่ดี และกลุ่มที่ใช้ในทางเสื่อมเสีย ยิ่งถ้าถูกสื่อมวลชน
นำเสนอ ยิ่งจะส่งผลกระทบต่อสถาบันสงฆ์ในภาพรวมของประเทศ ขณะเดียวกันเห็นว่า พระสงฆ์ถือ
เป็นมนุษย์ในสถาบันหนึ่งทางสังคม ย่อมมีสิทธิ์เข้าถึงสื่อใหม่อย่าง เฟซบุ๊กด้วยความเท่าเทียม

ด้านพระมหาพร้อมบุญ ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรม ที่มีต่อผู้ใช้ ผู้วิจัย พบว่า
ความคิดเห็นเป็นไปลักษณะเช่นเดียวกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป คือ มองว่า พระสงฆ์เป็นอีก
สถาบันหนึ่งทางสังคมที่สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้ไม่แตกต่างจากสถาบันอื่นทางสังคม ดังตัวอย่าง
บทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : การเล่นเฟซบุ๊กเป็นเรื่องปกติของพระ? บางคนบอกพระไม่ควรเล่น ต้องนิพพาน

พระมหาพร้อมบุญ : หลวงพี่มองเรื่องของสื่อเรื่องเทคโนโลยีอะไรแบบนี้ ในฐานะที่จบไอทีนะ จบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นพระที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีด้านสารสนเทศ เพราะว่าปัจจุบันจะให้เด็กก็ดี หรือว่าให้คนเข้าไปวัดเข้าไปฟังเทศน์แบบเดิมๆ ก็คงจะน้อย สื่อก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธรรมะเข้าหาคนได้ง่ายขึ้นในคนยุคนี้ เพราะสื่อไปไกลไปได้ทุกที่ พอเราโพสต์ธรรมะโพสต์อะไรแบบนี้ หลวงพี่เชื่อว่ามันจะไปได้ไกล เช่น พระมหาวุฒิชัยมีเฟซบุ๊ก ใช้นิ้วลองไปดูคนกดไลค์กดแชร์เขาสี เยอะมากแปลว่าคนก็ยังสนใจการที่คนการที่คนจะไปหาจะไปฟังธรรมจากท่านที่เขียงรายมันก็ยาก แต่พอเฟซบุ๊กมามันก็ง่ายขึ้น อย่างเช่น พระนภดล วัดพระธรรมกาย ท่านก็ใช้สื่อเฟซบุ๊กในการโพสต์ธรรมะมีคำคมก็มีคนแชร์คนกดไลค์เยอะ ก็เลยคิดว่ามันมีประโยชน์ ในส่วนดีของเฟซบุ๊กในการเผยแผ่ธรรมะให้ข้อคิด.. แต่ทุกอย่างแหละ ถ้าเรามองก็ต้องมีอีกมุมหนึ่งที่เราไม่ยอมให้มีแต่มันเป็นไปไม่ได้หรอกที่มันจะไม่มี ก็อาจจะจะมีเฟซบุ๊กตามชาวต่างๆ ที่ออก ก็จะมีพระเล่นเฟซบุ๊ก แล้วมันล่อแหลม เช่น โพสต์รูปที่ไม่เหมาะสมไม่ค่อยเหมาะสมไม่ค่อยสำรวม หรือว่าคอมเม้นท์ในที่สาธารณะที่ใช้คำพูดไม่ค่อยดี หรือว่าเป็นคำพูดที่ล่อแหลมไปทางในชู้สาวกันมันก็มี

ผู้วิจัย : เรามีมุมมองหรือไม่ว่า คนทั่วไปอาจจะมิโทษะ โมหะ

พระมหาพร้อมบุญ : สำหรับพระต้องมีสติมาก เพราะเราอยู่ในสมณะ โปสตร์ทุกครั้ง ไม่ใช่ กระทบต่อเพียงตัวเองเท่านั้น แต่ยังกระทบต่อองค์กร คือศาสนา เพราะเมื่อไรก็ตามที่ชื้อบัญชีเฟซบุ๊ก หรือรูปโปรไฟล์ เป็นรูปพระหรือรูปเณรขึ้นมา หมายถึง องค์กรของพระพุทธศาสนาเลย ถ้าโปสตร์ดีมีประโยชน์ ก็จะมีคนชื่นชม ให้คนให้ญาติโยมมาดู แต่ถ้าโปสตร์ตรงข้าม แล้วไปในทางอนาจารไม่เหมาะสมก็จะทำให้ผลลัพธ์ หรือผลเสียนั้นมากับเจ้าของและตัวองค์กรด้วย ดังนั้น โปสตร์อะไรต้องมีวิจารณญาณ ต้องมีสติด้วย ไม่ใช่โปสตร์อะไรก็ได้

ผู้วิจัย : การโพสต์ทุกวัน ว่าแต่ละวันมีญาติโยมคนนั้น คนนี้ มาถวายเงิน
เท่านั้นเท่านี้ หลวงพี่มองว่าอย่างไร

พระมหาพร้อมบุญ : การโพสต์ประจำทุกวัน ดูไม่ค่อยเหมาะ เพราะถ้าเป็นเงินเลย
ถ้าถ่ายรูปแล้วแชร์ หรือถ่ายรูปแล้วโพสต์ด้วย ถือว่าไม่เหมาะสม
ด้วยประการทั้งปวง เพราะเอาเบงค์พัน เบงค์ร้อยมาถ่าย ดูไม่
เหมาะสม แต่จริงๆ ไม่ได้ผิด แต่ไม่เหมาะสมเท่าไร หรือพระเล่น
หวยก็มี อย่างถ่ายล็อตเตอรี่ แล้วโพสต์ก็ไม่เหมาะสม

ผู้วิจัย : ปัจจุบัน สังคมก้มหน้า ในมุมมองของพระสงฆ์เป็นแบบนี้มี
แล้วมองอย่างไรกับสังคมปัจจุบัน

พระมหาพร้อมบุญ : พระสงฆ์ก็เล่นเฟซบุ๊กเยอะ แต่ด้วยพระสงฆ์ด้วยสังคม ด้วย
สภาพแวดล้อม อาจจะไม่เอื้ออำนวยต่อการเล่น ไปสวดมนต์
ไหว้พระ จะมาเล่นตลอดก็ได้ไม่ได้ ไม่เหมาะสม เจ้าอาวาสตำแหน่งๆ
ไปเล่นทำไม หรือไปลงสวด ไปลงเทศน์ แล้วยังเล่น แนนอน
พระผู้ใหญ่ต้องดำหนึแน่ว่าจะเล่นได้อย่างไร ไม่เหมาะสมที่จะ
มาเล่นแบบนี้ หรือถ้าในสังคมทั่วไปที่มีฆราวาส แล้วเห็น
พระสงฆ์เล่น ก็ไม่ใช่เรื่อง เพราะฆราวาสก็จะมองว่า ทำไมไม่เอา
เวลานี้ไปศึกษาหาความรู้ทางศาสนา กลับมาเล่นมือถืออยู่ตลอด
ก็จะถูกมองไม่ดี

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระมหาพร้อมบุญ ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีผลต่อ
ผู้ใช้ ผู้วิจัยพบว่า พระสามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้ แต่ต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสม ไม่เกินงาม และยัง
มองเฟซบุ๊กทำให้ฆราวาสเข้ามาใกล้ชิดคำสอนทางพระพุทธศาสนาได้ง่ายยิ่งขึ้น ผ่านเพจพระสงฆ์ที่มี
ชื่อระดับประเทศ เสมือนเป็นสะพานที่ชวนฆราวาสก้าวข้ามเข้ามาใกล้ชิดพระพุทธศาสนามากยิ่งขึ้น
ตราบใดที่ฆราวาสเหล่านั้นมีใจเปิดรับพระพุทธศาสนาผ่านสื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊ก

ในบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะ
เป็นทางธรรมต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อผู้ใช้ จากทั้ง 4 รูป ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง
พระสงฆ์ต่างแสดงความคิดเห็นในทางเดียวกันว่า พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติ
เหมือนกับกลุ่มบุคคลในสถาบันอื่น เพราะมนุษย์ย่อมมีความเท่าเทียมกัน ประกอบกับใน
ประวัติศาสตร์พุทธศาสนา ไม่มีพุทธบัญญัติจากพระพุทธเจ้าระบุนห้ามพระสงฆ์ใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก ขณะที่
พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเองต่างระบุว่าไม่ได้ใช้เพื่อการส่วนตัวเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อ
ด้านศาสนาด้วย ผ่านการใช้งานด้วยเฟซบุ๊กส่วนตัว และเพจเฟซบุ๊กของวัดที่แต่ละรูปดูแลอยู่ อย่างไรก็ตาม

ก็ตาม ความเสียหายจากพระสงฆ์บางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กในทางเสื่อมเสีย กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่ามีจริง แต่ไม่ควรเหมารวมกับพระสงฆ์ที่ใช้ในทางดีงาม ควรพิจารณาแยกเป็นพระสงฆ์แต่ละรูป สุดท้ายแล้ว สังคมหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลสถาบันสงฆ์ต้องการออกกฎกติกาเกี่ยวกับการใช้งานของพระสงฆ์ ย่อมสามารถทำได้ แต่ต้องเป็นกฎกติกาที่ยอมรับของคณะสงฆ์ แต่หากจะห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กเลย นั้น กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นชัดเจนผ่านบทสัมภาษณ์ว่า ไม่เห็นด้วย

4.5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะ เป็นทางธรรม ต่อเรื่องแนวโน้มการใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊กในอนาคต พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 4 รูป ให้สัมภาษณ์ในความหมายคล้ายกัน คือ ยังคงใช้สื่อใหม่ประเภทอื่น หากอนาคตสื่ออื่นเข้ามาแทนที่การใช้งานเฟซบุ๊กในปัจจุบัน โดยที่สื่ออื่นเป็นที่ยอมรับ ได้รับความนิยมจากสังคมในอนาคต ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ถ้าในอนาคตมีสื่อใหม่เข้ามาแทนที่เฟซบุ๊ก ยังคงเล่นอยู่รึป่าวครับ
 พระมหาโสภณ : ก็ติดตาม ตอนนี้อยู่เฟซบุ๊ก กับไลน์ ตอนแรกๆ ก็ใช้ทั้งหมด ทวิตเตอร์ อินตราแกรม แต่อินตราแกรมมันได้แค่รูป บริบท มันแคบ เลยตัดทิ้งไม่เอาแล้ว ทวิตเตอร์ ผมว่ากลุ่มพระ คน เข้าถึงกลุ่มทวิตเตอร์มีน้อย แต่อย่างเฟซบุ๊ก คนเข้าถึงเป็น จำนวนมาก พระเนี่ยมีทุกเผ่าพันธุ์ที่อยู่ในเฟซบุ๊ก กับไลน์นี้ ไลน์ ก็เอาไว้ใช้คุย ปกติก็เอาไว้คุยกับเพื่อนกัน ส่งข่าวถึงกัน แต่จะไป โพสต์ไลน์ก็ได้เรื่อง เหมนหลักก็คือ เฟซบุ๊ก
 (พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ถ้าอีก 5-10 ปีข้างหน้ามีอะไรเจ๋งๆ เข้ามาแทนที่เฟซบุ๊ก
 พระมหาฐิติพงษ์ : (สวนตอบทันที) โอ๊ย แน่นอน!! เราจะอยู่ในกะลาทำไม
 (พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : หากอนาคตมีสื่ออื่นที่เข้ามาแทนที่เฟซบุ๊ก หลวงพี่จะสนใจเปิดรับ?
 พระชนพล : ครับ ผมว่ามันไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไรหนิ ใช่มั้ยครับ มันยังทำให้ เราทันสมัยสังคมได้มากขึ้น
 (พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : ถ้าอนาคตมีสื่อใหม่ๆ ที่ลูกเล่นมีมากกว่าเฟซ และคนก็หัน ไปเล่นกัน หลวงพี่จะเข้าไปเล่นมั้ยครับ
 พระมหาพร้อมบุญ : ก็ถ้ามันทำให้เราทันสมัยกับสิ่งที่สังคมมันกำลังเปลี่ยน มันก็น่าลอง
 (พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

4.5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อเรื่องการกำกับ ดูแลของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ที่มีต่อผู้ใช้ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 รูป ประกอบด้วย พระมหาโสภณ พระมหาฐิติพงษ์ พระธนพล และพระมหาพร้อมบุญ ให้สัมภาษณ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กได้ แต่การใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสม และในความเป็นจริงปัจจุบันจะมีทั้งพระสงฆ์ที่นำเสนอด้านดี และด้านไม่ดี แต่ไม่ควรเหมารวมทั้งหมดว่า พระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กแล้วเป็นเรื่องที่ไม่ดี ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ที่บอกว่า สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ไม่ได้ห้ามพระสงฆ์เล่น เฟซบุ๊ก แต่ขอให้เล่นด้วยความเหมาะสม ภายใต้กรอบศีลธรรม

พระมหาโสภณ : คือ มันห้ามไม่ได้หรอก เพราะว่า พุทธศาสนาทั่วโลก เขาก็ไม่ได้ห้าม เขาไม่ได้ลงรายละเอียด พุทธศาสนาไทยผมว่า เขาตีกรอบเยอะไป อย่างเช่นว่า การรับพระเคนจากสตรีจากผู้หญิง ถ้าพระไทยต้องใช้มือพระเคนผ่านผ้า จะรับจากมือโดยตรงจากผู้หญิงไม่ได้ แต่พม่าเขาทำได้โดยตรง ศรีลังกาก็ทำได้ ก็เพราะว่าไทยไปตีกรอบเอง ทั้งๆ ที่นิกายเถรวาทเหมือนกัน อย่างพม่าไว้คิ้ว จริงๆ เค้าไม่ได้ห้าม แต่ไทยก็อีกแหละ ว่าพระไทยต้องโกนคิ้ว ทั้งที่พุทธบัญญัติไม่มี

(พระมหาโสภณ สุธีโร, สัมภาษณ์, 29 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : อย่างสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติออกมาระบุว่า พระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กได้ แต่ต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสม หลวงพี่มองอย่างไร มองอย่างไรกับสังคมที่มองพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก

พระมหาฐิติพงษ์ : เราไม่คิดอย่างนั้นเลย คนที่คิดอย่างนั้น แสดงว่ามีปัญญาและโลกทัศน์แคบมาก เนี่ย ล่าสุดเมื่อ 2 วันที่แล้ว เราก็ไปฉันทราหารที่พระประแดง แล้วที่พระประแดงโยมเจ้าของที่ไปฉันทรา ก็มีโยมแอบอ้างว่าอยู่จังหวัดเชียงใหม่ แล้วชาวจังหวัดเชียงใหม่เป็นผู้หญิง ทำวามาติดพันพระ แล้วมาถวายอาหาร แล้วโยมที่พระประแดงก็พุดนำเสนอไปว่า นี่นิสัยไม่ดีเลย แล้วที่นี้ ในหมู่คนที่ไปด้วยกัน ก็เหมารวมว่า คนเชียงใหม่นี้แย่มากเลยนะ เราก็เลยบอกว่า พุดอย่างนั้นไม่ได้นะ เพราะคนแอบอ้างว่าเป็นคน

เชียงใหม่ ถ้าเขาเป็นคนเชียงใหม่จริง ต้องว่าผู้หญิงคนนั้นคนเดียว ไอ้คนที่ไปตัดสินว่าคนใหม่แย่นี่ มันเลวยิ่งกว่า เพราะเอาตัวเองไปครอบงำเขา ปลาเน่าตัวเดียวมันตายทั้งหมด มันไม่ใช่ นั่นมันเป็นส่วนน้อยที่แปลความหมาย โลกทัศน์ที่มันแคบ เราอยู่ในสังคมปัจจุบัน เราจะไปตัดสินใครไม่ได้ อย่ามาบอกว่าภาพรวมมันเสีย ภาพรวมมันเสีย เพราะว่าเราไปตัดสิน เราใช้คำว่า เรา ไปตัดสิน มันก็เลยเน่า แต่คนที่ไปตัดสินอย่างนั้น มันเน่ายิ่งกว่า มันสะท้อนมุมมองอย่างนั้น ในมุมมองของตัวเอง ถ้าคนเขามีปัญญาจริง เรามีความเชื่อว่า ก็ต้องมีการแยกแยะ

(พระมหาฐิติพงษ์ ฐิตญาเมธี, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2559)

ผู้วิจัย : ถามถึงที่สำนักงานพุทธศาสนาออกมาบอกว่าอยากให้พระเล่นเฟซบุ๊กได้ เล่นในแบบที่เหมาะสม หลวงพี่มองยังไง และมองในสถานการณ์ ในพระสถาบันศาสนาในการเล่นเฟซบุ๊กยังไง อยากให้แสดงความคิดเห็น

พระชนพล : ผมว่า เอาตรงๆเลยนะเฟซบุ๊ก ทำให้ศาสนาเสื่อมลงกว่าเก่า เมื่อก่อนไม่มี ถามว่าเมื่อก่อนไม่มี แต่ศาสนาก็มีพระทั้งดีและไม่ดี มันมีมาตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้ว แต่มันไม่มีการแสดงออก ไม่มีการสื่อออกไปให้สังคมได้รับรู้ แต่ต่อมาเริ่มมีโซเชียลเข้ามา คนมักรู้กันง่าย เรื่องก็เลยแพร่กระจายออกไป โดยที่สังคมส่วนใหญ่จะเลียมองแต่สิ่งที่เป็นลบก่อน และตัดสินอะไรที่เป็นลบก่อน

(พระชนพล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2559)

ผู้วิจัย : หลวงพี่มองยังไงกับที่กรมการศาสนาออกมาระบุว่า พระสงฆ์เล่น เฟซบุ๊กได้ แต่ต้องเล่นให้ครอบคลุมเหมาะสม กับในโลกสังคมปัจจุบัน

พระมหาพร้อมบุญ : ต้องบอกว่า ยุคนี้เป็นยุค 4 จี การสื่อสารไร้พรมแดน เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ดีที่ทำให้คนทุกมุมโลก ทุกส่วนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ทำให้ได้เห็นกิจกรรมดีๆ ที่พระหรือโยมก็ดี ที่ทำให้กับส่วนรวม พอเราเห็นเสร็จ เราชื่นชอบ เราก็กดไลค์ ไลค์ก็ถือเป็นกำลังใจหนึ่งของคนทำงาน ถือเป็นเรื่องสร้างสรรค์ แต่ทุกอย่างก็มีทั้งเรื่องดี ไม่ดี ถ้าทำอะไรไม่ถูกต้อง ไม่ถูกกาลเทศะ สิ่งนั้นก็จะเป็นดาบสองคมที่เข้ามาทำร้ายผู้โพสต์เอง ถ้าเราใช้ไม่ถูกทาง

มีหลายรูปที่ต้องสูญเสียหลายๆ อย่าง กับการเล่นเฟซบุ๊ก หรือเสียหายในหน้าที่การงานก็มีเยอะ ดังนั้น ต้องเล่นเฟซบุ๊กให้ อย่างมีสติ มีวิจาร์ณญาณ คิดทุกครั้งที่จะพูด คิดทุกครั้งที่จะ เขียน คิดทุกครั้งที่จะโพสต์ และคิดทุกครั้งว่าโพสต์นั้นจะ กระทบต่อใครบ้าง มีผลอะไรกลับมาต่อตัวเรามั้ย แล้วโพสต์แล้ว เกิดประโยชน์อะไรกับผู้คน หรือคนที่เห็น

(พระมหาพร้อมบุญ คณะอินโน, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า คุณธรรม จริยธรรมที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ในฐานะผู้ใช้จากทั้ง 4 รูปนั้น พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้ เป็นปกติเหมือนกับกลุ่มบุคคลในสถาบันอื่น เพราะมนุษย์ทุกคนจากทุกสถาบันย่อมมีสิทธิเข้าถึง เฟซบุ๊กอย่างเท่าเทียมกัน และที่สำคัญไม่มีพุทธบัญญัติตั้งแต่อดีตกาลที่ระบุห้ามพระสงฆ์ใช้งาน สื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งพระสงฆ์เองต่างระบุว่าไม่ได้ใช้เพื่อการส่วนตัวเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อ ด้านศาสนาด้วย ผ่านเฟซบุ๊กส่วนตัว และเพจเฟซบุ๊กของวัดที่แต่ละรูปดูแลอยู่ ทั้งนี้ ความเสียหายจาก พระสงฆ์บางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กในทางเสื่อมเสีย กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่ามีจริง แต่ไม่ควรเหมารวมกับ พระสงฆ์ที่ใช้ในทางดีงาม ซึ่งสุดท้ายแล้ว สังคม หรือหน่วยงานที่กำกับดูแลสถาบันสงฆ์ต้องการออก กฎกติกา สามารถทำได้ แต่ต้องเป็นที่ยอมรับของคณะสงฆ์ แต่หากจะห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กจะไม่เห็น ด้วย นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 รูป ต่างมีความชัดเจนที่จะใช้สื่อใหม่ประเภทอื่น หากสื่ออื่นเข้ามา แทนที่การใช้งานเฟซบุ๊กใน และเป็นที่ยอมรับ ได้รับความนิยมนจากสังคมในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ จะคอยกำกับ ดูแลการใช้สื่อ ใหม่ของพระสงฆ์ แต่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแสดงความชัดเจนในทิศทางเดียวกัน คือ หน่วยงานกำกับ ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กได้ เพราะปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคม การใช้งานเฟซบุ๊กจะมีทั้งพระสงฆ์ที่นำเสนอด้านดี และด้านไม่ดี ไม่ควรเหมารวมทั้งหมด ซึ่งในบทต่อไป คือ บทที่ 5 ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่งพระพุทธศาสนา

บทที่ 5

การวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

การวิจัย เรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้ตัวแปร เรื่อง ทางโลกย์และทางธรรม เป็นเกณฑ์ คือกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา โดยใช้แนวคิดเรื่อง “กระบวนการกลายเป็นโลกย์ฆราวาส (Secularization) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) ซึ่งมีสถาบันศาสนาเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ครอบครัว ศิลปะ ช่วงเวลาผ่านไปถูกสถาบันทางเศรษฐกิจ ก้าวเข้ามาเป็นแกนกลาง กลายเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) เรียกสังคมนี้ว่า สังคมสมัยใหม่ ดังนั้น ในบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ในลำดับต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาการใช้งานของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ว่ามีลักษณะของการใช้งานไปในลักษณะทิศทางใด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์แต่ละรูปต่างมีความสนใจและนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก ที่แตกต่างกันออกไป ลักษณะการใช้งานนี้ จะมีความแตกต่างไปจากประชาชนทั่วไปหรือไม่อย่างไร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างพระภิกษุสงฆ์ต่างครองตนเป็นบรรพชิตในพระพุทธศาสนาทั้งสิ้น แต่การเข้าไปใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อทางโลกย์ พระสงฆ์จะมีความโน้มเอียงเป็นทางโลกย์ หรือยังสามารถครองตนในทางธรรม หรือเป็นทั้งทางโลกย์ และทางธรรม เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาในครั้งนี้

ในการวิเคราะห์งานวิจัยการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์พร้อมกับบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ด้วยโทรศัพท์มือถือ และแกะเสียงบันทึก รวบรวมเป็นข้อมูล รวมถึงสังเกตบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นสรุปเป็นตารางเปรียบเทียบ โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ของ David Morley ซึ่งเดิมเป็นการวิเคราะห์ผู้ชมโทรทัศน์ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยแบ่งหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ภูมิหลังของพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก
2. การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ (Perception of audience)

3. การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)
4. การศึกษาพฤติกรรมการนำเสนอสารผ่านสื่อ
5. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ

5.1 การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

ในการวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้หยิบแนวคิดของ David Morley มาปรับประยุกต์ใช้ โดยการหยิบยกทัศนะของ David Morley เพื่อพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรก พิจารณาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม เป็นต้น ส่วนประเด็นถัดมา พิจารณาจากจุดยืนทางแนวคิดและวัฒนธรรม อาทิ ทัศนคติของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก และประเด็นสุดท้าย พิจารณาจากการเข้าถึงตัวบท ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในในการเข้าถึงตัวบท

5.1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งได้แบ่งออกเป็นหัวข้อต่างๆ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ประวัติส่วนตัว สถานะปัจจุบัน ระยะเวลาในการบวช (จำนวนพรรษา) ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบภายในวัด การใช้เวลาว่าง ความสามารถในการใช้สื่อโซเชียล (เฟซบุ๊ก) จุดเริ่มต้นการเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต การใช้งานอินเทอร์เน็ตและสื่อโซเชียล ระยะเวลาที่รู้จักและใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก รายละเอียดดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1

แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก
เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโ	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
อายุ	43 ปี	59 ปี	44 ปี
ระดับการศึกษา	- มหาบัณฑิตกิตติมศักดิ์	- ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์	- ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ จากมหาวิทยาลัยต่างๆ - เปรียญธรรม 9 ประโยค
วัดจำพรรษา	- วัดไร่ป่าธรรมมิข จ.ตราด	- เจ้าอาวาส วัดป่าสุคะโต อ.แก่งคร้อ จ.ชัยภูมิ	- ผู้ก่อตั้งศูนย์วิปัสสนา สากลไร่เชิญตะวัน จ. เชียงราย
ประวัติส่วนตัว	- บวชเมื่ออายุครบ 20 ปี ในปี พ.ศ. 2537 - เป็นคนตราด	- บวชเมื่ออายุ 26 ปี ในปี พ.ศ. 2526 - เป็นคนกรุงเทพฯ	- อายุ 14 ปี บรรพชาเป็น สามเณร ณ วัดบ้านเกิด - อายุ 21 ปี บวชเป็น พระภิกษุ - พื้นเพเป็นคนเชียงราย
ระยะเวลาในการบวช	22 พรรษา	33 พรรษา	30 พรรษา
ภาระหน้าที่ความ รับผิดชอบภายในวัด	- เผยแพร่พระพุทธศาสนา	- เจ้าอาวาสวัด - เผยแพร่พระพุทธศาสนา	- ผู้ก่อตั้งศูนย์วิปัสสนา สากลไร่เชิญตะวัน - เผยแพร่พระพุทธศาสนา
การใช้เวลาว่าง	- วิทยากรเผยแพร่ พระพุทธศาสนา - ปฏิบัติธรรม - ตัดต่อวิดีโอ เผยแพร่ผ่าน สื่อใหม่	- วิทยากรเผยแพร่ พระพุทธศาสนา - ปฏิบัติธรรม - เขียนหนังสือ	- วิทยากรเผยแพร่ พระพุทธศาสนา - ปฏิบัติธรรม - เขียนหนังสือ
ความสามารถในการ ใช้โซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก)	- เข้าถึงคอมพิวเตอร์ เพื่อ ดูแลเพจเฟซบุ๊ก	- มีความสามารถในการใช้ แต่มีลูกศิษย์ หรือ เจ้าหน้าที่ดูแล - ใช้อินเทอร์เน็ตเท่าที่ จำเป็น และสัญญาณ อินเทอร์เน็ตเพียงพอ ไม่จำเป็นต้องฝึกฝนจะใช้ งานตลอดเวลา	- มีความสามารถในการใช้ แต่มีลูกศิษย์ หรือ เจ้าหน้าที่ดูแล

ตารางที่ 5.1

แสดงการเปรียบเทียบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก
เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา (ต่อ)

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
จุดเริ่มต้นการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	- เผยแพร่พระพุทธศาสนา	- เผยแพร่พระพุทธศาสนา	- เผยแพร่พระพุทธศาสนา
แรงจูงใจการใช้งานเฟซบุ๊ก	- เป็นสื่อกลางเข้าถึงพุทธศาสนิกชน เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	- เป็นสื่อกลางเข้าถึงพุทธศาสนิกชน เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา	- เป็นสื่อกลางเข้าถึงพุทธศาสนิกชน เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ระยะเวลาที่รู้จักและใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	- เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยได้ราว 3 ปี	- ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้าเมืองไทย	- ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้าเมืองไทย

จากการเก็บข้อมูลด้านโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ทั้ง 3 รูป คือ พระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา นั้น มีอายุ 43 ปี, 59 ปี และ 44 ปีตามลำดับ ถึงแม้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูปจะมีอายุและจำนวนพรรษามากกว่ากลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม แต่ปรากฏว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ต่างรู้จักสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กไม่ต่างกัน เนื่องจากเป็นพระที่มีชื่อเสียงทางสังคม เป็นที่รู้จักของพุทธศาสนิกชน การที่สื่อใหม่เข้ามาในสังคมยุคโซเชี่ยลมีเดีย นั้น ศาสนาจึงต้องขยับเคลื่อนตาม พระสงฆ์เหล่านี้จึงมีเจ้าหน้าที่ ลูกศิษย์ลูกหาของวัดหรือแม้แต่ตัวพระสงฆ์เองอย่างพระศักดา ที่คอยนำพระธรรมคำสอนต่างๆ ของพระแต่ละรูป เผยแพร่ลงบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้เลื่อมใสศรัทธาได้อ่าน และนำไปปรับประยุกต์ใช้ระหว่างการดำเนินชีวิตจริง

เมื่อสื่อดังกล่าว เข้ามามีบทบาท ย่อมทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ซึ่งพื้นฐานแต่ละรูปมีระดับการศึกษาสูงอยู่แล้ว จึงสามารถเข้าใจสามารถใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กได้ดี ถึงแม้จะไม่ได้จำกัดอยู่ในวัดเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ศูนย์รวมความทันสมัยในทุกด้านก็ตาม แต่ต่างรู้จักเฟซบุ๊กตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยช่วงแรกๆ สามารถก้าวทันสื่อใหม่ได้ทันตามกระแสสังคมเมืองและสังคมโลก

ประกอบกับ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ ต่างเป็นที่ยอมรับของสังคมอยู่แล้ว เป็นเรื่องธรรมดาที่ฆราวาสต้องการเข้าถึงหลักธรรมคำสอนของพระสงฆ์เหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่นเดียวกับพระสงฆ์แต่ละรูปต่างล้วนมีเป้าหมาย เผยแพร่พระพุทธศาสนาอยู่เป็นนิจ

พระสงฆ์กลุ่มนี้จึงไม่ปฏิเสธที่จะยอมรับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยกระจายคำสอนทางพระพุทธศาสนาไปยังพุทธศาสนิกชน แต่ในส่วนการใช้เครื่องมือบนเฟซบุ๊กนั้น จะมีเพียงแต่พระศักดา ที่เรียนรู้วิธีการใช้งานด้วยตนเอง จนเข้าใจการใช้งานได้ดี ขณะที่พระไพศาลกับพระมหาวุฒิชัย จะไม่ค่อยชำนาญในการใช้เครื่องมือบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เนื่องจากมีลูกศิษย์ หรือเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือ แม้ว่าพระไพศาลจะมีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นของตนเองก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมแล้ว พระสงฆ์ตัวอย่างข้างต้น ต่างมีความสามารถเข้าใช้งานเฟซบุ๊กในขั้นพื้นฐานได้ และพระสงฆ์ทุกรูปต่างมีเป้าหมายเดียวกัน คือ การเผยแพร่พระพุทธศาสนาไปยังฆราวาสที่ให้ความเคารพนับถือตน

จากข้อมูลที่ได้กล่าวข้างต้น จะสังเกตเห็นได้ว่าพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา แม้จะไม่ได้จำวัดในเขตเมืองเป็นหลักแม้แต่รูปเดียว แต่ทุกรูปต่างรู้จักเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะต่างยินดีที่จะเปิดรับสื่อใหม่ดังกล่าว โดยเฉพาะพระมหาวุฒิชัย ที่ก่อนหน้านี้เคยเผยแพร่คำสอนผ่านสื่อออนไลน์ และมีผู้ที่เคยทำวิจัยไว้ โดยข้อมูลจากเว็บไซต์หอสมุดกลางมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (มช.) (<http://library.cmu.ac.th/rsc/?newsdetail.php&id=646> เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2560) โดย ดริณ จักรพันธ์ อินทร์อุดม ทำวิจัยเรื่อง การเผยแพร่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ไทยผ่านสื่อใหม่: กรณีศึกษาเว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม (www.dhammatoday.com) ไม่ใช่ช่องทางการสื่อสารหลักที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของท่าน ว.วชิรเมธี แต่เป็นเพียงอีกช่องทางหนึ่งที่ ท่าน ว.วชิรเมธี สร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมพระพุทธศาสนาอย่างเต็มรูปแบบ แต่ก็ปรากฏให้สังคมรับรู้กันมานานแล้ว ซึ่งเป็นลักษณะทิศทางเดียวกับพระสงฆ์รูปอื่นๆ ที่มีเป้าหมายคล้ายกันที่จะมุ่งมั่นในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยตรงอยู่แล้ว ต่างมองเห็นว่าสื่อเฟซบุ๊กเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเผยแผ่ศาสนาด้วยเช่นกัน จึงให้ความสนใจสื่อเฟซบุ๊ก สร้างความรู้จักและเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยช่วงแรกๆ

5.1.2 จุดยืนของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

ตารางที่ 5.2

แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุณฑโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี
ทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องมือเชื่อมระหว่างศาสนากับฆราวาส - เป็นเครื่องแปลงสารจากเข้าใจยากให้เข้าใจง่าย - เหมือนมรดกทางธรรม - บ่งบอกตัวตนของผู้ใช้ - เป็นสื่อสาธารณะสถาบันใดก็สามารถใช้ได้ เพียงบริสุทธิ์ใจและใช้เหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องมือเชื่อมระหว่างศาสนากับฆราวาส - ไม่เคยมีแบบแผนการใช้เฟซบุ๊กในศาสนา จึงใช้แบบแผนฆราวาสเป็นแนวทาง - สื่อโซเชียลมีเดียมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา - เป็นสื่อที่สร้างอุดมการณ์ที่คับแคบ - เปรียบเหมือนสภากาแพ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องมือเชื่อมระหว่างศาสนากับฆราวาส - แหล่งรวบรวมความรู้ลึก - เป็นสื่อที่เชื่อมโยงโลกเป็นหนึ่งเดียว - ผู้ใช้หลุดอยู่ในโลกเสมือนจริง พลาดสิ่งที่อยู่ตรงหน้า
กรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีวินัยในการเล่นอย่างเหมาะสม ตามสถานะพระสงฆ์ - คณะสงฆ์ปกครองควรหารือถึงแนวทางการใช้เฟซบุ๊กที่เหมาะสมของพระสงฆ์ปัจจุบัน และสื่อใหม่ในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีวินัยในการเล่นอย่างเหมาะสม ตามสถานะพระสงฆ์ - คณะสงฆ์ปกครองควรหารือถึงแนวทางการใช้เฟซบุ๊กที่เหมาะสมของพระสงฆ์ปัจจุบัน และสื่อใหม่ในอนาคต - ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเตือนสติ ไม่ใช่ประกาศตัวตนผู้ใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีวินัยในการเล่นอย่างเหมาะสม ตามสถานะพระสงฆ์ - คณะสงฆ์ปกครองควรหารือถึงแนวทางการใช้เฟซบุ๊กที่เหมาะสมของพระสงฆ์ปัจจุบัน และสื่อใหม่ในอนาคต - ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเตือนสติ ไม่ใช่ประกาศตัวตนผู้ใช้ - พึงวินัยพระพุทธเจ้า พึงกฎหมายบ้านเมือง พึงสังคม

จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจุดยืนในทางทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กในบางประการที่คล้ายคลึงกัน และในบางประการที่แตกต่างกันออกไป โดยผู้วิจัยจะขออธิบายถึงจุดยืนในทางทัศนคติของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ที่คล้ายคลึงกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ทั้ง 3 รูป ต่างเห็นว่า เว็บไซต์ เฟซบุ๊กเป็นสื่อโซเชียลที่คนทั่วโลกต่างใช้กัน ในยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน และศาสนาก็เข้ามาใช้สื่อ เฟซบุ๊กเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงระหว่างศาสนากับฆราวาสเข้าไว้ด้วยกัน พร้อมๆ กับเปรียบเปรยเว็บไซต์เฟซบุ๊กเสมือนเป็นมรดกที่ถ่ายทอดความรู้ คติธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาไว้ในอีกรูปแบบหนึ่งเพื่อสืบทอดไว้สำหรับคนรุ่นหลังต่อไป แต่อย่างไรก็ตาม พระไพศาล วิสาโล ยังมีมุมมองวิเคราะห์ต่อสื่อใหม่ในอนาคตอีกว่า สื่อใหม่จะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถึงแม้ว่าทุกวันนี้ เฟซบุ๊กจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงในเมืองไทยและทั่วโลก แต่ในอนาคต เป็นสิ่งไม่แน่นอนว่าจะมีสื่อใหม่มาแทนเฟซบุ๊กหรือไม่

สำหรับในภาพรวมแล้ว พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต่างมองว่า สื่อใหม่ก็ยังเชื่อมโยงคนทั้งโลกไว้เป็นหนึ่งเดียวกัน รวมถึงสถาบันศาสนาที่เข้ามาใช้สื่อนี้ เพื่อเข้าถึงฆราวาสให้ได้มากที่สุด ในยุคที่พระสงฆ์ต่างเห็นเหล่าฆราวาสหลุดอยู่ในโลกเสมือนจริงบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเป็นอย่างมาก จนหลายๆ ครั้ง พลาดเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นข้างหน้า เพื่อเป็นแนวทางป้องกันพุทธศาสนิกชน เดินถอยห่างจากพุทธศาสนาออกไปเรื่อยๆ จึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารเข้าไปสู่โลกเสมือนจริงเหล่านี้ด้วยสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อสามารถเข้าถึงได้ เข้าถึงฆราวาสให้ได้มากที่สุด เป็นการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) แต่ก็ไม่ควรใช้บนพื้นฐานของกิเลส ซึ่งจะทำให้ไม่มีความแตกต่างไปจากการใช้งานของฆราวาส ต้องมีความชัดเจนในเจตนารมณ์ที่จะเข้าใช้งาน

จากการสัมภาษณ์พระศักดา สุนทรโร ผู้วิจัยจะสังเกตเห็นได้ว่าพระศักดา มีบุคลิกภาพสุขุม แต่พูดจาด้วยน้ำเสียงฉะฉาน มีความมั่นใจในการตอบคำถาม มีปฏิธานไหวพริบดี และมีวาทะในการตอบคำถามที่แหลมคม พร้อมๆ กับการให้ความคิดกับผู้วิจัย พระศักดา เริ่มต้นการใช้เฟซบุ๊ก ด้วยบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ก่อนจะพัฒนาเป็นเพจเฟซบุ๊ก โดยยังคงใช้ชื่อเพจเฟซบุ๊กเป็นชื่อของพระศักดา สุนทรโรเอง เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ ส่วนสาเหตุที่เปลี่ยนจากบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวมาเป็นเพจนั้น เพราะมองว่าการใช้บัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว จะสะท้อนเพียงแค่ตัวตนของตัวเอง ซึ่งมองว่า จะไม่ค่อยเหมาะสมค่อยงาม ขณะที่เป้าหมายของพระศักดา สุนทรโร ที่ต้องการเผยแพร่คติธรรมคำสอนให้สังคมยุคใหม่เข้าถึงศาสนา จึงผันจากเฟซบุ๊กส่วนตัวมาเป็นเพจเฟซบุ๊ก เพื่อให้ใครต่อใครสามารถติดตามได้ โดยทุกๆ วัน พระศักดา สุนทรโรจะอัดคลิปวิดีโอสั้นๆ พร้อมใส่คติธรรม แนวคิดผ่านโทรศัพท์มือถือ ก่อนกดโพสต์เผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊กด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อให้มุมมอง คติธรรมแก่ผู้ที่

เข้ามาเยี่ยมชมเพจพระศักดา สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ อย่างไรก็ตาม สำหรับทัศนคติของพระศักดา ที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยเองสามารถรับรู้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : เพราะพระอาจารย์รู้สึกว่ามันคือ โลกของฆราวาสมากกว่า?

พระศักดา สุนทรโร : อืม แต่มันเหมือนกับสิ่งที่เราคิดมันถูก เราคิดไปเอง มันเหมือนว่า ทุกวันนี้ เวลาคนเห็นพระเล่นสื่อเฟซบุ๊ก พระอาจารย์จะไม่ใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้คำว่า เล่น เพราะสิ่งที่เราใช้อยู่มันไม่ใช่ของเล่น เรากำลังทำงานอยู่ เป็นงานเผยแผ่หลักธรรมแบบตรงๆ เลย โดยนำเอาของสูงมาแปลงค่าให้มันฟังง่ายที่สุด ให้คนเข้าถึงง่ายที่สุด ก็เลยตรงนั้น จากเมื่อก่อนที่เราคิดกับพระองค์อื่น ก็คงจะเหมือนกับที่คนบางคน ณ ปัจจุบันกำลังคิดแบบเรา แล้วสักวันหนึ่ง เขาอาจจะหลุดจากตรงนั้นเข้ามา เข้าใจว่า เออ จริงๆ แล้ว มันไม่ใช่ไหนนะ

ผู้วิจัย : อะไรที่เปลี่ยนความคิดอาจารย์ จากเฟซบุ๊กที่เป็นโลกของฆราวาส กลายเป็นว่า เราสามารถใช้เฟซบุ๊กในการติดต่อสื่อสาร หรือว่าให้ความรู้ในเรื่องธรรมแก่ประชาชน

พระศักดา สุนทรโร : เฟซบุ๊ก ก็ไม่เคยใช้เท่าไร ถ้าย้อนหลังไป 3 ปี ไม่เกี่ยวข้องเลย แทบไม่รู้จักเลย ว่าเฟซบุ๊กคืออะไร คือ แบบไหน เราก็คิดว่าป็นิ่งๆ มีงานพันกว่างาน เราก็เต็มที่แล้ว เราก็ไม่มีเวลาทำอย่างอื่นแล้ว แต่จนกระทั่งว่า ลูกศิษย์ที่เรียนมหาวิทยาลัย เขาก็มาบอกว่า พระอาจารย์ ดูพระรูปนี้มีข้อคิดดีๆ เชียว แล้วเขาก็เปิดให้ดู เลื่อนขึ้นให้ดู เลื่อนขึ้นๆ เออ มันมีแต่สาระทุกวันๆ ความคิดเรื่องทีบอกว่า เราใช้เฟซบุ๊ก มันไม่ใช่การเล่น แต่อย่างนี้ คือ การนำเอาหลักธรรมลงไปอยู่ในนั้น แล้วก็นึกขึ้นว่า ถ้าหากพระรูปนั้น มรณภาพไป สิ่งเหล่านั้น ก็เปรียบเสมือนมรดกทางธรรม ที่ฝากไว้ให้กับลูกหลานได้ศึกษา เป็นแนวทางการดำรงชีวิตสืบไป ก็เลยคิดว่า เราน่าจะลองดูบ้าง นี่คือ จุดประกายที่เห็นพระบางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแผ่ธรรมะ ใช้แล้วมีวินัยในการโพสต์อย่างเสมอต้นเสมอปลาย แล้วก็ไม่มีคำพูดแบบถ้อยๆ สบถกับใครอะไรอย่างนั้น ก็ประมาณนั้น หรือระบายอารมณ์ทางเฟซบุ๊ก... มีแต่เนื้อหาดีๆ

- ผู้วิจัย : แสดงว่า พระอาจารย์ ตั้งขึ้นมา เพื่อเอาไวใส่คำสอนอย่างเดียว จะไม่ทำอย่างอื่นเลย หรือมีปฏิสัมพันธ์กับคนที่เข้ามาเลย
- พระศักดา สุนทรโร : ไข่ๆ ถูกต้องๆ ตรงนั้นแหละ จะทำให้คนเห็นวินัยของเราที่ทำ เสมอต้นเสมอปลาย นี่คือ ข้อที่หนึ่ง ส่วนข้อสอง ให้จิตเรา สามารถตอบด้วยเองได้ด้วยว่า กลิ่นอาย เชื้อของเราที่อยาก เสนอธรรมะ กับเชื้อที่อยากนำเสนอตัวเอง อันไหนมันออกจาก ใจเราไปมากกว่ากัน เพจมันเหมือนกับเป็นที่เก็บงานของ พระอาจารย์มากกว่า รู้สึกว่า วันหนึ่งที่พระอาจารย์ตายไปนะ ลูกศิษย์ ลูกหลานก็จะได้รับความรู้สึกไป ไม่รู้ว่าจะอยู่นานแค่ไหน ไหนก็ไม่รู้ แต่เราก็ฝังความรู้สึกนี้ลงไปเฟซบุ๊กแล้ว เป็นมรดกที่ เราทิ้งไว้ให้เขา
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์เริ่มจากการที่ตั้งเป็นบัญชีเฟซบุ๊กของตัวเอง หรือตั้ง เป็นเพจสาธารณะเหมือนปัจจุบันนี้ครับ
- พระศักดา สุนทรโร : เป็นเฟซบุ๊กของตัวเอง ถ้าตอนนั้น พิมพ์คำว่าพระศักดาเข้าไป มันจะมีอยู่ประมาณ 3-4 เฟซบุ๊ก ซึ่งเฟซก่อนนั้น พระที่อยู่วัด ใฝ่ล้อมที่อยู่ในเมือง บอกว่า พระศักดา เดี่ยวผมสมัครเฟซบุ๊กให้ สมัครเสร็จแล้ว เขาก็บอกให้บอกรหัสไป เราก็บอกมั่วๆ ไปอย่าง นั้น ไม่ได้สนใจ และทุกวันนี้ ก็ไม่เคยเจอเขา ไปไหนไม่รู้ และ พระอาจารย์ก็จะเข้าไปลบก็ไม่ได้ เพราะพระอาจารย์ก็บอก ตัวเลขมั่วๆ ไปในตอนนั้น จำไม่ได้..
- ผู้วิจัย : จริงๆ มีเพจอย่างเดียวได้หรือไม่ ไม่ต้องมีบัญชีเฟซบุ๊ก
- พระศักดา สุนทรโร : ไม่ได้ครับ เพราะจะต้องมีคนดูแลเพจ โดยเข้าจากบัญชีของ พระ อาจารย์ ก็คือ เพจเนี่ย มันเหมือนมีคนดูแล มีบ้านหลัง หนึ่ง ครั้งแรกพระอาจารย์ใช้เฟซบุ๊ก โปสต์ลงไปๆ จนกระทั่งมา คิดดูว่า เฟซบุ๊ก มันบ่งบอกถึงความเป็นตัวเรามากไปหน่อย เพราะมันแคบ แล้วก็มีเพื่อน แล้วก็มียะไรอยู่ประมาณตรงนี้ คือ ถ้าคนเห็นว่า พระใช้เฟซบุ๊กปั๊บ เขาจะรู้ทันทีเลยว่า ท่านต้อง ดูแลอยู่คนเดียวเท่านั้น เราก็ไปศึกษาว่า เพจคืออะไร อ้อ เพจ คือ สาธารณะกว้างกว่า ถ้าคนบอกว่า นี่เพจของพระศักดา จะ คิดหลบมุมจากตัวเราได้นิดนึงว่า มีคนคอยดูแล มีแอดมินดูแล ให้ท่าน ท่านเป็นคนเสนอความคิด และแอดมินเป็นคนบริหาร

จัดการ มันก็จะได้หลบจากตัวเรานิดนึง ก็เลยคิดวิธีนั้น คือจริงๆ สิ่งเหล่านี้ เป็นของฆราวาสไข่ม้อย มันไม่น่าจะใช่ณะ มันคือของสาธารณะ เพราะสมัยพุทธกาล พระสงฆ์ก็อยู่กับพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้าก็อยู่กับพระเจ้าพิมพิสาร กับพระราชชา กับอำมาตย์ต่างๆ เหล่านี้ พระพุทธเจ้าก็ก้าวขาไปสู่แวดวงของคนที่บ้านที่กำลังจะทะเลาะกัน พระพุทธเจ้าบอกว่า โยม อย่าต่อกันเลยต่อกันก็มีแต่เกิดความทุกข์ใจด้วยกันทั้งคู่นั้นแหละ นี่ก็คือพระพุทธเจ้าโพสต์ตัวเองเข้าไปอยู่ในที่โลกของฆราวาสละ เอาตัวเองเข้าไปเกี่ยว ก็คือ ที่โยมถามว่า พระสงฆ์เข้าไปอยู่ในเฟซบุ๊ก โลกของฆราวาสมากไปมัย มองว่า บริบทมันเปลี่ยนไป จากตัวคนในสมัยพุทธกาล มาจนถึงตอนนี้ เราเอาตัวเข้าไปเกี่ยว ใช้แต่พระพุทธเจ้าเอาตัวเข้าไปเกี่ยวท่ามกลางประชาชนกำลังทะเลาะกัน พระพุทธเจ้าไม่ได้ไปถกจิ๋ว ไม่ได้ไปทำทำซิ่งซิ่งอะไรอย่างนี้ คือ 1. เข้าไปด้วยใจที่ซื่อบริสุทธิ์ 2. เข้าไปด้วยกิริยาที่เหมาะสมบริสุทธิ์ 3. เข้าไปด้วยกัจจัตราที่สมอดต้นเสมอปลาย พระพุทธเจ้าจะเข้าสังคมแบบนี้ก็ครั้งก็ตามที่ ที่ไหนก็แล้วแต่ ก็ยังรักษาปฏิบัติได้จริงๆ และถ้าพระก้าวขาเข้าไปในเฟซบุ๊ก ในโลกออนไลน์ ก็เข้าไปในลักษณะเช่นเดียวกัน คือ 1. เนื้อหาที่นำเข้าไปในเฟซบุ๊ก 2. กิริยาในการที่จะถ่ายวิดีโอ ภาพนิ่ง ที่จะโพสต์ข้อความต้องดูให้เหมาะสม 3. แม้จะมาสืบภายในเบื้องหลังว่าต่อหน้ากล้องดีแบบนี้ แต่เบื้องหลังกล้อง นิสัยใจคอ กัจจัตราเป็นอย่างไร ก็ยังกล้าพร้อมที่จะให้พิสูจน์

ผู้วิจัย : แสดงว่า มันอยู่กับการคิด การทำ การพูด การกระทำต่างๆ ของ พระสงฆ์แต่ละรูป

พระศักดา สุนทรโร : ใช่

ผู้วิจัย : และที่ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ จากในอดีต พระได้เข้ามาอยู่สื่อต่างๆ จากธรรมมาศ ไมโครโฟน วิทยู หรือรายการธรรมทุกเช้าวันเสาร์ อาทิตย์ ตามช่อง 3 ช่อง 7 อย่างเฟซบุ๊ก ก็เป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่พระสงฆ์มีโอกาสเข้ามา

พระศักดา สุนทรโร : อืม ใช่ แล้วอีกอย่างหนึ่งก็คือ พระอาจารย์ไม่เคยใช้คำว่า โยม เขาเสพติดโซเชียล อย่างรายการสกุ๊ปข่าวช่อง 7 ที่รายงานว่

พระศักดาบอกว่า โยมสมัยนี้เสพติดโซเซียล ก็เลยเอาธรรมะลงเข้าไปในโซเซียลที่เขานิยมกัน ซึ่งคำว่าเสพติด มันเป็นคำหยาบคายมากในปากพระอาจารย์ที่จะพูดออกไปนะ แต่ก็ยังดีที่พoyoมพูดหมดตรงนั้น ก็เอาวิดีโอที่พระอาจารย์เคยให้สัมภาษณ์กับพิธีกรว่า พระอาจารย์กล่าวว่า เมื่อคนยุคนี้เมื่อเห็นว่ามีควมจำเป็นต้องใช้สื่อโซเซียลมีเดียกัน ก็เลยเอาธรรมะนำเสนอกลงไปในโซเซียลมีเดีย เพื่อให้โยมเขาได้เห็นธรรมะกันตรงนั้น เพราะเมื่อพระสงฆ์ยืนอยู่ตรงหน้า เขาไม่แหงนหน้ามองพระ แต่เขาก็มมองแต่ในจอ แล้วพระสงฆ์จะยืนอยู่ตรงนั้นได้อย่างไร พระก็ต้องมายืนอยู่ในจอให้เขาเห็นสิ โดยเจตนาว่า โยมแหงนมองพระหน่อยสิ เผื่อเขาจะได้แหงนมอง

ผู้วิจัย : หน้าที่หนึ่ง ของพระสงฆ์ คือ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา โซเซียลมีเดียก็เป็นอีกช่องทางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ด้วยเช่นกัน

พระศักดา สุนทรโร : เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า พระศักดา สุนทรโร หนึ่งในพระกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นเรื่องทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระศักดา สุนทรโร มองเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นสื่อสาธารณะ ที่สมาชิกจากสถาบันใดก็สามารถเข้ามาใช้ได้ เพียงบริสุทธิ์ใจ และใช้ด้วยความเหมาะสม ซึ่งพระศักดาเอง ได้ใช้เป็นเครื่องมือเชื่อมเรื่องราวระหว่างศาสนากับฆราวาส เพราะเห็นว่าสามารถช่วยแปลงสารจากเนื้อหาพระธรรมที่เข้าใจยาก สามารถนำมาย่อให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยใช้สื่อเฟซบุ๊กเป็นตัวกลาง ซึ่งการใช้สื่อกับทางศาสนาเป็นวิวัฒนาการที่มีมาตั้งแต่สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ พอมีสื่อใหม่เข้ามา ศาสนาก็หยิบมาใช้เป็นอีกเครื่องมือในการเผยแพร่นอกจากนี้ ยังเห็นว่า สื่อเฟซบุ๊กเป็นเสมือนที่บรรดกที่จะช่วยเก็บรักษาพระธรรมคำสอนในปัจจุบัน จากพระสงฆ์รูปต่างๆ ให้บรรดกนี้สืบต่อสาธารณชนคนรุ่นหลังที่ยังต้องการเข้าถึงพระพุทธศาสนาผ่านสื่อใหม่ แม้เวลาจะผ่านพ้นไปเท่าใดก็ตาม

เช่นเดียวกับพระไพศาล วิสาโล พันเพเป็นคนกรุงเทพฯ และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และยังไม่นับรวมกับที่มหาวิทยาลัยต่างๆ ถวายปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตกิตติมศักดิ์ ซึ่งภายหลังสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีไม่กี่ปี กลับได้หันหลังให้กับสังคมทางโลก มุ่งหน้าสู่หนทางนิพพาน ด้วยการตั้งใจบวชเรียนเป็นพระภิกษุสงฆ์ จนเป็นนักปฏิบัติที่มีชื่อเสียง เป็นที่เคารพของศิษยานุศิษย์เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน เพราะด้วยเป็นพระที่

วางตนสมถะ แม้จะมีความรู้และชื่อเสียงมากเพียงใดก็ตาม แต่กลับเป็นตัวอย่างพระสงฆ์อีกรูปในสังคมไทย ที่พุทธศาสนิกชนต่างเลื่อมใสศรัทธาแบบไร้ที่ติ แม้จะไม่มียศตำแหน่งทางสถาบันสงฆ์ก็ตาม ในส่วนสื่อใหม่กับพระไพศาลแล้ว พบว่า พระไพศาลเองมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเอง ซึ่งในช่วงแรกๆ ได้เข้าใช้งานเป็นประจำ แต่เมื่อมีสถานการณ์ความวุ่นวายทางการเมือง ซึ่งพระไพศาล รู้สึกไม่อยากเข้าไปยุ่งมาก จึงไม่ค่อยได้เข้าใช้เฟซบุ๊กด้วยจำนวนครั้งที่ถี่เหมือนในอดีต ส่วนเพจเฟซบุ๊ก ข้อธรรมคำสอน พระไพศาล วิสาโลนั้น เกิดจากความตั้งใจของลูกศิษย์ที่มีความศรัทธาพระไพศาล และต้องการนำคำสอน คำเทศนาที่มีประโยชน์จากพระไพศาล มารวบรวมและเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก ทำให้พุทธศาสนิกชนเข้าถึงคติธรรมคำสอนต่างๆ ของพระไพศาลได้ง่ายขึ้น แม้ไม่มีโอกาสได้เข้ากราบไหว้ตัวจริงก็ตามที อย่างไรก็ตาม ในส่วนทัศนคติของพระไพศาล วิสาโล ที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น จะสามารถรับรู้จากบทสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : เหล่านี้เป็นของใหม่กับพระหรือไม่ อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์?
- พระไพศาล วิสาโล : เป็นของใหม่ใหม่ อาจจะเป็นเพราะว่าพระ ไม่มีใครสร้างแบบแผน เอาไว้ เพราะฉะนั้นพระก็เลยใช้แบบแผนฆราวาส
- ผู้วิจัย : มองว่าเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่เกิดจากการพัฒนาการของสื่อ แต่ก่อนพระอาจจะขึ้นธรรมาสน์ แล้วมาสู่รายการวิทยุ รายการธรรม ทิวี่ จนสุดท้ายมาผ่านเฟซบุ๊ก หรือแล้วแต่คนใช้
- พระไพศาล วิสาโล : อาตมาไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ได้นานแค่ไหน ฉะนั้นยังพูดไม่ได้ว่า มันจะกลายเป็นวิธีการมาตรฐานที่ใช้กัน อย่างวิทยุ โทรทัศน์ แต่ว่าถ้าพูดรวม โขเชียยลมีเดียเป็นสื่ออีกแนวหนึ่งในการเผยแพร่ธรรมะ แต่ยังไม่บอกไม่ได้ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก เพราะไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ไปอีกนานแค่ไหน 10 ปี จากนี้ไปเป็นเวลาที่ยาวนานสำหรับวงการอินเทอร์เน็ต 10 ปีข้างหน้าอาจจะไม่มีเฟซบุ๊กแล้วก็ได้ อาจจะมีที่แย่กว่าเฟซบุ๊ก ใครจะไปรู้
- ผู้วิจัย : คนทั่วโลกใช้ hate speech (วาทะที่สร้างความเกลียดชัง) กันเยอะ สะท้อนว่ามนุษย์เรามีสัญชาตญาณบางอย่างที่แสดงความรุนแรงออกมา hate speech จึงมีปัญหามากในอินเทอร์เน็ต รังแกกัน ถูกล่าแม่มด
- พระไพศาล วิสาโล : มันมีช่องว่างทางด้านภูมิศาสตร์ ไม่เห็นหน้ากัน คนไม่เห็นหน้ากันฆ่ากันได้ง่าย เช่น เอาโดรนไปทิ้งระเบิด แต่ถ้ายิงกันต่อหน้า บางทีใช้การยิงขึ้นฟ้า ทหารเวลาเผชิญหน้าในสงครามโลก ใช้ยิง

ขึ้นฟ้า เพราะไม่กล้า แต่พอไม่เห็นหน้าทั้งระเบิดกันได้ง่าย สอง
 ความเป็นนิรนาม (anonymous) คนเราเมื่อไม่แสดงตัวจะทำ
 อะไรก็ได้ สาม วัฒนธรรมของอินเทอร์เน็ตวางอยู่บนพื้นฐาน
 free speech แล้วถูกใช้ไปในทางที่สนองความคิดและ
 อุดมการณ์ที่คับแคบ ซึ่งความคิดและอุดมการณ์ที่คับแคบก็เกิด
 จากอินเทอร์เน็ต เพราะอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ทำให้คน
 รับรู้แต่ข่าวสารด้านเดียว สมัยก่อน หนังสือพิมพ์แบบ main
 Stream ต้องมีแนวคิดที่หลากหลาย ไทยรัฐ ต้องมีหลายหลาย
 ฝ่ายซ้าย ขวา หน้า หลัง ในหนังสือพิมพ์มีหลายคอลัมน์ที่ไปคน
 ละทางแต่มันเปิดโอกาสให้คนได้อ่านความเห็นที่หลากหลาย
 อย่างคุณสีแดงก็เสพสีแดง คุณเหลืองก็ผู้จัดการ เพราะสื่อมันทำ
 ได้ง่าย สามารถเจาะกลุ่มคนได้ ทั้งนี้ เฟซบุ๊กมันมีฟิวเตอร์มันจะ
 กรองให้เห็นแต่สิ่งที่เราชอบ auto propaganda ซึ่งเป็นการฝัง
 หัวคุณไปเรื่อยๆ ทำให้คุณเชื่อว่าสิ่งนี้ถูก เช่น คนอเมริกัน เชื่อ
 ว่าโอบามา เป็นมุสลิม มาจากเคนยา เพราะเชื่อฝังหัว พอมาเจอ
 ความคิดเห็นที่ต่างก็ด่ากัน

ผู้วิจัย : อยากให้พระอาจารย์ช่วยมองถึงเรื่องพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก
 ความถูกต้องเหมาะสม ทิศทางไปแบบไหน?

พระไพศาล วิสาโล : อาตมาว่า พระสงฆ์เนี่ยส่วนใหญ่ก็ไม่ต่างจากคนทั่วไป คือว่า
 ไม่ค่อยได้เห็นโทษของมันเท่าไรหรอก คือ จะมองเห็นแต่ข้อดีแต่
 ประโยชน์ของมัน เพราะงั้นเนี่ย การใช้วิจารณญาณในการใช้
 อาจจะไม่มากเท่าไร เป็นลักษณะเหมือนการที่บางทีเข้าไปร่วม
 วงกาแฟ ไซม์ย ซึ่งก็มีฆราวาสมีอะไรต่างๆ แต่มันเป็นวง
 กาแฟที่มันเปิดเผยอะนะ

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระไพศาล วิสาโล หนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นทัศนคติที่มี
 ต่อเว็บไซต์ เฟซบุ๊กนั้น ในมุมมองหลัก ไม่แตกต่างไปจากพระศกดา เพียงแต่ในส่วนตัวความคิดเห็นย่อย
 พระไพศาล เห็นว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในอนาคตไม่สามารถ
 ทราบได้ว่า จะมีสื่ออะไรเข้ามาแทนที่เฟซบุ๊กหรือไม่อย่างไร และตั้งแต่สมัยพุทธกาลก็ไม่เคยมีแบบ
 แผนการใช้งานเฟซบุ๊ก หรือมีเฟซบุ๊กปรากฏมาก่อน แต่เมื่อเฟซบุ๊กได้เกิดขึ้น พระสงฆ์ซึ่งต่างเคยครอง
 สถานะเป็นฆราวาสมาก่อน ได้ยึดวิถีการใช้งานเฟซบุ๊กแบบฆราวาสมาเป็นแนวทางการใช้งาน และ

ถึงแม้พระไพศาลจะเปรียบเว็บไซต์เฟซบุ๊กเสมือนเป็นสภากาแฟ ไว้สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน แต่ขณะเดียวกันก็เป็นสื่อโซเชียลมีเดีย ที่สร้างอุดมการณ์คับแคบให้กับผู้ใช้ เพราะความพิเศษของเฟซบุ๊กจะช่วยคัดกรองเนื้อหาสาระที่สนใจเป็นพิเศษ เข้าไปดูข้อมูลเป็นประจำของผู้ใช้ ชั้นปรากฏบนเฟซบุ๊กอัตโนมัติของผู้ใช้รายนั้นเสมอๆ ทำให้ผู้ใช้มีโอกาสน้อยที่จะเห็นข้อมูลที่หลากหลายที่เกิดขึ้นในสังคมโลก

สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งเป็นพระที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของพุทธศาสนิกชนเช่นเดียวกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูปข้างต้น เป็นพระนักคิด นักเขียน และเป็นพระที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมาตั้งแต่แรกเริ่มเดิมที ตั้งแต่สมัยยังไม่มีสื่อสมัยใหม่ โดยจัดเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ต่างๆ หรือมีเว็บไซต์ต่างๆ นำคติธรรม คำสอนไปเผยแพร่ต่อ ถือเป็นพระสงฆ์ที่มีความชัดเจนในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่พระธรรมคำสอน นอกจากเป็นวิทยากรในการเผยแพร่พระพุทธานุศาสตร์ตามหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ออกรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ หรือแม้แต่เขียนหนังสือก็ตาม อย่างไรก็ตาม สำหรับทัศนคติของพระมหาวุฒิชัย ที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก สามารถรับรู้ได้จากคำให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : พระอาจารย์เคยลองใช้เฟซบุ๊กดูไหมครับ เช่น กดเข้าไปดู
- พระมหาวุฒิชัย : ตั้งแต่ใช้มา ไม่ได้คิดถึงการใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว ใช้ในนามทางการเท่านั้น เพราะอาจารย์ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาชีพพอร์ตเรื่องส่วนตัว และโดยส่วนตัวอาตมาภาพก็ไม่มีเวลาพอที่จะไปทำเช่นด้วย ฉะนั้น ที่ใช้เทคโนโลยีอยู่นี้ คือ เครื่องมือศักยภาพเผยแพร่พระธรรมคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเท่านั้น ทุกสิ่งทุกอย่างที่นำเสนอขึ้น ถูกนำเสนออย่างเป็นกลาง ไม่เอนเอียง ไม่ด่าทอใคร ไม่เทศน์ทางไกลเมืองใดๆ ทั้งสิ้น ทุกรูปที่ลง ทุกคำและความที่สื่อสารต้องมีนัยทางพระธรรมวินัยอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์รับรู้ข่าวสารแบบเรียลไทม์จากช่องทางไหนตามกระแสโซเชียลมีเดียหรือไม่
- พระมหาวุฒิชัย : พุดตามตรง พระอาจารย์ไม่ค่อยให้ราคาขยะข้อมูลข่าวสารที่ไหลตามโซเชียลมีเดีย เพราะเต็มไปด้วยความรู้สึก ไม่ใช่ความรู้ จะหาข่าวจริงๆ ต้องอ่านจากข่าวกระแสหลักหลายๆ ฉบับ
- ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์อ่านหนังสือประเภทใดบ้าง
- พระมหาวุฒิชัย : พระอาจารย์อ่านหนังสือพิมพ์ ตั้งแต่เป็นสามเณรจนโตมาทุกวันนี้ วันละ 5 ฉบับ ถ้ารวมภาษาอังกฤษอีก 2 ฉบับ รวมเป็น 7 ฉบับ อ่านมา 20 กว่าปีแล้ว เพราะฉะนั้นอาจารย์ไม่ค่อยให้

ราคากับความคิดเห็นวันละอันพันละน้อยเหล่านี้ในโลกออนไลน์ เวลาในชีวิตเรามันน้อย ควรจะอ่านหนังสือให้เป็นเรื่องเป็นราว เป็นเนื้อเป็นหนัง เรื่องพวกนี้ต้องปล่อยผ่าน ถ้ามันสำคัญจริงๆ เราถึงเลือกที่จะติดตาม ถ้าไม่สำคัญจริงๆ พระอาจารย์ปล่อยหมด อุทิศวันเวลาในการศึกษาเวลาหาความรู้ สารและทำประโยชน์จริงๆ ที่เป็นแก่นเป็นสารมากกว่า ใครพูดอย่างไร ใครเห็นอย่างไร ข้าอะไรปล่อยหมด เอาความรู้ที่เป็นหลักเป็นฐาน สำคัญดีกว่า เพราะช่วงหลังมีเวลาน้อยลง

- ผู้วิจัย : เพจพระอาจารย์ต้องการให้ทางธรรมเข้ามาสู่ทางโลกมากขึ้น ในวิธีง่ายขึ้นโดยการสร้างเพจใหม่ครับ
- พระมหาภูมิจัย : ใช้โซเชียลมีเดียเป็นสะพานเท่านั้นเอง เชื่อมคนเข้าสู่ธรรมและเชื่อมธรรมเข้าสู่คน ประเด็นมีแค่นี้

(พระมหาภูมิจัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

ทุกวันนี้เราอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ และลักษณะอย่างหนึ่งในโลกโลกาภิวัตน์อย่างหนึ่งก็คือว่า ทุกวันนี้ถูกเชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน จนมีคำกล่าวที่ว่า โลกไร้พรมแดน จนมีคำกล่าวหนึ่งว่า โลกเทคโนโลยี ทุกวันนี้ คือ เทคโนโลยีคือ อำนาจ เพราะเทคโนโลยีเชื่อมโลกเป็นหนึ่งเดียว และเทคโนโลยีที่เร็วและแรงสุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า โซเชียลมีเดีย โดยโซเชียลมีเดียที่มีบทบาทมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ แล้วก็มีสมาร์ตโฟนที่มีอยู่ในมือทุกคน ที่ใช้เป็นช่องทางเชื่อมโยง ในยุคสมัยใหม่ เป็นสังคมก้มหน้า ที่เป็นคู่แข่งกับพระนักเทศน์ นักสอน ถ้าพระเทศน์ไม่เก่ง โยมก้มหน้าเลย พระจะมาม้วนังเทศน์แล้วหลับตาไม่ได้ เพราะอะไร ถ้าหลับตาเทศน์ สัมตามาอีกที่ไม่มีใครมองพระเลย ในเมื่อพระไม่สัมตา ก็ไม่มีโยมแคร้พระเหมือนกัน โยมก็ก้มหน้า ดูเฟซบุ๊ก ดูไลน์ ดูสมาร์ตโฟน ไม่มีใครแคร้ใคร พระจะเทศน์นั่งฟัง หรือไม่นั่งฟังก็ได้ เพราะโยมก็สามารถนั่งฟังได้เป็นชั่วโมงๆ เพราะโยมก็มีโลกส่วนตัวของโยม นี่คือ อิทธิพลของโลกโซเชียลมีเดีย ที่ทำให้แต่ละคนหลุดเข้าไปอยู่ในโลกส่วนตัว และสามารถเชื่อมโยงกับคนทั้งโลกได้อย่างไร้กำแพง... นี่คือ ข้อเท็จจริง ฉะนั้น เวลาไปเทศน์ไปสอน ถ้าพระเทศน์ไม่น่าสนใจฟัง โยมก็ไม่ฟังพระหรอก โยมก็จะอยู่กับหน้าจอ อยู่ในโลกเสมือนจริง ซึ่งทุกอย่างนั้นมันทั้งเต็มไปด้วยความตื่นเต้น ร่าเริง มันทั้งสร้างสีสันให้กับชีวิตชีวิต จะทำให้เราพลาดในสิ่งที่อยู่ตรงหน้าเรา และอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นด้านลบจากโซเชียลมีเดีย คือ โซเชียลมีเดียมันมีด้านดี ที่ทุกคนรู้จักกันอยู่แล้วว่า ทำให้โลกทั้งใบมันแคบ ทำให้โลกทั้งใบติดต่อกันได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เพียงแค่คลิก แค่กด แค่สไลด์เท่านั้นเอง เรา

เข้าถึงซึ่งกันและกันได้เพียงพริบตา ฉะนั้น สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊ก ไลน์ ก็ เหมือนกับมีด อยู่ในมือคน จะดีจะเสีย อยู่ที่ว่าใครถือมีดนั้น คนมีศีลมีธรรมถือก็ไม่มี อะไรเสียหาย เป็นไปในทางที่ถูกที่ควร แต่ถ้าคนไม่มีศีลมีธรรม ถ้าถือก็ไปตีแม่แทงคนอื่น ให้บาดเจ็บ ล้มตาย ฉะนั้น เวลาเราใช้สื่อสังคมออนไลน์ต้องใช้อย่างคนที่มีจริยธรรม ถ้า ใช้อย่างคนที่ไม่จริยธรรม มันทำให้เราเสียหาย มันดึงดูเวลาเราไป มันเอาขยะข้อมูล ปฏิภาณชั่วร้ายมาเทใส่สมองของเรา และมันทำให้หลายคนต้องเลิกกันไป สามมีไม่แคร์ ภรรยา ภรรยาไม่แคร์สามี เพราะต่างคนต่างอยู่ในโลกเสมือนจริง ต้องใช้ให้เป็น (พระ มหาวุฒิชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้นำและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอริยะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีความคิดเห็นในลักษณะคล้ายกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างข้างต้น โดยเห็นว่า นอกจากเฟซบุ๊ก เป็นสื่อที่เชื่อมโยงโลกเป็นหนึ่งเดียวแล้ว เฟซบุ๊กยังเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงระหว่างศาสนากับฆราวาส ให้เข้าถึงกันง่ายมากขึ้น ทำให้วงการพระพุทธศาสนาสามารถใช้เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาได้เป็น อย่างดี แต่เฟซบุ๊กเองก็มีจุดด้อยตรงที่ว่า ทำให้ผู้ใช้ตกอยู่ในภวังค์ของโลกเสมือนจริง มากกว่าที่จะ สนใจโลกความเป็นจริง หรือสิ่งที่อยู่ตรงหน้า ทำให้หลายๆ ครั้งพลาดโอกาสสำคัญๆ ในชีวิตไปทำให้ พระมหาวุฒิชัย เห็นว่า เฟซบุ๊กเองก็เปรียบเสมือนกับแหล่งรวบรวมความรู้สึก ที่ผู้ใช้ต่างมาระบาย ความในใจ ด้วยแง่มุม ความคิด ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในแต่ละคน ณ ช่วงเวลานั้นๆ

จุดยืนอีกประการของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ก็คือ แนวความคิดถึงกรอบกติกา ความเหมาะสมกลุ่มนี้ คือ การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป ต่างมี มุมมองที่เห็นพ้องกัน ถึงความเหมาะสมในการใช้เฟซบุ๊ก ว่า ศาสนาจะถูกสังคมมองอย่างไร ก็ขอให้ ขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแต่ละราย เพราะเป้าหมายของการใช้เฟซบุ๊กของพระกลุ่มตัวอย่าง ต้องการ ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือเสริมในการช่วยเผยแพร่พระธรรมคำสอนตามแนวทางพระพุทธศาสนา โดย พระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กต้องคำนึงถึงสมณะของตนเองเป็นลำดับแรก และในอนาคตพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ต่างมีความเห็นในทิศทางเดียวกันว่า พระสงฆ์ฝ่ายปกครองควรมีการหารือแนวทางการใช้เฟซบุ๊กของ พระสงฆ์ รวมถึงสื่อใหม่ที่อาจเกิดขึ้น และมาแทนที่เฟซบุ๊ก

ในทรรศนะความคิดเห็นของพระศักดา สุนทรโว ต่อกรอบกติกาความเหมาะสม การใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ที่มองว่า แม้พระสงฆ์จะสามารถเข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กได้ เหมือนกับเหล่าฆราวาส แต่พระสงฆ์จำเป็นต้องต้องมีวินัยในการเล่นอย่างเหมาะสม ตามสถานะ พระสงฆ์ และเห็นว่า ควรมีคณะสงฆ์ฝ่ายปกครองควรมีการหารือ ถึงแนวทางการใช้เฟซบุ๊กที่เหมาะสมของ

พระสงฆ์ปัจจุบัน และสื่อใหม่ในอนาคต เพื่อให้การใช้งานสื่อใหม่ในหมู่ของพระสงฆ์เหมาะสม ไม่เกินงาม ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของพระศักดา สุนทรโร ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พอจะยกตัวอย่างได้หรือไม่ครับ พระที่เป็นต้นแบบที่ทำให้เราเห็นว่า น่าจะใช้เฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือในการสื่อสารธรรมถึงฆราวาส

พระศักดา สุนทรโร : เอ.....ใคร่น้ำ จำชื่อไม่ได้ แต่ไม่ใช่พระที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นเหมือนพระบ้านๆ จำไม่ได้ นานแล้ว แต่เอาเป็นว่า เห็นวินัยในการโพสต์แล้ว เราน่าจะใช้แนวนี้ แต่นึกอยู่นานกว่าจะใช้ นิ้วจิ้มลงไป ให้ลูกศิษย์ช่วยสอน ช่วยสมัคร แต่นึกอยู่นาน ว่าอะไรจะถึงตัวเราบ้าง เมื่อเราเสนอตัวออกไปสู่โลกออนไลน์ อะไรจะถึงตัวเราบ้าง

ผู้วิจัย : พระอาจารย์มีมุมมองอย่างไร กับการที่พระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กในปัจจุบันในภาพรวม มองอย่างไรกับพระสงฆ์ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

พระศักดา สุนทรโร : พระอาจารย์เชื่อว่าสักวัน คงมีการลงทะเบียนการใช้เฟซบุ๊กในวงการสงฆ์ ต้องมีการลงทะเบียน ขึ้นทะเบียนว่า หากคุณจะใช้เฟซบุ๊กได้ อาจจะต้องไปขึ้นทะเบียนกับเจ้าคณะภาค ต้องมีการกรอกรงนียบใจคอ อะไรต่างๆ คู่วัตรปฏิบัติ คูวินัยในการใช้งาน คือทุกอย่างที่เปิดเสรีอยู่พักนึง แต่สุดท้าย มันก็ต้องเข้าสู่ระบบ มีระบบบริหารจัดการ เพราะระบบนั้น จะทำให้เกิดการแก้ปัญหา

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

เช่นเดียวกับพระไพศาล วิสาโล อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นกรอบกติกา ความเหมาะสมการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า แสดงความคิดเห็นไม่แตกต่างไปจากพระศักดา สุนทรโร เพียงแต่มีมุมมองเพิ่มขึ้นมาว่า พระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กนั้น ต้องใช้เพื่อเตือนสติผู้คน ไม่ใช่ใช้เพื่อการประกาศตัวตนของตนเอง ให้สังคมได้รับรู้ ซึ่งไม่มีความจำเป็นและเป็นกิจของสงฆ์ และที่สำคัญการใช้งานเฟซบุ๊กเป็นเสมือนว่าพระสงฆ์สามารถที่จะรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อให้ศาสนาตามทันสังคมได้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อาจจะต้องสักพักหรือไม่ เพราะมนุษย์เวลาเจออะไรใหม่ๆ ลองผิด ลองถูกสักพักจนเข้าใจมันได้

พระไพศาล วิสาโล : อย่างนั้นก็ได้อะไรจะเป็นอีกทาง ความรู้มารยาท มันกลายเป็นกระแสหลัก มันกลายเป็นบรรยากาที่ครอบคลุม ทุกคนก็เลยพลอยรู้มารยาทไปด้วย อยากรู้เท่าทันสื่อ ตอนนี้เฟซบุ๊กเป็นกระแส

กันทั่วโลก ต่ำกันและทะเลไปหมด ถ้าเป็นกระแสหลักก็จะสร้าง (norm) บรรทัดฐานอีกแบบหนึ่ง คือ คุณมีอิสระเสรีภาพที่จะต่ำ ซึ่งบางที่ต่ำแล้วอาจจะได้ยอดโลโก้เยอะกว่า ในแง่หนึ่งมันอาจจะมีการสร้างมารยาทใหม่ ที่คอยทำให้มันมีระเบียบ อย่างการขับรถ สมัยก่อนไม่มีกติกา เดี่ยวนี้มีระเบียบเรื่องการขับรถมากขึ้น การกวดแตร กวดได้ที่ไหนบ้าง มันมีวิวัฒนาการด้านกฎระเบียบที่ทำให้มันมีความเรียบร้อย เฟซบุ๊ก โซเชียลมีเดียอาจจะเป็นแบบนี้ก็ได้ ตอนนี้กลัวว่า norm ที่มันจะลงลึก คือ เสรีภาพที่จะพูดอะไรก็ได้ ต่ำ หรือไป hate speech

ผู้วิจัย : การที่พระรุ่นใหม่อิสระได้ เพราะเพิ่งเข้ามาอยู่ในร่มกาสาวพัสตร์ ยังยึดติดกับสังคมก่อนเข้ามา หรือระดับเจ้าอาวาสวัด ไม่ทันโลก โซเชียล ทำให้ไม่สามารถควบคุมพระลูกวัดให้เล่นอยู่ในระดับเหมาะสมได้ ทำให้มีอิสระในการเล่น?

พระไพศาล วิสาโล : ก็มี ส่วนอย่างพ่อแม่ที่ไม่รู้จักเกมส์ออนไลน์ แต่ลูกเล่นเกมส์ออนไลน์ พ่อแม่ก็ไม่รู้เลย

ผู้วิจัย : อย่างนี้ก็ยากที่จะควบคุม แล้วแต่ดุลยพินิจของพระแต่ละรูป?

พระไพศาล วิสาโล : จริงๆ คณะสงฆ์ต้องมีการมาคุยเรื่องนี้กันจริงจัง ไม่ได้หมายถึงต้องออกกฎระเบียบ แต่ต้องคุยกันว่าควรจะเป็นอย่างไร แต่คณะสงฆ์ก็ไม่สนใจ

ผู้วิจัย : ถ้ามาคุยกันจริงจะกลายเป็นมาออกกฎระเบียบ เพราะจะมานั่งคุยกัน สุดท้ายอย่างหน่วยงานมาคุยกัน จบที่การออกกฎ เพราะเป็นรูปธรรมมากที่สุด แล้วพอปฏิบัติจริงแล้วทำไม่ได้?

พระไพศาล วิสาโล : คณะสงฆ์ต้องเห็นความจำเป็นที่จะต้องมาคุยกันเรื่องนี้ รวมทั้งต้องมองไประยะข้างหน้า ไม่ใช่ไปมองตามปัญหา

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เห็นความจำเป็นที่ต้องมานั่งคุยกัน

พระไพศาล วิสาโล : ใช่ เพื่อรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย เพื่อจะได้โอเค อาจจะมีการวางไกด์ไลน์ สำหรับพระทั้งรุ่นใหม่และรุ่นเก่า พระรุ่นเก่าอย่างเจ้าอาวาส ก็จะสามารถนำข้อไกด์ไลน์มาบอกแก่พระรุ่นใหม่ ให้ความรู้หรือมีวิจารณญาณในการใช้

- ผู้วิจัย : แต่ถ้าไม่ออกกฎระเบียบสังคมก็วิจารณ์ว่า พระคุยกันอย่างเดียว
สุดท้ายไม่นำไปสู่อะไร แต่หากคุยกัน สุดท้ายอาจจะนำไปสู่การ
ห้ามเล่นเฟซบุ๊ก ซึ่งจะสุดโต่งไปหรือไม่
- พระไพศาล วิสาโล : มันอยู่ที่ว่าด้านหนึ่งเป็นไกดไลน์ ด้านหนึ่งเป็นกฎระเบียบ แต่
เป็นกฎระเบียบที่มันค่อนข้างจะหลวม
- ผู้วิจัย : ให้มันมาพบกันระหว่างไกดไลน์ และกฎระเบียบ?
- พระไพศาล วิสาโล : บางอย่างที่มีมันน่าเกลียดจริงๆ ก็ควรจะห้ามเลย อย่าง hate
speech ก็ไม่ควร
- ผู้วิจัย : เฟซบุ๊กคนทั่วไปเค้าจะระบายผ่านเฟซบุ๊ก แต่เมื่อเป็นพระ?
- พระไพศาล วิสาโล : ต้องระมัดระวัง ต้องใช้ไปในทางที่เตือนสติคน ไม่ได้ใช้เพื่อการ
ประกาศอวดตาดนก็ไม่ควร

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ
เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นกรอบกติกาความเหมาะสมในการ
ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ผู้วิจัยพบว่า ไม่มีความแตกต่างไปจากพระศักดา สุนทรโร และพระ
ไพศาล วิสาโล แต่นอกเหนือจากนี้ ยังแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมจากพระสงฆ์ทั้ง 2 รูปด้วย โดยพระ
มหาวุฒิชัยเห็นว่า พระสงฆ์หรือฆราวาสก็ตาม เวลาใช้งานเฟซบุ๊กก็เสมือนผู้ใช้กำลังถือมีดอยู่ แต่อยู่
ที่ว่าจะใช้มีดไปในทางดีงาม หรือใช้มีดไปในทางตรงกันข้าม ยิ่งเป็นพระสงฆ์ด้วยแล้ว สิ่งสำคัญ คือ
ต้องรู้ว่าใช้เพื่อเจตนารมณ์ใด ต้องควบคุมสติระหว่างการใช้งานให้เหมาะสมมากกว่าฆราวาส เห็นว่า
ควรยึดแนวทางการใช้เฟซบุ๊ก หรือสื่อใหม่อื่นๆ ใน 3 ประการ ประกอบด้วย ฟังวินัยพระพุทธเจ้า
ฟังกฎหมายบ้านเมือง ฟังสังคม และไม่ควรรู้ใช้บนพื้นฐานของกิเลส ซึ่งจะทำให้ไม่มีความแตกต่างไป
จากฆราวาส ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : พระอาจารย์มีความเห็นอย่างไร กรณีพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก
เป็นเรื่องส่วนตัว?
- พระมหาวุฒิชัย : กรอบมีความชัดเจนอยู่แล้ว เรื่องนี้ไม่ต้องอาศัยพระวินัยใช้
common sense ก็ได้ เพราะโดยสามัญสำนึก ควรจะรู้ว่าอะไร
ควร อะไรไม่ควรใช้ sense หาความรู้พัฒนาตัวเอง ใช้เพื่อ
สื่อสารพระธรรมคำสอนอย่างนี้ใช้ได้ แต่ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน
สนุกสนานอย่างที่ชาวบ้านใช้ อย่างนั้นถึงอย่างไรก็ไม่ควร
- ผู้วิจัย : พระจิ้มมือถือเล่นตลอดเวลา?

- พระมหาวุฒิชัย : ก็ไม่ควร ถ้าใช้แสวงหาความรู้ เพื่อทำงาน ใช้เพื่อการศาสนาอันนี้ควร ใช้เพื่อเล่น เพื่อการสนุกสนาน เอามันส์ เพื่อบันเทิง สนองกิเลสก็ไม่ควร พิจารณาเป็นคณๆ ไป
- ผู้วิจัย : พระโพสตร์เรื่องน้ำหอม ความรัก โลก พุทธกรรมคล้ายฆราวาส?
- พระมหาวุฒิชัย : บอกตามตรง เป็นการใช้โซเชี่ยลมีเดียในทางไม่ถูกต้อง พระสงฆ์ควรจะใช้โซเชี่ยลมีเดีย ในฐานะเป็นเครื่องมือขยายศักยภาพในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพื่อสร้างประโยชน์และความสุขแก่ประชาชนและชาวโลกเท่านั้น ใช้เพื่อเรื่องส่วนตัวไม่ควร ใช้โซเชียลมีเดียของตัวเอง ประกาศความน้อยอกน้อยใจของตัวเองต่อคนอื่น ไม่ควร ยังไม่ต้องพูดถึงว่าใช้รีวิวลสิ่งต่างๆ ไม่ควรด้วยประการทั้งปวง
- ผู้วิจัย : ต้องมานั่งคุยถึงกฎคณะสงฆ์กันใหม่?
- พระมหาวุฒิชัย : พระอาจารย์คิดว่าเป็นความรับผิดชอบของสำนักพุทธ (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ) และมหาเถรสมาคม ที่จะต้องเข้ามานั่งจับเข่าคุยกัน เพื่อหากรอบ เพื่อหากติกา ที่เหมาะที่ควร ที่ดีที่งาม ปล่อยให้ไปอย่างนี้เป็นอันตรายมาก พระอาจารย์คิดว่าไม่ควรจะทำเป็นกฎอะไร ควรจะทำลักษณะเป็นจรรยาบรรณมากกว่า เหมือนองค์กรสื่อต่างๆ ก็มีจรรยาบรรณของเขา เป็นกรอบและทิศทางกว้างๆ ว่าอะไรได้ อะไรไม่ได้ อย่างนี้เป็นนักรการเมือง นายกรัฐมนตรีมากราบพระอาจารย์ พระอาจารย์จะเอาของที่ระลึกให้ ถ้ามว่าเกิน 3 พันบาทไหม หากเกินรับไม่ได้ ผิดกฎหมายนักรการเมือง ควรจะมีจรรยาบรรณประมาณนี้เป็นกรอบกว้างๆ ว่าอะไรได้ อะไรไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเราเป็นสมณะ เรื่องพวกนี้เป็นเรื่องสำคัญ สมณะนั้นต้องฟังทั้งพระธรรมวินัย และฟังทั้งบัญญัติทางสังคม หมายความว่า ฟังพระธรรมวินัย ซึ่งจำกัดกรอบการใช้ชีวิตของสมณะ ฟังกฎหมายบ้านเมือง ซึ่งจำกัดกรอบการใช้ชีวิตของฆราวาสทั่วไป พร้อมกันนั้นต้องฟังโลกวิซชะ สิ่งในโลกดิเดียนไม่ควรทำ พระต้องฟัง พระต้องฟังอย่างน้อย 3 เรื่อง คือ ฟังวินัยของพระพุทธเจ้า ฟังกฎหมายบ้านเมือง เช่น นำข้อความอันเป็นเท็จเข้าสู่คอมพิวเตอร์ก็ไม่ควร และฟังสังคม ที่เรียกกันว่า โลก

วัชชะ คือ ถ้าโลกดีเตียนก็ทำไม่ได้ ถ้าเราใช้ 3 เรื่องนี้เป็นพื้นฐานในการใช้โซเชียลมีเดียก็จะเห็นเองว่า เส้นแบ่งอยู่ตรงไหน ความเหมาะสมความควรคืออะไร อะไรได้และอะไรไม่ได้

ผู้วิจัย : พระเล่นเฟซบุ๊กไม่ผิด?

พระมหาภูติชัย : เอ่อ...ผิดไม่ผิดเนี่ย เป็นเรื่องของเจตนาภรณ์ในการใช้ ถ้าเราบอกว่าผิด ชาวบ้านก็ผิดหมดสิ เทคโนโลยีก็เหมือนเงิน ธนบัตรที่อยู่ในมือเรา คุณบอกว่ามีธนบัตรผิด ชาวบ้านก็จับไม่ได้ ตัวเทคโนโลยีก็ดี ตัวเงินทองก็ดี จะให้คุณให้โทษก็ต่อเมื่อเราใช้ด้วยท่าทีอย่างไร ใช้อย่างมีสติปัญญาก็เป็นคุณ ใช้อย่างไม่มีสติปัญญาก็เป็นโทษ พระสงฆ์ก็เหมือนกันจะใช้สื่อเหล่านี้ ดูว่าใช้แบบไหน ใช้แบบเป็นนายของมันก็ควร เป็นทาสของมันก็ไม่ควร ตามหลักพุทธแท้เป็นอย่างนี้ อย่าไปตีขลุมว่าใช้แล้วไม่ควรก็ไม่ควรทั้งโลก โดยตัวเทคโนโลยีเป็นสื่อที่เป็นกลางๆ เราต้องรู้จักใช้

(พระมหาภูติชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

ฉะนั้น สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊ก ไลน์ ก็เหมือนกับมิด ของมีคน จะดีจะเสีย อยู่ที่ว่าใครถือมิดนั้น คนมีศีลมีธรรมถือก็ไม่มีอะไรเสียหาย เป็นไปในทางที่ถูกที่ควร แต่ถ้าคนไม่มีศีลมีธรรม ถ้าถือก็ไปทิ่มแทงคนอื่นให้บาดเจ็บ ล้มตาย ฉะนั้น เวลาเราใช้สื่อสังคมออนไลน์ต้องใช้อย่างคนที่มีจริยธรรม ถ้าใช้อย่างคนที่ไม่จริยธรรม มันทำให้เราเสียหาย มันดึงดูเวลาเราไป มันเอาขยะข้อมูลปฏิกูลข่าวสารมาเทใส่สมองของเรา และมันทำให้หลายคู่ต้องเลิกกันไป สามมีไม่แค่ภรรยา ภรรยาไม่แค่สามี เพราะต่างคนต่างอยู่ในโลกเสมือนจริง ต้องใช้ให้เป็น (พระมหาภูติชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้น่าและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอริยะะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

5.1.3 การเข้าถึงตัวบท

ตารางที่ 5.3

แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวบทของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธรศาสนา

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
ปัจจัยภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> - การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก และเป็นสื่อโซเชียลมีเดียแรกที่ใช้งาน - มองว่าเป็นเครื่องมือใช้ทำงานเผยแพร่ศาสนา - เป็น Early Adopter 	<ul style="list-style-type: none"> - การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก และเป็นสื่อโซเชียลมีเดียแรกที่ใช้งาน - เป็น Early Adopter 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นฐานรู้จักสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอย่างดีอยู่แล้ว - เป็น Early Adopter
ปัจจัยภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - เจตนาใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ศาสนา 	<ul style="list-style-type: none"> - เจตนาใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ศาสนา - เขียนหนังสือ บันทึกเรื่องราวต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - เจตนาใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ศาสนา - หาวิธีการให้ธรรมะเข้าถึงฆราวาสมากที่สุด

การเข้าถึงตัวบทการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธรศาสนา ผู้วิจัยพบว่า มีเพียงไม่กี่ปัจจัยที่สนับสนุนการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยผู้วิจัยได้แบ่งเป็น การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์จากปัจจัยภายนอก และการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์จากปัจจัยภายใน ซึ่งในที่นี้ ขอสรุปปัจจัยภายนอกที่ทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยข้อสรุปจากตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธรศาสนา กล่าวคือ พระศักดา สุนทรโร กับพระไพศาล วิสาโล ต่างมีปัจจัยสนับสนุนเดียวกัน คือ การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก เพื่อเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ซึ่งมีข้อสังเกตว่าพระศักดา จะระบุชัดเจนว่าไม่ได้มีเฟซบุ๊กเพื่อเล่น แต่เฟซบุ๊กมีไว้ เพื่อเข้ามาใช้ทำงานในการช่วยเผยแพร่พระพุทธรศาสนา ซึ่งทั้ง 2 รูป ยังได้ใช้สื่อเฟซบุ๊กเป็นสื่อแรก จากบรรดาสื่อโซเชียลมีเดีย แม้แต่เว็บไซต์ไฮไฟว์ก็ไม่เคยใช้มาก่อน มีแต่เพียงพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่รู้จักสื่อโซเชียลเป็นอย่างดี และมีพื้นฐานใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เผย

แม้พระธรรมคำสอนมานานแล้ว แต่สำหรับเฟซบุ๊กไม่ได้ใช้เอง เป็นเพียงผู้ดูแลความเรียบร้อยของข้อมูล ส่วนเรื่องดูแลเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ ถึงอย่างไรก็ตาม สาเหตุที่พระมหาวุฒิชัย หิบบใช้สื่อโซเชียลมีเดียมาเป็นเครื่องมือช่วยเผยแพร่พระพุทธศาสนานั้น เพราะเห็นว่า เทคโนโลยีคือ อำนาจที่กลั้งเกิดขึ้นในสังคมไทย มีอำนาจต่อระบบความคิดของคนในสังคม เพราะเทคโนโลยีเชื่อมโลกเป็นหนึ่งเดียว สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีที่เร็วและแรงสุด โดยเห็นว่าสื่อโซเชียลมีเดียที่มีบทบาทมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ แล้วมีสมาร์ทโฟนที่มีอยู่ในมือทุกคนเป็นตัวรับข้อมูลเหล่านั้น

พระมหาวุฒิชัย ได้เปรียบเทียบเปรยว่า ในยุคที่สังคมก้มหน้า คนเราย่อมมีสมาธิสั้นมากขึ้น และสติสัมปชัญญะในการพิจารณาข้อมูล เร็วราว ว่าเรื่องนั้นๆ น่าเชื่อถือเพียงใด ใช้ดุลพินิจลดน้อยลง แต่สื่อเหล่านี้กลับมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นกับคนใช้มากขึ้นทุกที แม้แต่อยู่ระหว่างการนั่งฟังเทศน์จากพระสงฆ์ก็ตาม เสมือนสื่อโซเชียลเป็นคู่แข่งกับพระสงฆ์ หากพระสงฆ์เทศน์ไม่ดี คนก็จะเบนความสนใจกลับไปอยู่ที่โซเชียล หากพระสงฆ์มีแต่หลับตาเทศน์ ลืมตามาอีกทีไม่มีใครมองพระสงฆ์เลย ก็เหมือนว่าหากพระสงฆ์ไม่ลืมตาแค่การเปลี่ยนไปของสังคมโลก ฆราวาสที่อยู่สังคมโลกย์ก็จะไม่แคร์พระสงฆ์เช่นกัน ดังนั้น พระสงฆ์ต้องรู้ทันบทบาทของสื่อ (Media Literacy) รู้ทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

5.1.3.1 ปัจจัยภายนอก

(1) การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก และเป็นสื่อโซเชียลมีเดียแรกที่ใช้งาน

ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์เผยแพร่ไปตามงานต่างๆ เหล่านี้ ก่อนหน้าที่พระ อาจารย์จะเข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊กในการเผยแพร่พระธรรมคำสอน พระอาจารย์เคยใช้สื่ออื่น อย่างเคยออกรายการวิทยุ หรือโทรทัศน์ ก่อนที่จะมาเริ่มใช้สื่อเฟซบุ๊ก

พระศักดา สุนทรโร : อย่างรายการวิทยุ ซึ่งก็เป็นคลื่นเอเอ็ม สมัยก่อน เป็นวิทยุชุมชนแล้วจริงๆ เฟซบุ๊ก ก็เคยเห็นเขาใช้กันมานานแล้ว แต่ไม่เคยคิดใช้เลย พระอาจารย์เพิ่งมาเปิดเพจเฟซบุ๊กได้ 2 ปีกว่าๆ เพราะมีความรู้สึกเหมือนกับว่า เมื่อก่อนเรา Anti โลกโซเชียลมีเดีย คิดว่า พระไม่ควรไปยุ่งกับโลกโซเชียลมีเดียจริงๆ นะ นี่คือความจริง พระอาจารย์แอนตัวอย่างมากเลย เห็นพระหิบบโทรศัพท์มาแล้ว กดโทรศัพท์ อืม ไม่ใช่สิ...

ผู้วิจัย : เพราะพระอาจารย์รู้สึกว่ามันคือ โลกของฆราวาสมากกว่า?

พระศักดา สุนทรโร : อืม แต่มันเหมือนกับสิ่งที่เราคิดมันถูก เราคิดไปเอง มันเหมือนว่า ทุกวันนี้ เวลาคนเห็นพระเล่นสื่อเฟซบุ๊ก พระอาจารย์จะไม่ใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้คำว่า เล่น เพราะสิ่งที่เราใช้อยู่มันไม่ใช่

ของเล่น เรากำลังทำงานอยู่ เป็นงานเผยแพร่หลักธรรมแบบตรงๆ เลย โดยนำเอาของสูงมาแปลงค่าให้มันฟังง่ายที่สุด ให้คนเข้าถึงง่ายที่สุด ก็เลยตรงนั้น จากเมื่อก่อนที่เราคิดกับพระองค์อื่น ก็คงจะเหมือนกับที่คนบางคน ณ ปัจจุบันกำลังคิดแบบเรา แล้วสักวันหนึ่ง เขาอาจจะหลุดจากตรงนั้นเข้ามา เข้าใจว่า เออ จริงๆ แล้ว มันไม่ใช่ไหนนะ

ผู้วิจัย : อะไรที่เปลี่ยนความคิดอาจารย์ จากเฟซบุ๊กที่เป็นโลกของฆราวาส กลายเป็นว่า เราสามารถใช้เฟซบุ๊กในการติดต่อสื่อสาร หรือว่าให้ความรู้ในเรื่องธรรมแก่ประชาชน

พระศักดา สุนทรโร : เฟซบุ๊ก ก็ไม่เคยใช้เท่าไร ถ้าย้อนหลังไป 3 ปี ไม่เกี่ยวของเลย แทบไม่รู้จักเลย ว่าเฟซบุ๊กคืออะไร คือ แบบไหน เราก็คิดว่าปีนึงๆ มีงานพันกว่างาน เราก็เต็มที่แล้ว เราก็ไม่มีเวลาทำอย่างอื่นแล้ว แต่จนกระทั่งว่า ลูกศิษย์ที่เรียนมหาวิทยาลัย เขาก็มาบอกว่า พระอาจารย์ ดูพระรูปนี้มีข้อคิดดีๆ เชียว แล้วเขาก็เปิดให้ดู เลื่อนขึ้นให้ดู เลื่อนขึ้นๆ เออ มันมีแต่สาระทุกวันๆ ความคิดเรื่องทีบอกว่า เราใช้เฟซบุ๊ก มันไม่ใช่การเล่น แต่อย่างนี้ คือ การนำเอาหลักธรรมลงไปอยู่ในนั้น แล้วก็นึกขึ้นว่า ถ้าหากพระรูปนั้นมรณภาพไป สิ่งเหล่านั้น ก็เปรียบเสมือนมรดกทางธรรม ที่ฝากไว้ให้กับลูกหลานได้ศึกษา เป็นแนวทางการดำรงชีวิตสืบไป ก็เลยคิดว่า เราน่าจะลองดูบ้าง นี่คือ จุดประกายที่เห็นพระบางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ธรรมะ ใช้แล้วมีวินัยในการโพสต์อย่างเสมอต้นเสมอปลาย แล้วก็ไม่มีคำพูดแบบถ้อยๆ สบกับใครอะไรอย่างนั้น ก็ประมาณนั้น หรือระบายอารมณ์ทางเฟซบุ๊ก... มีแต่เนื้อหาดีๆ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ก่อนหน้าที่พระอาจารย์จะเล่นเฟซบุ๊ก เล่นไฮไฟว์เล่นอะไรมาก่อนไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ไม่ เล่นเฟซบุ๊กเลย

ผู้วิจัย : เริ่มใช้เฟซบุ๊ก ตั้งแต่ปีไหน?

พระไพศาล วิสาโล : อาตมาเหรอ เริ่มใช้ตั้งแต่ปี 2552 รู้สึกว่ามันเป็นช่วงแรกๆเลยนะ ปีที่แรกหรือปีที่ 2 ไม่ทราบแต่ตอนนั้นยังน้อย

ผู้วิจัย : เริ่มใช้เพราะอะไรมีใครรู้จักแนะนำ?

พระไพศาล วิสาโล : โอ๊ย.. (หัวเราะ) กตผิตกตมัวเค้ามาเชิญ แล้วก็ไปกตแล้วมัน ก็มี
 แอคเคาท์ขึ้นมา ก็เลยใช้มันเลย เรียกว่าตกกระไดพลอยโจน
 (พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

(2) พื้นฐานรู้จักสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอย่างดีอยู่แล้ว

ทุกวันนี้เราอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ และลักษณะอย่างหนึ่งในโลกโลกาภิวัตน์อย่างหนึ่งก็คือว่า ทุกวันนี้ถูกเชื่อมโยงเป็ญหนึ่งเดียวกัน จนมีคำกล่าวที่ว่า โลกไร้พรมแดน จนมีคำกล่าวหนึ่งว่า โลกเทคโนโลยี ทุกวันนี้ คือ เทคโนโลยีคือ อำนาจ เพราะเทคโนโลยีเชื่อมโลกเป็นหนึ่งเดียว และเทคโนโลยีที่เร็วและแรงสุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่าโซเชียลมีเดีย โดยโซเชียลมีเดียที่มีบทบาทมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ แล้วก็สมาร์ทโฟนที่มีอยู่ในมือทุกคน ที่ใช้เป็นช่องทางเชื่อมโยง ในยุคสมัยใหม่ เป็นสังคมก้มหน้า ที่เป็นคู่แข่งกับพระนักเทศน์ นักสอน ถ้าพระเทศน์ไม่เก่ง โยมก้มหน้าเลย พระจะมาม้วนนั่งเทศน์แล้วกลับตาไม่ได้ เพราะอะไร ถ้ากลับตาเทศน์ ลืมตามาอีกที่ไม่มีใครมองพระเลย ในเมื่อพระไม่ลืมตา ก็ไม่มีโยมแคว้พระเหมือนกัน โยมก็ก้มหน้า ดูเฟซบุ๊ก ดูไลน์ ดูสมาร์ทโฟน ไม่มีใครแคว้ใคร พระจะเทศน์นั่งฟัง หรือไม่นั่งฟังก็ได้ เพราะโยมก็สามารถนั่งฟังได้เป็นชั่วโมงๆ เพราะโยมก็มีโลกส่วนตัวของโยม นี่คือ อิทธิพลของโลกโซเชียลมีเดีย ที่ทำให้แต่ละคนหลุดเข้าไปอยู่ในโลกส่วนตัว และก็สามารถเชื่อมโยงกับคนทั้งโลกได้อย่างไร้กำแพง (พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, ธรรมะบรรยาย “รู้จักใช้พุทธธรรมให้น่าและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอรริยะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

5.3.1.2 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในที่ผู้วิจัยสนใจนำมาวิเคราะห์ผลการเข้าถึงตัวบท ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นปัจจัยภายในเชิงจิตวิทยา (Psychological) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ซึ่งส่วนใหญ่จะเสนอความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในลักษณะทิศทางที่คล้ายคลึงกัน กล่าวโดยสรุป คือ ทั้งพระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีต่างล้วนมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ถึงความต้องการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเป็นเครื่องมือขยายศักยภาพการเผยแผ่ศาสนามาเป็นลำดับแรกๆ แต่ต้องการหาวิธีการว่าจะทำอย่างไร ที่จะทำให้พระวาสาเข้าถึงธรรมะได้มากที่สุด นั่นคือ เจตนาสำคัญที่พระสงฆ์ทุกรูปควรคำนึงถึงในการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ยกเว้นแต่เพียงพระไพศาล วิสาโล ที่แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมชัดเจนว่า ใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงความรู้ ความคิดเห็นต่างๆ ผ่านการเขียนเรื่องสั้น บทความต่างๆ ที่ชื่นชอบในแวดวงวิชาการส่วนตนลงในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ในช่วงแรกๆ แต่พอปัญหาการเมืองที่เกิดขึ้นในสังคมไทย จนทำให้ความคิดคนไทยแตกแยก ก็ได้ใช้พื้นที่สื่อนี้เขียนแสดงความคิดเห็น ความรู้ มุมมองต่างๆ น้อยลง ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์ ก่อนที่จะมาเป็นเพจ สมัยเป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระ อาจารย์ไปแอดเขาเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊ก หรือว่าเริ่มอย่างไร เพราะเรามีเครือข่ายในสังคมเฟซบุ๊ก อย่างมีคนเข้ามาขอพระอาจารย์เป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ต้องเป็นคนที่รู้จักหรือเปล่า พระอาจารย์ถึงจะรับแอดเป็นเพื่อน หรือรับไปเรื่อยๆ เพราะเราบริสุทธิ์ใจ

พระศักดา สุนทรโร : ใช่ เพราะตอนแรกๆ ที่เป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์มีเพื่อนในเฟซบุ๊ก สี่พันเก้าร้อยกว่าคน ภายในเวลาไม่กี่วัน ไม่รู้ชื่อ ใครขอมา พระอาจารย์รับเป็นเพื่อนหมด กดรับแบบไม่ได้ดูเลย เพราะความรู้สึกแรก คือ คิดว่า จะทำอย่างไรให้คนเข้ามาถึงธรรมะที่เราต้องการสื่อสารให้ได้มากที่สุด

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เฟซบุ๊กนี้เป็นสื่อตัวแรก?

พระไพศาล วิสาโล : คือ แต่ก่อนอาตมาเนีย เล่นเฟซบุ๊กบ่อยมาก จนพิมพ์หนังสือเป็นเล่มได้เคยดูข่าววันละเรื่อง ตั้งแต่ปี 2552-2554 เนีย พิมพ์เป็นเรื่องได้อะ มีเรื่องต่างๆ บนเฟซบุ๊ก คือ อาตมาขยันเขียนนะ แต่ตอนหลังมันไม่ค่อยน่าสนใจ

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

ผู้วิจัย : นอกจากแฟนเพจในเฟซบุ๊ก มีเพจส่วนตัวของตนเองหรือไม่ครับ

พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เฟซบุ๊กที่มีเป็น official ของสถาบันวิมุตตยาลัยในการกำกับของมูลนิธิวิมุตตยาลัย เพื่อการเผยแพร่พุทธศาสนาอย่างเป็นทางการเท่านั้น ไม่มีเรื่องส่วนตัวในนี้เลย

ผู้วิจัย : ไซโซเซียลเป็นตัวยกกลางเผยแพร่ศาสนา?

พระมหาวุฒิชัย : ถูกต้อง เราไซโซเซียลเป็นเครื่องขยายศักยภาพการเผยแพร่ศาสนาเท่านั้น ถ้านอกจากนี้ ไม่ทำ และพระอาจารย์คิดว่าควรเป็นจุดยืนของพระสงฆ์ทุกรูปด้วย

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

สำหรับประเด็นการเข้าถึงตัวบทของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธานุชาสนา ได้ข้อสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยในการเข้าถึงตัวบทเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน โดยปัจจัยภายนอก มี 2 ประการ ประกอบด้วย 1. การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก และเป็นสื่อโซเชียลมีเดียแรกที่ใช้งาน และ 2. มีพื้นฐานรู้จักสื่อโซเชียลมีเดีย

เป็นอย่างดีอยู่แล้ว 3. มองเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการทำงานเพื่อเผยแพร่ศาสนา ส่วนปัจจัยภายในเพื่อเข้าถึงตัวบทเฟซบุ๊กนั้น มีด้วยกัน 3 ประการ คือ 1. เจตนาที่พระสงฆ์เข้าใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ 2. เขียนหนังสือ เรื่องสั้น บทความ บันเทิงเรื่องราวต่างๆ ที่ตนเองสนใจ 3. ทาวิธีการใช้เฟซบุ๊กเพื่อให้ฆราวาสเข้าถึงธรรมะให้ได้มากที่สุด

นอกจากประเด็นเรื่องปัจจัยที่จำเป็นต่อการเข้าถึงตัวบทเว็บไซต์เฟซบุ๊กแล้ว ยังมีปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง พระศกดา สุณฑโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาวิมลชัย วชิรเมธี ต่างเป็นพระที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ เป็นที่เคารพของบรรดาลูกศิษย์ลูกหา เรื่องศักยภาพในการเข้าใช้งานโทรศัพท์สมาร์ตโฟน หรือคอมพิวเตอร์ จึงไม่ใช่อุปสรรคแต่ประการใด พระไพศาล วิสาโล ที่มีความสะดวก เข้าใช้เฟซบุ๊กเมื่อสัญญาณไวไฟมี หรือแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตยังไม่หมด แต่พระกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป ต่างไม่ปฏิเสธว่าสื่อใหญ่นี้ พระสงฆ์จะไม่สามารถเข้าใช้งานได้ แต่จะต้องใช้ให้เหมาะสมกับสถานะบทบาทของตนเอง อย่างไรก็ตาม จุดยืนที่สำคัญไปกว่าการเข้าถึงสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก คือ ทำอย่างไรจึงจะสามารถใช้เครื่องมือนี้ เป็นกองกำลังเสริมในการช่วยเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ ไปยังฆราวาส พุทธศาสนิกชน ที่เลื่อมใสศรัทธาพระพุทธศาสนาได้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้รับสาร ตลอดจนวงการพระพุทธศาสนาเอง

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก จึงได้ข้อสรุปว่า การเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มนี้ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ ปัจจัยแรกถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม เพราะหากไม่มีปัจจัยดังกล่าว จะมีความสามารถเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ยากมากขึ้น แต่สำหรับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างนี้ มีโอกาสเข้าถึงการใช้เฟซบุ๊กได้อย่างแน่นอน พระนอกจากตัวพระสงฆ์เอง ยังมีศิษยานุศิษย์ เจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลืออย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยเรื่องจุดยืนการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก และปัจจัยการเข้าถึงตัวบท ทั้งภายนอกและภายในเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้

5.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้

จากการศึกษาของ David Morley ถึงเรื่อง “การบริโภคสื่อ” หรือ media consumption นั้น Morley ไม่ได้สนใจเพียงแค่การเปิดรับสื่อเท่านั้น แต่ Morley ยังสนใจลึกซึ้งไปกว่านั้น กล่าวคือ ให้ความสนใจศึกษาถึงตัวผู้รับสาร ว่าผู้รับสารได้ให้ความหมายต่อตัวสื่อและสารนั้นๆ ด้วยว่าเป็นอย่างไร

ในการวิเคราะห์ กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือวัด และวิเคราะห์ผลการรับรู้เรื่องราวในแง่มุมต่างๆ จากผู้ใช้สื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

5.2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

5.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

5.2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

5.2.4 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)

5.2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

ตารางที่ 5.4

แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี
ความสามารถในการจดจำเนื้อหา	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับบัญชีเฟซบุ๊กของตนเอง เช่น การตั้งสเตตัส ยอดกดไลค์ สามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุจำนวนยอดกดไลค์มากหรือน้อย เป็นต้น - ความสามารถจดจำเพื่อนบนเฟซบุ๊ก 		

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ถึงความสามารถในการจดจำเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการจดจำเนื้อหาได้ในระดับค่อนข้างดี โดยเฉพาะเกี่ยวกับเนื้อหาการตั้งสเตตัสบนเว็บไซต์ ซึ่งแต่ละรูปมีความสนใจเป็นการเฉพาะ แต่โดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นเกี่ยวกับเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนเพื่อนบนเฟซบุ๊ก หรือเพจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละรูป ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

5.2.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับบัญชี เฟซบุ๊กของตนเอง

ความสามารถจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับบัญชี เฟซบุ๊กของตนเอง เช่น ลักษณะการตั้งสเตตัส ยอดกดไลค์ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุจำนวนยอดกดไลค์มากหรือน้อยขึ้นกับปัจจัยใดบ้าง เป็นต้น

ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์เผยแพร่ไปตามงานต่างๆ เหล่านี้ ก่อนหน้าที่พระ อาจารย์จะเข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊กในการเผยแพร่พระธรรมคำ

สอน พระอาจารย์เคยใช้สื่ออื่น อย่างเคยออกรายการวิทยุ หรือ โทรทัศน์ ก่อนที่จะมาเริ่มใช้สื่อเฟซบุ๊ก

พระศักดา สุนทรโร : อย่างรายการวิทยุ ซึ่งก็เป็นคลื่นเอเอ็ม สมัยก่อน เป็นวิทยุชุมชน แล้วจริงๆ เฟซบุ๊ก ก็เคยเห็นเขาใช้กันมานานแล้ว แต่ไม่เคยคิดใช้เลย พระอาจารย์เพิ่งมาเปิดเพจเฟซบุ๊กได้ 2 ปีกว่าๆ เพราะมีความรู้สึกเหมือนกับว่า เมื่อก่อน เราแอนตี้โลกโซเชี่ยลมีเดีย คิดว่า พระไปยุ่งกับโลกโซเชี่ยลมีเดีย จริงๆ นะ นี่คือ ความจริง พระอาจารย์แอนตี้อย่างมากเลย เห็นพระหิบบโตร์ศัพท์มาแล้ว กดโทรศัพท์ อืม ไม่ใช่สิ...

ผู้วิจัย : พระอาจารย์โพสต์คลิปแต่ละวันเยอะมั๊ยครับ อยู่กับโลกโซเชี่ยล มากน้อยขนาดไหน

พระศักดา สุนทรโร : อ้อไม่ เพราะอาจารย์โพสต์กับเรื่องนี้สัก 20 ส่วนนะ จาก 100 ส่วน ขอตรงนี้สัก 20 ส่วนก็แล้วกัน เพราะแค้นอย่างเดียว ก็แทบไม่ได้ไปทำอย่างอื่นแล้ว ตื่นเช้ามาก็ต้องรีบหามุมถ่ายคลิป ให้แล้วเสร็จ หรือไม่ก็ต้องถ่ายสดๆ เดียวนั้น คือ โพสต์แล้วก็ ออกไปงาน พอกลับเข้ามาบ้ายๆ เย็นๆ ค่อยดู ว่ามีใครคอมเมนต์อะไรบ้าง เป็นอะไรที่จุดประกายให้คลิปต่อไปเกิดขึ้นอีก ได้มั๊ย ประมาณนั้น

ผู้วิจัย : พระอาจารย์ถ่ายภาพเอง ตัดแต่งรูปภาพเอง?

พระศักดา สุนทรโร : ใช่ โดยมีภาพนิ่ง และมีข้อคิดในเรื่องธรรมะก่อน โดยแรกๆ พระอาจารย์ก็ถ่ายภาพตัวเองก่อน คือ ยังไง ถ้าธรรมะเนี่ย ถ้าจะมี สวัสดิ์วันจันทร์ สวัสดิ์วันพุธ มันก็ดูธรรมดา แต่จะทำอย่างไรให้ เขาเข้ามาหาเราให้ได้ แต่สุดท้ายเนี่ย มีบางคนถามว่า ทุกคลิป จะดูว่าพระอาจารย์เป็นพระเอกเลยนะ ก็ดูสิ พระอาจารย์ก็พยายามเปรียบเทียบ โดยถ่ายเฉพาะสิ่งแวดล้อมต่างๆ ลงในคลิป อย่างเสาไฟฟ้ามีความแข็งแรงนะ แต่ลมมาแรง ก็มีโอกาส ล้มได้ ถ้าจะทำลักษณะนี้ ยอดวิว ยอดไลค์ไม่มาก แต่ถ้ามีตัว พระอาจารย์ เข้าไปด้วย เจริญพรโยม.. ยอดวิวจะขึ้นมาชัดเจนทันที ไปเป็นสี่ห้าเท่าตัว มันเหมือนคนก็คิดเราเหมือนกัน ว่านี่ คือ ตัวเรานะ โลโก้เรานะ ประมาณนั้น

ผู้วิจัย : มันน่าสนใจมากกว่า เหมือนมีผู้ดำเนินรายการ

- พระศักดา สุนทรโร : อืม
- ผู้วิจัย : จุดที่พระอาจารย์เปลี่ยนจากการถ่ายภาพนิ่ง มาเป็นถ่ายเป็นวิดีโอ หรือมีพระอาจารย์เองอยู่ในรูป พระอาจารย์เริ่มทำเป็นวิดีโอ ตอนไหน
- พระศักดา สุนทรโร : ประมาณ 4-5 เดือน ที่ลงเป็นภาพนิ่งๆ ไป ตอนที่ถ่ายภาพนิ่งแรกๆ ที่ทำ พระอาจารย์ก็นั่งขัดสมาธิ ถ่ายตัวเอง นั่งนิ่งๆ แล้วก็ถ่ายภาพตัวเอง นั่ง แล้วก็หันหน้า มอง แล้วก็แบมือ แล้วก็ลงโพโต้ชอป ทำตัวเองให้ใหญ่หน่อย แล้วก็เอาตัวเล็กมาตัดต่อวางในมือตัวใหญ่ มองกัน แล้วก็ลงพร้อมข้อความ ... เจริญพระโยมทุกท่าน วันนี้เราไม่ได้เป็นผู้ยิ่งใหญ่นะ เราเป็นผู้เล็กๆ ของที่ทำงาน ในที่ทำงาน มีผอ. (ผู้อำนวยการ) มีหัวหน้าเพียงคนเดียว มีพนักงานเป็นร้อยคน พันคน เราล้วนเป็นคนตัวเล็กทั้งนั้นเลย งั้นก็ขอให้เราเล็กอย่างมีคุณค่า ขอให้เราเล็กอย่างมีความสุขจะดีกว่า ประมาณนี้
- (พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)
- ผู้วิจัย : แล้วเวลาพระอาจารย์โพสต์เฟซบุ๊ก คนคอมเมนต์ จะคอมเมนต์ลักษณะไหน?
- พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่ก็สาธุ สมัยก่อนก็มีมาแซวความเห็นบ้าง แต่ก็น้อย ไม่ได้ถือว่าเยอะอะไร ต่าบ้างก็มี
- ผู้วิจัย : การแชร์แชร์แบบไหน?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็เรื่องธรรมะบ้าง แต่ก็ช่วงปี 2553 ก็มีเรื่องการเมืองบ้าง เรื่องที่มันกำลังเกิดความรุนแรง ตอนหลังก็เรื่องวิทยาศาสตร์ เรื่องข้อมูลความรู้อะไรบ้าง แต่เดี๋ยวนี้แทบไม่แชร์เลย เพราะว่าอย่างที่ว่า ไม่ค่อยได้ใช้
- ผู้วิจัย : แล้วในแซทเฟซบุ๊กมีไหม อะไรที่ไม่เหมาะสม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่มี มีแต่ยอดความอ้วนอะไรต่างๆ
- ผู้วิจัย : อย่างเรื่องยอดไลค์พระอาจารย์เคยสังเกตไหม วันไหนยอดเยอะน้อย เรื่องไหนคนกดไลค์เยอะ?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ สังเกตว่ามีขึ้นมีลงแต่ไม่ได้รู้สึกอะไร
- ผู้วิจัย : จะขึ้นกรณีโพสต์แบบไหน จะลงคือ กรณีไหน?

- พระไพศาล วิสาโล : คือ แผลกนะที่ไล่ค้มากๆ ก็คือ ตอนหนึ่งไปญี่ปุ่น แล้วก็เอาเรื่อง
ของเด็กญี่ปุ่นเขียน คนกดไล่ค้เยอะมาก เลยก็ไม่รู้เป็นเพราะ
อะไร ริเป็นสีสันใหม่
- ผู้วิจัย : แต่ไม่มีเรื่องการเมือง?
- พระไพศาล วิสาโล : อืม แล้วที่มากอีกตอนหนึ่ง ก็คือ เรื่องในหลวง เรื่องวันที่พระองค์
สวรรคต วันรุ่งขึ้นเนี่ย อันนั้นเยอะ
- ผู้วิจัย : แล้วเรื่องที่ยอดไล่ค้้น้อยๆ?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็เรื่องที่วัดทำอะไรมีกระถินผ้าป่า อาตมาก็มีโพสต์มาบ้าง ว่าที่
วัดมีทอดผ้าป่าบ้างอะไรบ้าง กระถิน แต่ว่าเดี๋ยวนี้ก็ซาๆ ไปบ้าง
- ผู้วิจัย : ตอนเราโพสต์อะไรไปมีคนมากดไล่ค้เราแอบดูแอบดีใจไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็มีๆ แต่ตอนนั้นคนยังเล่นเฟซบุ๊กไม่มาก แล้วก็ยังไม่มีการ
เกรียน
- ผู้วิจัย : พวกเพจข้อมูลข่าวสาร บันเทิง การเมือง?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็ดูบ้างแต่ไม่มาก อย่างเฟซบุ๊กของ พิภพ อุดมอิทธิพงศ์
(ชื่อ เฟซบุ๊ก Pipob Udomittipong) ก็เข้าไปดูหน่อย หรือของ
สมศักดิ์ (สมศักดิ์ เจียมธีรสกุล ชื่อเฟซบุ๊ก Somsak Jeam
teerasakul) ก็ดูหน่อย ดูข้อมูลอะไรที่ไม่เคยได้ยิน
(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)
- ผู้วิจัย : หมวดไหนที่จะต้องผ่านตาก่อน เนื้อหาประมาณไหน
- พระมหาวุฒิชัย : 99% จะต้องผ่านหูผ่านตาพระอาจารย์ เว้นไว้แต่ว่าอาจารย์อยู่
เมืองนอก เจ้าหน้าที่เอาไปให้ดูไม่ได้ หรือเว้นไว้แต่ว่าเป็นเรื่องที่
เห็นเนื้องานอยู่แล้ว ว่าเป็นเรื่องที่เป็นบุญ เป็นกุศลธรรมดา เช่น
หลักสูตรสมาธิภาวนา งานธรรมะในสวน อย่างวันนี้ที่เพิ่งจบไป
เป็นต้น
- ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์มีบอกมั้ยครั้งว่าให้ตอบเมนต์ แชท หรือให้
กดไล่ค้บ้าง เวลาที่มีคอมเมนต์เข้ามา
- พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เราไม่ไปอะไรตรงนั้น เพราะมันเป็นเรื่องระดับโลกธรรม
หมายความว่า จะเห็นด้วย หรือเห็นต่าง อันนั้นไม่ใช่ปัญหาของ
การทำงานทางพุทธศาสนาของพระอาจารย์ เพราะในฐานะ
บุคคลสาธารณะ พระอาจารย์ไม่ได้มีปัญหากับความเห็นต่าง ไม่
เคยรู้สึกว่าจะตัวเองจะบริสุทธิ์ผุดผ่องจากการถูกรวิพากษ์วิจารณ์

สำหรับพระอาจารย์เรื่องนี้เป็นเรื่องธรรมดาจริงๆ เพราะไม่ว่าจะเห็นด้วยหรือเห็นต่าง ทั้งหมดถ้าทำอย่างเจตนาดี และมีหลักวิชา มีเหตุผลรองรับมันเอื้อหรือเกื้อกูลต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งปัญญา เพราะฉะนั้น เราจะเห็นว่าในนั้นจะมีคนเข้ามาถามปัญหา อาจจะมีคนเข้ามาคอมเมนต์ยกย่องส่งเสริม อาจจะมีคนเข้ามาได้ว่าที่ตีวาทะ ซึ่งมี ไม่ต้องสงสัยว่าไม่มี มีและมีเยอะด้วย อย่างบทความล่าสุด ที่เขียนเรื่อง อย่าลดทอนความเป็นมนุษย์ของคนที่เคยผิดพลาด มีคนเข้ามาดู 800,000 กว่าคน คอมเมนต์ 10,000 กว่าคน ส่งข้อความมาเยอะแยะ แชร์ไป 10,000 กว่าครั้ง อย่างนี้เป็นต้น แต่เราไม่เคยมานั่งคิดว่าใครเห็นด้วยหรือใครเห็นต่าง สิ่งที่ต้องการคือว่า ต้องการสื่อสารความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพระธรรมวินัย ทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งหมายแค่นั้น

ผู้วิจัย : แล้วคอมเมนต์จะปล่อยไว้อย่างนั้นเลยหรือไม่ คนที่ถามถามเราก็ไม่ตอบ?

พระมหาอุตัมมิชัย : แพนเพจ 6 ล้านกว่าคน ถ้ามกกันที่ 100,000 คน พระอาจารย์ไม่มีเวลาไปตอบ พระอาจารย์ปล่อยผ่านไป เพราะเวลาในชีวิตเราสั้นมาก อย่างเรื่องที่พระอาจารย์ส่งบทความไปหาท่านเจ้าคุณประยุทธ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) เมื่อปีที่แล้วในฐานะลูกศิษย์ลูกหา กรณีที่มีคนบอกว่าทั้งท่านและท่านพุทธทาสเป็นอุปสรรคของประชาธิปไตยไทย เพราะความคิดหลายอย่างของทั้ง 2 องค์ บางมุมมีนักวิชาการตีความว่าไปส่งเสริมเผด็จการ เช่น ท่านพุทธทาสบอกว่า ระบอบไหนก็ไม่สำคัญ ถ้ามีธรรมาธิปไตยอยู่ในนั้น ส่วนท่านเจ้าคุณประยุทธ์บอกว่าธรรมาธิปไตยไม่มา ก็หาประชาธิปไตยไม่เจอ นักวิชาการเสรีนิยมจำ เขามองว่า 2 องค์นี้ไม่ไหว จึงเขียนบทความว่าทั้ง 2 องค์เป็นอุปสรรคของประชาธิปไตย ท่านก็ตอบกลับมาว่า ต้องขออภัยที่ในเวลาที่จะต้องขอผ่านประเด็นเหล่านี้ไป เมื่อหลายปีก่อนท่านจะตอบทุกประเด็นสังเกตไหมว่าเมื่อ 4 ปีก่อน ตอบความเห็นหนังสือหลายสิบเล่ม แต่ปีนี้ท่านบอกว่าขอปล่อยผ่าน เพราะ 1.สังขารไม่ให้ 2. เวลาเหลือน้อย 3.ต้องโฟกัสสิ่งที่สำคัญ ท่านตัดสินใจทำงานใหญ่ไป

เท่าไรต่อเท่าไร เพื่อเลือกที่จะทำสิ่งที่สำคัญ เพราะวันเวลาของท่านตอนนี้ต้องเอาชีวิตลงมาเป็นเดิมพันแล้ว ดังนั้น ถ้ามาถามพระอาจารย์ พระอาจารย์ก็คิดเช่นนั้น เพราะหลายเรื่องราวเป็นประเด็นระดับโลกียะ ชาวบ้านเขาถกเถียงกัน นินทา กัน ไม่ใช่เรื่องใหญ่เรื่องโตที่กระทบถึงเนื้อหาสาระของพระธรรมวินัย เหล่านี้เป็นงานระดับโลกธรรมต้องปล่อยผ่าน อยู่ในสาธารณณะจะต้องถูกมองเห็นในที่แจ้ง ทุกแห่งทุกมุม เมื่อไหร่ก็ตามส่งเรื่องทีี่สื่อสารออกไป มีการเข้าใจผิดหรือถูกนำไปใส่ร้ายป้ายสี และทิ้งไว้จะมีผลกระทบต่อพระธรรมวินัย หรือสถาบันสงฆ์โดยรวม เมื่อเช่นนั้นเราจะลุกขึ้นมาชี้แจง

ผู้วิจัย : ประชุมกันบ่อยหรือไม่

พระมหาวุฒิชัย : อย่างพระอาจารย์คุยกับทีมสื่อจะดูจากหน้างาน ไม่ได้คุยทุกวัน ถือน้อยครั้ง เพราะตั้งแต่ทำมาเราถือว่าเรากลับกรองอย่างดีที่สุด การพูดการเขียนไม่มีหรอกที่จะพูดเรื่องความรู้สึกเป็นตัวนำ ทั้งหมดเป็นเรื่องข้อธรรมข้อธรรม... ประชุมถือน้อยครั้ง เพราะตั้งแต่เราทำมา เราถือว่าเรากลับกรองอย่างดีที่สุด การพูดการเขียนอะไรต่างๆ ในเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ไม่มีหรอกจะพูดด้วยความรู้สึกเป็นตัวนำ ทั้งหมดเป็นเรื่องข้อธรรมข้อธรรม จะพูดถึงประเด็นเรื่องส่วนตัวเราไม่ทำ เราจะเขียนชี้แจงแถลงไขก็ต่อเมื่อเป็นเรื่องส่วนรวมเท่านั้น เช่น ในกรณีที่มีเว็บไซต์ Little Buddha วิจารณ์เราอย่างเสียหาย ซึ่งเลยเถิดไปไม่ใช่การวิจารณ์ นักวิชาการบางท่านบอกว่าเป็นการใส่ร้ายป้ายสี ซึ่งก็เป็นธรรมชาติของเว็บไซต์นี้ที่ทำอย่างนี้กับคณะสงฆ์มานานับ 10 ปี ท่านพระพรหมบัณฑิตก็เพิ่งพูดประเด็นนี้ไปที่ เชียงราย ว่าอย่างนี้มันไม่ใช่การวิจารณ์ การวิจารณ์มันต้องรู้แท้แน่ชัด มีหลักวิชา มีเจตนาที่สุจริต อิงหลักเหตุผล และหวังความเจริญเป็นที่ตั้ง เมื่อไหร่ก็ตามที่เราถูกใส่ร้ายป้ายสีและเห็นว่ากระทบต่อภาพรวมของคณะสงฆ์ สถาบันสงฆ์ หรือสร้างความเข้าใจผิดเป็นขยะข้อมูลต่อประชาชน เป็นการประทุษร้ายต่อปัญญาประชาชน เมื่อนั้นเราจะชี้แจง พระอาจารย์ขอใช้คำว่าใช้เทคโนโลยีขั้นสูงด้วยภูมิปัญญาขั้นต่ำ นั่นเป็นอันตรรายต่อ

สังคม และเมื่อสังคมเข้าสู่ความรุนแรง ไม่ใช่เหตุไม่ใช่ผล อย่างนี้เป็นเรื่องที่ต้องชี้แจง

ผู้วิจัย : พระอาจารย์รู้ไหมครับมีคนมาเม้นท์ มาไลค์ มาแชร์?

พระมหาวุฒิชัย : ก็ดูผ่านๆ อย่างงานนี้ เราไปต่างประเทศ ที่เจนีวา (กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์) ยูเอเอ็น (องค์การสหประชาชาติ) เราเอาลง เรานำเสนอว่าเราไปทำเทศน์ พระอาจารย์ไปประชุมผู้ลี้ภัยโลก ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องงาน น้องแพนเค็กพระอาจารย์เอาไปด้วย เขาอาสาสมัครมาเป็นผู้เยี่ยมค่ายผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ เมืองไทยมีน้องแพนเค็ก กับปู ไปรยา ให้ติดตามไปดูหน้างาน ประชุมกับท่านข้าหลวงใหญ่ฯ อย่างนี้เราลง ก็จะเห็นว่าเป็นงานของพระสงฆ์ไทยรูปหนึ่ง ที่เราก้าวเข้าไปทำงานในระดับนานาชาติ กับชาวโลก เขาไปมีส่วนร่วมในการกำหนดชะตากรรมของโลก ไม่ใช่ไปคอยแต่เป็นผู้รับอย่างเดียว

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

ในแฟนเพจเฟซบุ๊กของอาตมาเอง มีคนติดตามจำนวนมากมากกว่า 6 ล้านคน แต่ทุกวันก็จะมีคนมาฝากร้าน อาตมาก็ไม่เข้าใจ แต่ในฐานะที่อาตมาเป็นพระ จะฝากก็ฝาก เอาที่โยมสบายใจ (หัวเราะ) บางคนก็มาขายเครื่องสำอาง ในขณะที่คนอื่นเขาจะฟังธรรมะ จะติดตามข้อมูลข่าวสารไร่เชิญตะวัน แต่ก็มีคนก็มาฝากขายเรื่อยไป แต่อาตมาก็ไม่ต้องทำอะไร เพราะจะมีประชาคมมาจัดการกันเอง ช่างไม่รู้กาลเทศะ ขอบอกว่า การที่คุณเอาของมาขายที่นี่ แทนที่จะขายดี คุณจะถูกเหยียดหย้า ซ้ำเติม เพราะมีคนแรกพูดอย่างนี้ คนที่สองก็จะรุมสะก้า ต้องถอดร้านหนีออกไป... มีเพจหนึ่ง กูจะไม่ยอมรู้คนเดียว กูจะไม่ยอมเห็นคนเดียวแน่ๆ ราวๆ นี่ อย่างนี้ เราต้องระมัดระวัง อย่าไปผสมโรงกันง่ายๆ เราต้องคิดเสมอว่า ธรรมชาติให้ตา ให้หู ให้ปาก ให้มือ ให้เท้ามา ให้ร่างกายของเรามาอวัยวะทั้งหมด มันต้องใช้กับสมอง คือ สิ่งทีพิเศษและมหัศจรรย์ที่สุด เราต้องใช้ให้เป็น ถ้าเราใช้ไม่เป็น หันที่ที่เราเห็นเราจะเป็นคนด่วนตัดสิน หูหั่นที่ที่เราฟังแล้วเชื่อ เราก็จะกลายเป็นคนหูเบา ปากจะพูดเร็ว เราก็จะกลายเป็นคนปากพร้อย ปากเสีย ปากไม่ดี (พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้นำและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอรียะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

จากข้อความสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เกี่ยวกับความสามารถในการจดจำเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ในส่วนของการตั้งสเตตัส

จำนวนยอดกดไลค์นั้น ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่าง สามารถจดจำได้ว่า การตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊กตัวเอง แต่ครั้ง จะโพสต์ในเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การโพสต์คติธรรมสอนใจ เพื่อปรับประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งการจะตั้งสเตตัสและครั้ง ไม่สามารถที่จะลงมือทำได้ทันที เหมือนกับฆราวาสทั่วไป เนื่องจากต้องนำแนวทางโยนิโสมนสิการ หรือมีสติไตร่ตรองระหว่างใช้งาน เข้ามาว่าหากโพสต์เรื่องใดลงไป จะส่งผลดี ผลเสีย เกิดประโยชน์กับผู้รับสารมากเพียงใด ที่สำคัญไปกว่านั้น ต้องรู้จักการสร้างอัตลักษณ์ผ่านตัวพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูปด้วย เพื่อให้เกิดการจดจำ พร้อมๆ กับหาวิธีที่จะทำอะไรให้เหล่าผู้รับสาร โดยเฉพาะฆราวาสเข้ามาถึงพระธรรมคำสอนที่ต้องการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กออกไปให้ได้มากที่สุด

นอกจากนี้ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ยังสามารถประมาณการได้ว่าการตั้งสเตตัสแต่ละครั้ง จะมียอดกดไลค์มากน้อยเท่าใด และด้วยสมณะเป็นพระสงฆ์ การตั้งสเตตัสควรเป็นไปในลักษณะใด หลักการโพสต์สเตตัสควรเป็นอย่างไร รวมไปถึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสาเหตุที่ยอดกดไลค์บนสเตตัสเฟซบุ๊กที่ได้โพสต์ลงไปนั้น จะมีจำนวนมากหรือได้จำนวนน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยใดประกอบบ้าง เหล่านี้ขึ้นอยู่กับอัตลักษณ์ของพระสงฆ์แต่ละรูป อย่างพระไพศาล วิสาโล ที่ยกตัวอย่างได้ชัดเจนว่า หากเป็นเรื่องใหม่ หรือเป็นเรื่องสำคัญระดับประเทศ จะมีคนกดไลค์เป็นจำนวนมาก โดยพระไพศาลได้ยกตัวอย่างเรื่องที่เขียนถึงเด็กญี่ปุ่น เรื่องที่เขียนถึงในหลวง (พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9) ในวันที่พระองค์สวรรคต วันรุ่งขึ้นกลับพบว่า ยอดกดไลค์สูงมาก แต่หากเป็นเรื่องที่วัดทำกิจกรรมอื่นใดที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา อาทิ ที่วัดจะมีกระถินผ้าป่า อย่างนี้ยอดกดไลค์จะน้อย ทำให้ยอดกดไลค์ตกไป จากจำนวนเฉลี่ยที่ควรได้เหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา นอกจากนี้ พระไพศาลยังเลือกที่จะแสวงหาข้อมูลใหม่ๆ ที่ไม่เคยรู้ เคยได้ยินมาก่อน

หรืออย่างพระศักดา สุนทรโร ที่สามารถจดจำเนื้อหาที่โพสต์บนเฟซบุ๊ก หรือบัญชี เฟซบุ๊กส่วนตัวว่าได้นำเสนอเรื่องอะไรบ้างแล้วนั้น ยังสามารถจดจำระยะเวลาที่เปลี่ยนจากการนำเสนอภาพนิ่งประกอบคำสอนผ่านทางเว็บไซต์เฟซบุ๊ก มาเปลี่ยนเป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ เพื่อให้การนำเสนอมีความน่าสนใจมากกว่า โดยพูดถึงเนื้อหา คติธรรม คำเปรียบเปรยต่างๆ ที่ผู้รับสารสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ถึงแม้ส่วนใหญ่แล้วจะไม่ได้เป็นผู้โพสต์ หรือใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กโดยตรง แต่สามารถจดจำเนื้อหาที่โพสต์ลงในเฟซบุ๊ก เนื่องจากเนื้อหาต่างๆ ลูกศิษย์จะต้องนำมาให้พระมหาวุฒิชัยตรวจก่อน แต่ถึงกระนั้น พระมหาวุฒิชัยยังสามารถรับรู้ถึงเนื้อหาต่างๆ ในสื่อโซเชียลมีเดีย และหากเป็นเรื่องที่กระทบต่อพระพุทธศาสนาโดยรวม พระมหาวุฒิชัย ก็จะเขียนชี้แจง หรือเสนอความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊กของตนเอง เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเข้าใจและสามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้ แต่เพียงว่าจะเข้าใช้ในระดับใด ความถี่เป็นอย่างไรเท่านั้นเอง

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะจดจำเรื่องราวต่างๆ บนเฟซบุ๊กได้ แต่สถานะที่ครองตนเป็นพระสงฆ์อยู่ ต่างเห็นคล้อยในทิศทางเดียวกันว่า หากมีฆราวาสเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น หรือมีปฏิกริยาอย่างไรบนสเตตัสเฟซบุ๊ก ก็ควรเป็นกลาง ปล่อยวางนิ่งเฉยไป เพราะไม่ใช่วิถีแห่งสงฆ์ที่จะเข้าไปแสดงความคิดเห็นอย่างใดอย่างหนึ่ง จนอาจนำไปสู่ความแตกแยกทางความคิด สุดท้ายเกิดจิตที่บาดหมางระหว่างกัน เพราะเป้าหมายการเข้าใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ก็เพื่อสื่อสารพระธรรมวินัยที่ถูกต้องไปยังสาธุชนชาวพุทธ ไม่ใช่เข้าไปใช้เฟซบุ๊ก เพื่อยุ่งในเรื่องโลกธรรม

5.2.1.2 เพื่อนบนเฟซบุ๊ก

อีกประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความสามารถในการจดจำเนื้อหาบนเฟซบุ๊ก คือ ความสามารถในการจดจำเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ตลอดจนเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่างสามารถจดจำจำนวนโดยประมาณการ ตลอดจนแนวโน้มมีส่วนเพื่อนระหว่างฆราวาสกับพระสงฆ์ด้วยตนเอง ได้ค่อนข้างดี ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์ ก่อนที่จะมาเป็นเพจ สมัยเป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ไปแอดเขาเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊ก หรือว่าเริ่มอย่างไร เพราะเรามีเครือข่ายในสังคมเฟซบุ๊ก อย่างมีคนเข้ามาขอพระอาจารย์เป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ต้องเป็นคนที่ยุ่จกหรือเปล่า พระอาจารย์ถึงจะรับแอดเป็นเพื่อน หรือรับไปเรื่อยๆ เพราะเราบริสุทธิ์ใจ
- พระศักดา สุนทรโร : ใช่ เพราะตอนแรกๆ ที่เป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์มีเพื่อนในเฟซบุ๊กสี่พันกว่าคน ภายในเวลาไม่กี่วัน ไม่รู้จะ ใครขอมา พระอาจารย์รับเป็นเพื่อนหมด กดรับแบบไม่ได้ดูเลย เพราะความรู้สึกแรก คือ คิดว่า จะทำอย่างไรให้คนเข้ามาถึงธรรมะที่เราต้องการสื่อสารให้ได้มากที่สุด
- ผู้วิจัย : พอถึง ลิมิตของเพื่อนที่สามารถรับได้ในเฟซบุ๊ก ก็คือ ห้าพันคน พระอาจารย์ก็เลย คิดไปถึงเป็นเพจที่เป็นสาธารณะ
- พระศักดา สุนทรโร : อันนั้น ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดเพจสัก 30% พอ แต่ 70% ในใจ คือ เราต้องการที่จะให้คนมองว่า เราไม่ใช่เป็นคนบริหารจัดการสื่อตัวนี้เป็นของเรา เป็นเหมือนว่า ให้คนรู้สึก ว่า ท่านคงจะมีแอดมินคอยดูแล ตรงนี้ น่าจะ 70% มากกว่า ส่วน 30% ใน เฟซบุ๊กนี้ คือ ถึงใครไม่ได้เป็นเพื่อนกับเรา ก็รับรู้อยู่แล้ว แต่อาจจะคอมเมนต์ แสดงความคิดเห็นไม่ได้ และอีกอย่างก็คือ ด้วยความบริสุทธิ์ใจ

เราไม่ต้องไปใช้นามแฝง ไปใช้ ชื่อองค์กร เอาพระศักดาไปเลย ให้เขาได้รู้ว่า นี่เป็นของเราจริงๆ นะ และก็เปิดเป็นสาธารณะ ไม่ใช่ก็กว่า คุณดูได้อย่างเดียว แต่คอมเมนต์ไม่ได้ นี่ก็เป็นลักษณะเพจ ที่มันจะต้องเปิดกว้างที่สุด แล้วก็แสดงความบริสุทธิ์ที่ว่า เราแสดงความบริสุทธิ์ใจขนาดนี้แล้ว ตรงนี้คือ ฟรี แลนด์ (Free Land) แล้วนะ คุณสามารถที่จะเข้ามาทำอะไรก็ได้ ดังนั้น แสดงว่า เราก็ต้องพร้อมที่จะรับอะไรก็ไม่ว่า จะเข้ามาถึงเรา เช่น... เสียงตำ หมาหม่าเผ่าเหลือง เป็นใคร ทำไม่ ถึงเข้ามาเล่นเฟซบุ๊ก มึงคิดว่า มึงทำถูกแล้วหรือ ...มันมีคอมเมนต์แบบนี้ เข้ามาด้วยนะ

ผู้วิจัย : พระอาจารย์จำได้มั้ยว่า เพจเฟซบุ๊ก มีคนมากดไลค์ กดติดตาม จำนวนเท่าไรแล้ว ตั้งแต่เปลี่ยนเป็นเพจสาธารณะ

พระศักดา สุนทรโร : อันนี้ พระอาจารย์ไม่เคยเข้าไปดู มีได้ด้วยหรือ พระอาจารย์เห็นว่า เราตั้งใจทำแล้ว ความหวังคือ ให้คนที่เข้ามาดู ได้เอาไปคิด ไปปรับใช้ ไม่ใช่เราทำเพื่อหวังจำนวนคนมากดไลค์ มาติดตาม มันคงไม่ใช่

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เรื่องการแอดเฟรนด์เป็นแบบไหนตั้งแต่มีแอคเคานท์เพื่อนในเฟซบุ๊กเป็นอย่างไร?

พระไพศาล วิสาโล : พระน้อย ฆราวาสเยอะ

ผู้วิจัย : แบ่งเป็นสัดส่วนกี่เปอร์เซ็นต์?

พระไพศาล วิสาโล : พระ 10% มั้ง

ผู้วิจัย : แล้วไปแอดคนอื่นเป็นเพื่อนบ้างไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ก็มีนะส่วนใหญ่เป็นคนรู้จัก บางทีเค้าก็ขอให้แอด เพราะเค้าแอดเราไม่ได้ เพราะเต็มเราก็ต้องไปแอดเค้า

ผู้วิจัย : อันนี้คือ คนรู้จักใช่ไหม

พระไพศาล วิสาโล : คนรู้จักบ้าง ไม่รู้จักบ้าง

ผู้วิจัย : อย่างเพจที่ถูกศิษย์พระอาจารย์ทำให้ พระอาจารย์เคยสังเกตมั้ยว่า มีจำนวนมากน้อยเท่าไรแล้ว

พระไพศาล วิสาโล : ไม่ค่อยรู้ แต่เหมือนมีบอกกว่าแสน สองแสนนี่ละมั้ง ไม่แน่ใจเรื่องนี้

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

ผู้วิจัย : เคยสังเกตมั๊ย เรื่องจำนวนคนมากดไลค์เพจว่ามีเยอะเท่าไรแล้ว
ครับ

พระมหาวุฒิชัย : เคย น่าจะ 6 ล้านกว่าแล้วนะ

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ถึงความสามารถจดจำเพื่อน และผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้งพระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ต่างมีความสามารถจดจำจำนวนเพื่อน และผู้ติดตามเพจ เฟซบุ๊กโดยประมาณการใกล้เคียงกับจำนวนจริง อย่างพระศักดา สุนทรโร แม้จะไม่ได้สังเกตว่ามีผู้ติดตามเพจ เฟซบุ๊กมากเท่าใดแล้ว แต่ยังจำได้ดีว่า จำนวนเพื่อนในบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ก่อนจะปรับมาเป็นเพจเฟซบุ๊กสาธารณะนั้น มีจำนวนเต็มโควตาเกือบ 5 พันบัญชีเฟซบุ๊ก หรือพระไพศาล วิสาโล ก็ทราบถึงจำนวนเพื่อนในบัญชีเฟซบุ๊กที่เต็มแล้ว เพราะรับทุกคนเป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กหมด ถึงแม้จะรู้จักหรือไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม พระไพศาลจึงใช้วิธีแก้ไขโดยการไปขอเพื่อนคนอื่นเป็นเพื่อนแทน นอกจากนี้ ยังสามารถจดจำสัดส่วนเพื่อนในบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวได้ ว่ามีเพื่อนที่ครองสถานะพระสงฆ์ประมาณ 10% ส่วนที่เหลือ 90% จะเป็นฆราวาส สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่ระบุตัวเลขประมาณการถึงจำนวนผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กว่ามีประมาณกว่า 6 ล้านคน ซึ่งใกล้เคียงกับตัวเลขจริง อย่างไรก็ตาม พระสงฆ์ทุกรูปต่างแสดงความคิดเห็นว่าบริสุทธิ์ใจในการรับใครเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กก็ได้ เพราะไม่มีอะไรต้องรู้สึกว่าจะต้องปิดบังแต่อย่างใด

5.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

ตารางที่ 5.5

แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
ความเข้าใจฟังก์ชันการใช้งาน	สามารถเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ดี	พอเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้	พอเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะมีเจ้าหน้าที่ดูแล
ความเข้าใจเนื้อหา	เข้าใจเนื้อหา ทันกับสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้นๆ แต่จะใช้หรือไม่ อย่างไร ต้องดูที่เจตนาความเหมาะสมเป็นหลัก เพราะครองตนในสมณเพศ		

จากการที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ถึงความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจเนื้อหาที่ตนเองสนใจ ใน 2 ประการหลักๆ คือ กรณีฟังก์ชันการใช้งาน และ กรณีเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

5.2.2.1 กรณีฟังก์ชันการใช้งาน

สำหรับกรณีฟังก์ชันการใช้งาน ผู้วิจัยพบว่า พระศักดา สุนทรโร หนึ่งในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มีความเข้าใจฟังก์ชันเครื่องมือต่างๆ ในระดับดี ทั้งการปรับเปลี่ยนรูปภาพโปรไฟล์ การเปลี่ยนภาพพื้นหลัง การโพสต์ สเตตัส วิดีโอ การโพสต์รูปภาพต่างๆ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดจะเรียนรู้จากจุดเริ่มต้นที่ใช้งานเฟซบุ๊กใหม่ๆ จากนั้นก็ลองผิดลองถูก ประกอบกับถามเพื่อนที่ใช้งานเฟซบุ๊กเหมือนกัน จนเข้าใจด้วยตนเอง ส่วนพระไพศาล วิสาโล และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี พอเข้าใจฟังก์ชัน เครื่องมือต่างๆ สามารถรู้ถึงความเคลื่อนไหว และใช้งานในชีวิตประจำวันได้ แต่ไม่ได้เชี่ยวชาญจนใช้ได้คล่อง นอกเหนือไปจากนี้ พระมหาวุฒิชัยเอง จะให้น้ำหนักกับลูกศิษย์ในการดูแลเพจเฟซบุ๊กมากกว่า เพราะพระมหาวุฒิชัยไม่สนใจจะใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว เนื่องจากมีภารกิจอื่นต้องทำอีกมากมาย ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แสดงว่า เครื่องมือต่างๆ ฟังก์ชันต่างๆ ที่อยู่บนเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะรูป เพจที่เลือกลง หรือจะเป็น เครื่องมืออื่น พระอาจารย์ศึกษาด้วยตนเอง ระหว่างการเล่นเฟซบุ๊ก เหมือนกับการตัดต่อวิดีโอที่ศึกษาเอง ทำเอง

พระศักดา สุนทรโร : เรียนรู้ด้วยตัวเองเลย

ผู้วิจัย : แรกๆ อาจจะมีคนสอน อย่างลูกศิษย์เข้ามาช่วยสอน

พระศักดา สุนทรโร : นิดนึ่ง ช่วงแรกๆ นิดนึ่ง แต่พระอาจารย์ไม่ถึงขั้นกับไฮเทคโนโลยี มีศัพท์แสงขนาดนั้น อย่างเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ก็ไม่ใช้คำว่าเล่น แต่จะใช้คำว่า กำลังใช้งานเฟซบุ๊กอยู่ หรืออย่างคลิป พระอาจารย์ก็แทบจะไม่ใช้คำว่าคลิป แต่พระอาจารย์จะใช้คำว่า วิดีโอ เพราะคำว่า คลิป มีความรู้สึกกว่า เราแห่เข้าไปอยู่ในโลกโซเชี่ยลมากไป จากความรู้สึกของคนก็จะรู้สึกกว่า อ้อ พระใช้โซเชี่ยล แสดงว่าพระยังรู้คำอื่น หรือมีจิตเข้าไปผูกพันกับเรื่องของทางโลกโซเชี่ยลมาก พระอาจารย์ยังติดคำว่า วิดีโอ ถึงจะไม่ติดคำว่า วิดีโอ แต่ต้องพูดคำว่า วิดีโอ เพราะมีความรู้สึกกว่า มันรักษาศรัทธาของคน ว่าพระไม่ได้แห่เข้าไปลิเกกันไปนะ พระ

ยังอยู่ตรงนี้อยู่ คำอะไรที่เป็นคำสากล ก็จะไม่พยายามพูด
ระหว่างที่บรรยายลงในวิดีโอ แต่จะใช้คำภาษาสามัญที่เข้าใจกัน
โดยทั่วไป

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : อย่างเรื่องตั้งค่าเฟซบุ๊กพระอาจารย์เรียนรู้ด้วยตัวเอง?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่รู้หรือตั้งค่าไม่ค่อยรู้หรือ ไม่ค่อยรู้เรื่องอะไร แต่สิ่งที่
สังเกตก็คือ ไอ้การขึ้นไทม์ไลน์เนี่ย ก็แปลกนะ เรามีสองเครื่อง
เราเปิด เฟซบุ๊กเหมือนกันนะทั้งสองเครื่อง มันขึ้นไม่เหมือนกัน
นะ มันเป็นเพราะอะไร
- ผู้วิจัย : การตั้งชื่อเฟซบุ๊กกับรูปโปรไฟล์รูปโคฟเวอร์ พระอาจารย์มี
หลักการเลือกไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : รูปโปรไฟล์เหรอ อาตมาไม่ค่อยเอารูปตัวเองขึ้นเท่าไร
- ผู้วิจัย : เพราะอะไร?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่ คือ รู้สึกไม่อยากโชว์นะ
- ผู้วิจัย : เชนๆ?
- พระไพศาล วิสาโล : ทำนองนั้นอะ โชว์หน้าตัวเองโรอย่างนี้
- ผู้วิจัย : ก็เลยเลือกจะเป็นรูปอื่น?
- พระไพศาล วิสาโล : รูปปลาทูกระโดด
- ผู้วิจัย : แล้วรูปโคฟเวอร์ด้านหลัง?
- พระไพศาล วิสาโล : มีเหรอ มีด้วยเหรอ ของอาตมาเป็นรูปอะไรยังไม่รู้เลย
- ผู้วิจัย : มันเพิ่งมามีช่วงหลังๆ
- พระไพศาล วิสาโล : ตอนนี้อยู่อะไร รู้แต่ว่าเป็นรูปปลาทูกระโดด
- ผู้วิจัย : คือ เปิดแอคเคาท์ของเราพร้อมกันสองเครื่อง?
- พระไพศาล วิสาโล : อืม
- ผู้วิจัย : อาจจะเป็นที่สัญญาณเน็ต?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่เกี่ยว ก็เปิดพร้อมกันนะ ตอนหลัง งง ทำไม่มันไม่เหมือนกัน

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

- ผู้วิจัย : พระอาจารย์คิดจะเล่นเฟซบุ๊กหรือไม่
- พระมหาวิมลชัย : เรื่องเล่นไม่ได้อยู่ในความคิด งานล้วนๆ แต่มีฝ่ายสื่อที่ดูแล
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์เคยลองใช้เฟซบุ๊กดูไหมครับ เช่น กดเข้าไปดู

- พระมหาวุฒิชัย : ตั้งแต่ใช้มา ไม่ได้คิดถึงการใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว ใช้ในนามทางการเท่านั้น เพราะอาจารย์ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาซัพพอร์ตเรื่องส่วนตัว และโดยส่วนตัวอาตมาภาพก็ไม่มีเวลาพอที่จะไปทำเช่นด้วย ฉะนั้น ที่ใช้เทคโนโลยีอยู่นี้คือ เครื่องมือศกยภาพเผยแพร่พระธรรมคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเท่านั้น ทุกสิ่งทุกอย่างที่นำเสนออยู่นั้น ถูกนำเสนออย่างเป็นกลาง ไม่เฝ้าท์ ไม่ด่าทอใคร ไม่เทศน์ไต่ต้อนทางเมืองใดๆ ทั้งสิ้น ทุกรูปที่ลง ทุกคำและความที่สื่อสารต้องมีนัยทางพระธรรมวินัยอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ผู้วิจัย : ปกติเฟซบุ๊กจะมีคนมาคอมเมนต์ พระอาจารย์ตอบคอมเมนต์หรือไม่
- พระมหาวุฒิชัย : ส่วนมากเจ้าหน้าที่ดูแล
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์อาจไม่มีแอคเคาน์เฟซบุ๊กส่วนตัว วิธีการใช้งานเฟซบุ๊กการอัปโหลดไปรไฟล์ ฯลฯ ?
- พระมหาวุฒิชัย : พระอาจารย์ไม่เคยไปถึงตรงนั้น เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อสารสร้างสรรค์ของสถาบันพระอาจารย์ พระอาจารย์ดูแลคอนเทนต์เท่านั้น นอกนั้นไม่เกี่ยวแล้ว

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ทั้ง 3 รูป มีความสามารถเข้าใจฟังก์ชัน เครื่องมือการใช้งานต่างๆ ในระดับแตกต่างกันออกไป แต่ทุกรูปสามารถเข้าใจ และรับรู้เฟซบุ๊ก คือ สื่อใหม่ที่มีบทบาท และความสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้าง ด้วยการศึกษารียนรู้ด้วยตัวเอง และมีเจ้าหน้าที่หรือลูกศิษย์คอยช่วยเหลือเหมือนกันทุกรูป แต่ที่สำคัญไปกว่านั้น คือ พระทุกรูปยังมีความสามารถในการใช้งาน แยกเทคโนโลยีออกจากเรื่องส่วนตัว อย่างพระไพศาล ที่ใช้รูปปลาโลมากระโดดน้ำ แทนรูปตัวเองบนโปรไฟล์เฟซบุ๊ก

5.2.2.2 กรณีเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ปัจจุบันเฟซบุ๊กมีการเล่นการใช้งานต่างๆ มากมาย จนทำให้เนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กมีหลากหลายรูปแบบ อาทิ ภาษาที่มาเร็วไปเร็ว ภาพเซลฟี่ ภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอ หรือแม้แต่การถ่ายทอดสด (เฟซบุ๊ก ไลฟ์) ฟังก์ชันที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยเฉพาะแอดวางสื่อสารมวลชน เพื่อใช้รายงานสถานการณ์ข่าวแบบเรียลไทม์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละรูป มีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งคำศัพท์มาเร็ว

ไปเร็ว การใช้เฟซบุ๊ก ไลน์ แต่ไม่ได้สนใจกับเรื่องเหล่านี้ โดยในส่วนของคำศัพท์มาเร็วไปเร็ว นั้น เป็นเพียงกระแสนิยมที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาหนึ่ง และไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมแต่อย่างใด ส่วนกรณีเฟซบุ๊กไลค์ ยังไม่ได้สนใจ เนื่องจากมองว่าเป็นเครื่องมือที่ไม่เหมาะสมกับพระสงฆ์ที่จะเข้ามาใช้งาน เพราะนอกจากมีโอกาสที่พระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กจะแสดงความไม่สำรวมตามที่พระสงฆ์ควรปฏิบัติแล้ว ยังเห็นว่าเฟซบุ๊ก ไลน์ ทำให้ผู้ใช้ไม่มีโอกาสถ่วงถ่วงความคิด คำพูดออกก่อนจะสื่อสารออกมา หากเมื่อใดที่เกิดข้อผิดพลาด ไม่เหมาะสม ไม่งาม ก็เป็นเรื่องที่ไม่ควร ยิ่งถือครองสมณเพศแล้วยิ่งไม่งาม ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ในโลกโซเชียล อาจจะมีคำตามกระแสชอบโพสต์ อย่างคำว่า ครีช จุงเบย ที่นิยมในช่วงเวลาหนึ่ง

พระศักดา สุนทรโร : ไม่ๆ จิตมันไม่ไป ก็ดูแลเพจของเรา เวลาเปิดเฟซบุ๊ก ก็จะดูเพจของพระอาจารย์ เวลามีคนเข้ามาคอมเมนต์ ใครตำราเรามาก มีใครใช้คำไม่สุภาพบ้างมั๊ย ดูเสร็จแล้ว จบละ พอละ เราก็คิดหัวข้อต่อไป จะสื่อธรรมะอะไรต่อไป พระอาจารย์แทบจะไม่ได้ไปดูอะไรของใครเลยนะ

ผู้วิจัย : อย่างเฟซบุ๊ก ไลน์ พระอาจารย์อาจจะไม่ต้องติดต่อเลย พระอาจารย์ อาจจะเคยลองใช้หรือยังครับ

พระศักดา สุนทรโร : ยังไม่เคย (ตอบสวนทันที) และก็ยังไม่รู้สึกรู้สึกรู้สึก ยังไม่คิด เพราะรู้สึก ว่า ทุกวันนี้ ที่พระอาจารย์หิบบิโตร์ศัพท์ ถึงแม้พระอาจารย์จะมีโพสต์ทุกวัน แต่ถ้าถามพระในวัดเนี่ย พระก็ถามว่า พระอาจารย์ผมเห็นพระอาจารย์โพสต์ทุกวัน ผมไม่เห็นพระอาจารย์ถือโทรศัพท์เลย จะไปคุยโทรศัพท์ต่อหน้าคน พระอาจารย์ก็แทบจะไม่กล้าคุย พระอาจารย์ทำตอนไหนเนี่ย ... ผมทำในห้องส้วม เวลาจะใช้ ก็เข้าไปในห้องน้ำ คนจะต้องไม่เห็นพระไปนั่งกดโทรศัพท์ พระอาจารย์เห็นพระกดโทรศัพท์แล้ว มีความรู้สึกรับไม่ค่อยได้ว่า มันดูเป็นภาพไม่สวย ให้เขาารู้สึกว่า ตอนเผยแพร่ออกไป แต่อย่าให้เขาเห็นตอนที่เรากำลังทำมัน เพื่อรักษาความรู้สึกในสายตาคนว่า พระที่ยังดูเหมือนมีความศักดิ์สิทธิ์ ยังมีกลิ่นอายของความเป็นพระสงฆ์

ผู้วิจัย : อย่างมีพระหลายรูปปัจจุบันที่ใช้เฟซบุ๊ก ไลน์

พระศักดา สุนทรโร : พระอาจารย์ไม่เคยคิด จะอยู่ในความรู้สึกเลย ประมาณว่า พระอาจารย์ยังยึดหลักว่า อยากพยายามรักษาศรัทธาของคน เราไม่

ถึงกับอยู่กับเพชบุรีตลอดเวลา อะไรประมาณนี้ คือ อย่งไรก็ได้ สด มันก็คือ ยังไงล่ะ คือ จิตมันยังรับไม่ได้ แต่วันหนึ่งมันอาจจะรับได้ก็ได้นะ แต่วันนี้ ประมาณว่า อืม.... ยังไงล่ะ ถ่ายทอดสดเลยหรือ แล้วเราก็นำเสนอสดๆ อย่างนี้เลย

ผู้วิจัย : พระบางรูปอาจจะถ่ายทอดสด กิจวัตรตอนเย็น เช่น ทำวัตรเย็น สอนคติธรรมะต่างๆ หรือกิจกรรมตามความเห็นของพระแต่ละรูป

พระศักดา สุนทรโร : นั้่นนะสิ ถ้าถ่ายทอดสด ทำให้เราอาจจะไม่ค่อยมีเวลาเท่าไร ไม่มีโอกาสที่จะมานั่งระวัง เรานั่งสวดมนต์อยู่ก็จริง แต่ว่าข้างหลังขยับตัว ถ้านั่งไม่เรียบร้อย นั่งโยกตัวนั้นนี้ แม้แต่พระนั่งขยับตัวเล็กน้อย ความรู้สึกผู้รับชมก็เริ่มรับรู้ได้ จริงอยู่ ทุกคนเข้าห้องน้ำ อุจจาระ ก็จะ निकออก แต่บางเรื่องก็ไม่ต้องขยายในที่สาธารณะจะดีกว่ามัย นีก็เหมือนกัน พระเองก็มีเมื่อยขา เมื่อยเท้าบ้าง แต่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องเปิดเผยในที่สาธารณะให้ใครเห็นได้มัย นอกจากนี้ เราไม่สามารถรอกภาพก่อนได้ อีกอย่างนั้นก็คือ มองว่าเป็นการเสพติดโซเซียลมีเดียเกินไปหน่อย ถึงขั้นต้องไลฟ์ ติดตามสังคมถึงขั้นต้องทำขนาดนั้นเลยหรือ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เรื่องคำศัพท์แปลกๆในคอมฯ พระอาจารย์รู้ไหม??

พระไพศาล วิสาโล : เช่นอะไร?

ผู้วิจัย : มั่งมั่ง ครัช อะไรแบบนี้ครับ

พระไพศาล วิสาโล : มั่งมั่งๆ เห็นในสติ๊กเกอร์ มั่งมั่งอะแปลว่าอะไร

ผู้วิจัย : คือ พวกศัพท์มาแล้วผ่านไปครับ

พระไพศาล วิสาโล : มั่งมั่งๆ นี้ผ่านไปแล้วหรือ

ผู้วิจัย : ก็ยังมีอยู่บ้าง แต่ ครัช ยังใช้อยู่ เจอบ่อยไหมครับ

พระไพศาล วิสาโล : เออมีๆ พวกวัยรุ่น

ผู้วิจัย : พระอาจารย์อ่านแล้วงงไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ก็ไม่งง เดาได้

ผู้วิจัย : เราทันกับคำศัพท์ลักษณะนี้ เคยหงุดหงิดไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ธรรมดาเจอมาเยอะแล้ว กับพวกเขียนคำสะกดไม่ถูกเนี่ย

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เคย facebook live หรือไม่ครับ

- พระไพศาล วิสาโล : ไม่เคยใช้ และไม่คิดจะใช้ เพราะไม่รู้จะถ่ายทอดอะไร
- ผู้วิจัย : อย่างพระถ่ายทอดสวมนนต์ทำวัตร?
- พระไพศาล วิสาโล : อาตมาว่าอย่างนั้นก็ได้อีก หากญาติโยม สาธุชน เขาอยากจะฟัง พระเทศน์ก็กดไป พระที่ใช้เขาคงมีการตกลงกันในกลุ่มของเขา
- ผู้วิจัย : มองอย่างไรพระใช้ facebook live
- พระไพศาล วิสาโล : ถ้าที่ใช้เผยแพร่ธรรมก็โอเค ขึ้นอยู่กับเจตนาและรูปแบบท่าที่
- ผู้วิจัย : พระไลฟ์ ไปเที่ยวที่ต่างๆ ชื่อของฝากญาติโยม?
- พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่เขามีวงกาแพ เขาไม่รู้ว่ามีมันไม่พับบลิค
- ผู้วิจัย : มองปรากฏการณ์นี้อย่างไรบ้าง
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่เห็นโทษของมันชัดเจน แต่ต่อไปก็จะเป็นปัญหา ความจริงก็เป็น ปัญหาอยู่แล้ว เพราะไม่รู้อะไรควร อะไรไม่ควร อยู่ในเฟซบุ๊ก เห็นคนเค้าทำอะไรทำบ้าง เพราะเห็นบ่อยจนนึกว่าเป็นเรื่องธรรมดา ทั้งที่เป็นพระบางอย่างก็ไม่ควร แต่พอไปคลุกคลีเรื่องแปลกก็กลายเป็นเรื่องธรรมดา อดใจไม่ได้
- (พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)
- ผู้วิจัย : ศัพท์ มาเร็วไปเร็ว อย่างครีช งูจิ ที่ชอบพิมพ์ในเฟซบุ๊ก พระอาจารย์รู้จักมั๊ยครับ
- พระมหาวุฒิชัย : เราไม่รู้ แต่พระอาจารย์อยากถามว่า เราจำเป็นต้องใส่ใจกับคำศัพท์เหล่านี้มั๊ย
- ผู้วิจัย : ไปเทศน์สักงานมีไลฟ์สด?
- พระมหาวุฒิชัย : ไลฟ์สดไม่ทำ
- ผู้วิจัย : หมายถึง กรณีเทศน์อยู่ก็ตาม
- พระมหาวุฒิชัย : เราไม่ทำ งานทุกอย่างพระอาจารย์เทศน์พันเรื่องก็โพสต์ลงเฟซบุ๊กเรื่องเดียวเท่านั้น เทศน์พันครั้งก็เลือกคั่นกลั่นกรอง พอสิ้นปีๆ หนึ่ง เอามาทำซีดีรวมฮิต ได้แค่ 9 เรื่องเท่านั้น ปีละครั้ง ปีนั้นพระอาจารย์อาจจะเทศน์เป็นพันครั้งก็ได้ เรามองว่าสิ่งที่เราทำมันเชื่อมถึงคณะสงฆ์ เชื่อมถึงภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนา
- ผู้วิจัย : เคยคิดใช้นอกจากเฟซบุ๊กจากข้อความ เป็นไลฟ์แทน?
- พระมหาวุฒิชัย : ไม่ใช่เหตุผลง่ายๆ พุดได้ไม่หมด เวลาที่เราเขียน เรามีเวลานั่งไตร่ นิ่งตรง นิ่งมองผลกระทบ เลือกใช้ถ้อยคำอย่างดี แต่

การไลฟ์ เป็นพฤติกรรมฟาสต์ฟู้ด พระอาจารย์ไม่นิยมเท่าไร เพราะไม่ค่อยได้กลิ่นกรอง ไม่ค่อยได้เลือกคำ หรือบางทีเป็นการวิ่งตามกระแส ถ้ามีคนไม่เห็นด้วย หรือมีคนเห็นต่าง พระอาจารย์จะไม่ตอบทันที จะปล่อยไว้จนอารมณ์ของสังคมลดลง เมื่อพร้อมจะพูดกันด้วยเหตุผล เราถึงจะนั่งลงพูด ถ้าคลุกฝุ่นกัน ควันโขมงกันอย่างนี้ก็ไม่พูด ถ้าไม่ใช่เหตุผลก็จะไม่เข้าไป ต้องการทำให้สังคมอุดมปัญญา สังคมอุดมสติ ไม่ใช่สังคมอุดมดราม่า ประเด็นนิดหน่อยๆ ชี้หมู่ราชี้หมาแห่งนิดๆ หน่อยๆ กลายเป็นเรื่องใหญ่เรื่องโต และสื่อก็จับกระโดดฮุบ ใส่สีตีขาวกัน เป็นเรื่องเป็นราว เราเต็มไปด้วยคนที่ไม่รู้ แต่ชี้ ไม่สันตติกรรม แต่ขอให้ความเห็น เรื่องพระเรื่องเจ้า การเมืองเสรีภาพใช้กัน เลอะเทอะไปหมด อยู่ในฐานะนักสังเกตการณ์สังคมต้องรู้ ต้องมองให้เห็นว่าอะไรที่เริ่มหลุด อะไรที่เริ่มเกิน เราก็ต้องดึงกลับ เข้ามาให้ได้ การจะทำเช่นนั้นได้ ต้องใช้ต้นทุนทางสังคม และ ต้นทุนทางปัญญาที่สูงมาก ต้นทุนทางสังคม หมายความว่า ต้องใช้ความน่าเชื่อถือที่สังคมยอมรับให้เป็นประโยชน์ ต้นทุนทางปัญญา หมายความว่า ต้องใช้ปัญญาที่เป็นกลาง ไม่ไปเข้าข้าง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง หรือเห็นแก่หน้าคนนั้น เห็นแก่หน้าคนนี้ เราก็ต้องทำด้วยเจตนาหวังดีเป็นที่ตั้ง ว่าจริงๆ แล้ว เราหวังไกลและหวังสูง เพื่อบ้านเพื่อเมืองเพื่อประเทศชาติ เพื่อประชาชนจริงๆ ถึงทำ นี่คือ ปณิธานของพระอาจารย์ในการใช้โซเชียลมีเดีย

ผู้วิจัย

: พระไปเที่ยวต่างประเทศแล้ว ทำเฟซบุ๊กไลฟ์?

พระมหาวุฒิชัย

: ดูเจตนาเพื่ออะไร ถ้าเจตนาเพื่อแสดงว่ามันอิทธิพล เทห์ ถ้าอย่างนั้น ก็ไม่ควร ถ้าเจตนาเผยแผ่พระพุทธศาสนา รายงานเนื้อหาสาระของงานที่ทำอยู่ให้กับคนที่สนับสนุน คนได้เอาใจช่วย ได้ส่งเสริม อย่างนี้ธรรมดา พระอาจารย์ไปเทศน์ที่ญี่ปุ่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา แล้วลงภาพลงอะไร นี่ก็เป็นหน้าที่ของพระสงฆ์ ตามปกติ ไม่ใช่เรื่องที่ผิดอะไร เพราะเจตนาที่ชัด ต้องการบอกให้โลกรู้ว่าพระทำอะไร พระไม่ได้อยู่เฉยๆ พระทำงานหนัก พระทำประโยชน์ให้โลก เราก็ทำหน้าที่เป็นปอดทางวิญญาณของ

ชุมชนเมือง คือ กรุงเทพฯ เดือนละครั้งที่เราจะลงมาเทศน์มา
สอนกันที่สวนลุมฯ เราใช้อันนี้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์งาน
ของเรา

- ผู้วิจัย : พระโพสตร์เรื่องน้ำหอม ความรัก โลก พุทธกรรมคล้ายฆราวาส?
- พระมหาวิมลชัย : บอกตามตรง เป็นการใช้โซเชียลมีเดียในทางไม่ถูกต้อง พระสงฆ์
ควรจะใช้โซเชียลมีเดียในฐานะเป็นเครื่องมือขยายศักยภาพใน
การเผยแผ่ศาสนา เพื่อสร้างประโยชน์และความสุขแก่
ประชาชนและชาวโลกเท่านั้น ใช้เพื่อเรื่องส่วนตัว ใช้โชว์ไลฟ์
สไตล์ตัวเอง ประกาศความน้อยอกน้อยใจของตัวเองต่อคนอื่น
ไม่ควร ยังไม่ต้องพูดถึงว่าใช้รีวิวสิ่งต่างๆ ไม่ควรด้วยประการ
ทั้งปวง

(พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

จากคำสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่
พระพุทธศาสนา เกี่ยวกับความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า
กลุ่มตัวอย่างต่างรู้ทัน เข้าใจเนื้อหา คำศัพท์ที่มาเรื่อยๆ ไปเร็วต่างๆ กระแสความนิยมของสังคมกลุ่ม
หนึ่ง ณ ช่วงเวลาได้เป็นอย่างดี เป็นการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) หรือแม้แต่วิธีการ
นำเสนอ ทั้งคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด หรือเฟซบุ๊ก ไลฟ์นั้น เพียงแต่การจะใช้งานเครื่องมือใด เพื่อให้
เนื้อหาของตนเองปรากฏหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กมากขึ้นเพียงใด ในรูปแบบใดนั้น ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์
ในทิศทางเดียวกัน ว่าอยู่ที่ความเหมาะสม อยู่ที่เจตนาการใช้งาน เพราะด้วยตนเองครองสมณเพศอยู่
อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทุกรูป ต่างสรุปตรงกันเรื่อง สำหรับเฟซบุ๊ก ไลฟ์ เป็นเรื่องไม่
เหมาะสม หากจะเข้ามาใช้งาน นอกจากไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สักเท่าใดแล้ว ความสามารถในการ
กลั่นกรองความคิดก่อนสื่อสารออกมายังมีน้อย เป็นเหมือนพฤติกรรมฟาสต์ฟู้ด อาจเผลอหลุดแสดง
กิริยาอาการไม่เหมาะสมออกมา จนมีโอกาที่จะเกิดข้อผิดพลาด แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ไม่งาม
ตามที่วิถิพระสงฆ์ควรจะเป็นย่อมเกิดขึ้นได้ง่ายมากขึ้น ยิ่งถ้าแสดงความเป็นส่วนตัว ยิ่งไม่ใช่น้ำที่ของ
พระสงฆ์ การใช้เฟซบุ๊ก ไลฟ์ในทางส่วนตัว ยิ่งสะท้อนว่าพระสงฆ์ติดโซเชียลมีเดียมากเกินไป ยิ่งถ้าไม่มี
ต้นทุนทางสังคม มีความน่าเชื่อถือมากพอ ไม่มีต้นทุนทางปัญญา ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ส่วนรวม มีความ
เป็นกลาง แต่ใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนยิ่งไม่ควร พระสงฆ์ควรยังคงรักษาไว้ซึ่งศักดิ์ศรี กลั่นอายความ
เป็นพระ ให้ฆราวาสมองพระสงฆ์ยังคงศักดิ์สิทธิ์ น่าเคารพกราบไหว้

5.2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

ตารางที่ 5.6

แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์เปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาอุทัย วชิรเมธี
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแพร่พุทธศาสนา - เครื่องมือทำงาน ใช้แปลงสารที่เข้าใจยากให้เข้าใจง่าย - เป็นเครื่องเก็บมรดกทางศาสนานบนโลกออนไลน์ - ใช้ทำงาน ไม่ได้ใช้เล่น - เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน - มีอิทธิพลให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นช่องทางหนึ่งช่วยเผยแพร่พุทธศาสนา - เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน - เป็นเว็บไซต์ที่สร้างมุมมองคับแคบแก่ผู้ใช้ - เป็นเว็บไซต์ให้อิสระทางความคิด - เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแพร่พุทธศาสนา - เป็นแหล่งขยะข่าวสารที่เต็มไปด้วยความรู้สึก - เป็นสะพานเชื่อมระหว่างพุทธศาสนากับฆราวาส - มีอิทธิพลให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น - เป็นเหมือนดาบสองคม
บริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถรับรู้คุณลักษณะของเฟซบุ๊กว่าเป็นสื่อกลาง แต่สังคม เฟซบุ๊กที่มีความหลากหลาย สามารถเลือกรับสิ่งที่สนใจเท่านั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้มีกรอบความคิดคับแคบ และกำหนดบรรทัดฐานขึ้นมาจากความเห็นพ้องในเรื่องเดียวกัน แม้เรื่องนั้นอาจผิด หรือเป็นความรุนแรงก็ตาม แม้แต่พระสงฆ์ยังยอมจำนนกับวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคมเฟซบุ๊ก ซึ่งมีสิ่งจริงและสิ่งลวงสอดแทรกเต็มไปหมด ขึ้นอยู่กับผู้ใช้แต่ละราย 		

ด้วยเหตุผลของงานวิจัยชิ้นนี้ ไม่ได้แต่เพียงศึกษาความหมายของตัวสารใน เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่สื่อถึงเฉพาะผู้ใช้ ซึ่งในที่นี้หมายถึง กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เท่านั้น แต่งานวิจัยชิ้นนี้ ยังหมายถึง ภาพลักษณ์ของตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊กเอง ด้วย ดังนั้น การตีความหมายจากสารในที่นี้ จึงไม่ได้หมายถึง เพียงแต่สารที่มาจากข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กเท่านั้น แต่ยังหมายถึง ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ตลอดจนเนื้อหาโดยรวมทั้งหมดของเว็บไซต์เฟซบุ๊กว่า สื่อความหมาย หรือสร้างความรู้สึก อย่างไรต่อผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างบ้าง

ในการตีความหมายสาร จากการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ เนื้อหาโดยรวมของเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษาเป็น 2 ประเด็น คือ การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของ เว็บไซต์เฟซบุ๊ก และการตีความหมายจากเนื้อหาที่อยู่ในเว็บไซต์

5.2.3.1 การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

จากคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เกี่ยวกับการตีความหมายจากภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยขอ อธิบายการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กจากกลุ่มตัวอย่าง ผ่านบทสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ดังต่อไปนี้

(1) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระศักดา สุนทรโร

1. เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ผู้วิจัย : หน้าที่หนึ่ง ของพระสงฆ์ คือ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา โขเชียยลมีเดียก็เป็นอีกช่องทางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ด้วยเช่นกัน

พระศักดา สุนทรโร : เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

2. เครื่องมือทำงาน ใช้แปลงสารที่เข้าใจยากให้เข้าใจง่าย

ผู้วิจัย : เพราะพระอาจารย์รู้สึกว่ามัน คือ โลกของฆราวาสมากกว่า?

พระศักดา สุนทรโร : อืม แต่มันเหมือนกับสิ่งที่เราคิดมันถูก เราคิดไปเอง มัน เหมือนว่า ทุกวันนี้ เวลาคนเห็นพระเล่นสื่อเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ จะไม่ใช่เฟซบุ๊ก โดยใช้คำว่า เล่น เพราะสิ่งที่เราใช้อยู่มันไม่ใช่ ของเล่น เรากำลังทำงานอยู่ เป็นงานเผยแผ่หลักธรรมแบบตรงๆ เลย โดยนำเอาของสูงมาแปลงค่าให้มันฟังง่ายที่สุด ให้คนเข้าใจ ง่ายที่สุด ก็เลยตรงนั้น จากเมื่อก่อนที่เราคิดกับพระองค์อื่น ก็คง จะเหมือนกับที่คนบางคน ณ ปัจจุบันกำลังคิดแบบเรา แล้วสัก

วันหนึ่ง เขาอาจจะหลุดจากตรงนั้นเข้ามา เข้าใจว่า เออ จริงๆ แล้ว มันไม่ใช่หนังนะ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

3. เป็นเว็บไซต์มีสาระ สามารถใช้เป็นเครื่องเก็บมรดกทางศาสนาบน

โลกออนไลน์

ผู้วิจัย : อะไรที่เปลี่ยนความคิดอาจารย์ จากเฟซบุ๊กที่เป็นโลกของฆราวาส กลายเป็นว่า เราสามารถใช้เฟซบุ๊กในการติดต่อสื่อสาร หรือว่าให้ความรู้ในเรื่องธรรมแก่ประชาชน

พระศักดา สุนทรโร : เฟซบุ๊ก ก็ไม่เคยใช้เท่าไร ถ้าย้อนหลังไป 3 ปี ไม่เกี่ยวข้องเลย แทบไม่รู้จักเลย ว่าเฟซบุ๊กคืออะไร คือ แบบไหน เราก็คิดว่าป็นิ่งๆ มีงานพันกว่างาน เราก็เต็มที่แล้ว เราก็ไม่มีเวลาทำอย่างอื่นแล้ว แต่จนกระทั่งว่า ลูกศิษย์ที่เรียนมหาวิทยาลัย เขาก็มาบอกว่า พระอาจารย์ ดูพระรูปนี้มีข้อคิดดีๆ เชียว แล้วเขาก็เปิดให้ดู เลื่อนขึ้นให้ดู เลื่อนขึ้นๆ เออ มันมีแต่สาระทุกวันๆ ความคิดเรื่องที่เขาบอกว่า เราใช้เฟซบุ๊ก มันไม่ใช่การเล่น แต่อย่างนี้ คือ การนำเอาหลักธรรมลงไปอยู่ในนั้น แล้วก็นึกขึ้นว่า ถ้าหากพระรูปนั้น มรณภาพไป สิ่งเหล่านั้น ก็เปรียบเสมือนมรดกทางธรรม ที่ฝากไว้ให้กับลูกหลานได้ศึกษา เป็นแนวทางการดำรงชีวิตสืบไป ก็เลยคิดว่า เราน่าจะลองดูบ้าง นี่คือ จุดประกายที่เห็นพระบางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแผ่ธรรมะ ใช้แล้วมีวินัยในการโพสต์อย่างเสมอต้นเสมอปลาย แล้วก็ไม่มีคำพูดแบบถ้อยๆ สบถกับใครอะไรอย่างนั้น ก็ประมาณนั้น หรือระบายอารมณ์ทางเฟซบุ๊ก... มีแต่เนื้อหาดีๆ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

4. ใช้ทำงาน ไม่ได้ใช้เล่น

ผู้วิจัย : เพราะพระอาจารย์รู้สึกว่ามันคือ โลกของฆราวาสมากกว่า?

พระศักดา สุนทรโร : อืม แต่มันเหมือนกับสิ่งที่เราคิดมันถูก เราคิดไปเอง มันเหมือนว่า ทุกวันนี้ เวลาคนเห็นพระเล่นสื่อเฟซบุ๊ก พระอาจารย์จะไม่ใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้คำว่า เล่น เพราะสิ่งที่เราใช้อยู่ มันไม่ใช่ของเล่น เรากำลังทำงานอยู่ เป็นงานเผยแผ่หลักธรรมแบบจริงๆ เลย โดยนำเอาของสูงมาแปลงค่าให้มันฟังง่ายที่สุด

ให้คนเข้าถึงง่ายที่สุด ก็เลยตรงนั้น จากเมื่อก่อนที่เราคิดกับพระองค์อื่น ก็คงจะเหมือนกับที่คนบางคน ณ ปัจจุบันกำลังคิดแบบเรา แล้วสักวันหนึ่ง เขาอาจจะหลุดจากตรงนั้นเข้ามาเข้าใจว่า เออ จริงๆ แล้ว มันไม่ใช่ีหนะ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

5. เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน

- ผู้วิจัย : จริงๆ มีเพจอย่างเดียวได้หรือไม่ ไม่ต้องมีบัญชีเฟซบุ๊ก
- พระศักดา สุนทรโร : ไม่ได้ครับ เพราะจะต้องมีคนดูแลเพจ โดยเข้าจากบัญชีของพระอาจารย์ ก็คือ เพจเนี่ย มันเหมือนมีคนดูแล มีบ้านหลังหนึ่ง ครั้งแรกพระอาจารย์ใช้เฟซบุ๊ก โปสต์ลงไปๆ จนกระทั่งมาคิดว่า เฟซบุ๊ก มันบ่งบอกถึงความเป็นตัวเรามากไปหน่อย เพราะมันแคบ แล้วก็ยังมีเพื่อน แล้วก็มื่ออะไรอยู่ประมาณตรงนี้ คือ ถ้าคนเห็นว่า พระใช้เฟซบุ๊กปั๊บ เขาจะรู้ทันทีเลยว่า ท่านต้องดูแลอยู่คนเดียวเท่านั้น เราก็ไปศึกษาว่า เพจคืออะไร อ้อ เพจคือสาธารณะกว้างกว่า ถ้าคนบอกว่า นี่เพจของพระศักดา จะคิดหลบมุมจากตัวเราได้นิดนึงว่า มีคนคอยดูแล มีแอดมินดูแลให้ท่าน ท่านเป็นคนเสนอความคิด และแอดมินเป็นคนบริหารจัดการ มันก็จะได้หลบจากตัวเรานิดนึง ก็เลยคิดวิธีนั้น คือจริงๆ สิ่งเหล่านี้ เป็นของฆราวาสใช้มัย มันไม่น่าจะใช้หนะ มันคือของสาธารณะ เพราะสมัยพุทธกาล พระสงฆ์ก็อยู่กับพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้าก็อยู่กับพระเจ้าพิมพิสาร กับพระราชา กับอำมาตย์ต่างๆ เหล่านี้ พระพุทธเจ้าก็ก้าวขาไปสู่แควดวงของคนที่ยาวบ้านที่กำลังจะทะเลาะกัน พระพุทธเจ้าบอกว่า โยม อย่าด่ากันเลย ด่ากันก็มีแต่เกิดความทุกข์ใจด้วยกันทั้งคุณั้นแหละ นี่ก็คือพระพุทธเจ้าโสดตัวเองเข้าไปอยู่ในที่โลกของฆราวาสละ เอาตัวเองเข้าไปเกี่ยว ก็คือ ที่โยมถามว่า พระสงฆ์เข้าไปอยู่ในเฟซบุ๊ก โลกของฆราวาสมากไปมัย มองว่า บริบทมันเปลี่ยนไปจากตัวตนในสมัยพุทธกาล มาจนถึงตอนนี้ เราเอาตัวเข้าไปเกี่ยวใช่ แต่พระพุทธเจ้าเอาตัวเข้าไปเกี่ยวท่ามกลางประชาชนกำลังทะเลาะกัน พระพุทธเจ้าไม่ได้ไปถกจีวร ไม่ได้ไปทำท่าซิงซังอะไรอย่างนี้ คือ 1. เข้าไปด้วยใจที่ซื่อบริสุทธิ์ 2. เข้าไปด้วย

กิริยาที่เหมาะสมบริสุทธ์ 3. เข้าไปด้วยกิจวัตรที่เสมอต้นเสมอปลาย พระพุทธเจ้าจะเข้าสังคมแบบนี้ก็ครั้งก็ตามที ที่ไหนก็แล้วแต่ ก็ยังรักษาปฏิบัติได้นิ่งๆ และถ้าพระกัวขาเข้าไปในเฟซบุ๊ก ในโลกออนไลน์ ก็เข้าไปในลักษณะเช่นเดียวกัน คือ

1. เนื้อหาที่นำเข้าไปในเฟซบุ๊ก
2. กิริยาในการที่จะถ่ายวิดีโอภาพนิ่ง ที่จะโพสต์ข้อความต้องดูให้เหมาะสม
3. แม้จะมาสืบภายในเบื้องหลังว่า ต่อหน้ากล้องดีแบบนั้น แต่เบื้องหลังกล้องนิสัยใจคอ กิจวัตรเป็นอย่างไร ก็ยังกล้าพร้อมที่จะให้พิสูจน์ มีอิทธิพลให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงขึ้น

ผู้วิจัย : และก็ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ จากในอดีต พระได้เข้ามาอยู่สื่อต่างๆ จากธรรมมาศ ไมโครโฟน วิทยู หรือรายการธรรมทุกเช้า วันเสาร์ อาทิตย์ตามช่อง 3 ช่อง 7 อย่างเฟซบุ๊ก ก็เป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่พระสงฆ์มีโอกาสเข้ามา

พระศักดา สุนทรโร : อืม ใช่ แล้วอีกอย่างหนึ่งก็คือ พระอาจารย์ไม่เคยใช้คำว่า โยม เขาเสพติดโซเซียล อย่างรายการสกุ๊ปข่าวช่อง 7 ที่รายงานข่าว พระศักดาบอกว่า โยมสมัยนี้เสพติดโซเซียล ก็เลยเอาธรรมะลงเข้าไปในโซเซียลที่เขานิยมกัน ซึ่งคำว่าเสพติด มันเป็นคำหยาบคายมากในปากพระอาจารย์ที่จะพูดออกไปนะ คนยุคนี้เมื่อเห็นว่ามีความจำเป็นต้องใช้สื่อโซเซียลมีเดียกัน ก็เลยเอาธรรมะนำเสนอกลงไปในโซเซียลมีเดีย เพื่อให้โยมเขาได้เห็นธรรมะกันตรงนั้น เพราะเมื่อพระสงฆ์ยืนอยู่ตรงหน้า เขาไม่แหงนหน้ามองพระ แต่เขาก็มอมองแต่ในจอ แล้วพระสงฆ์จะยืนอยู่ตรงนั้นได้อย่างไร พระก็ต้องมายืนอยู่ในจอให้เขาเห็นสิ โดยเจตนาว่า โยมแหงนมองพระหน่อยสิ เพื่อเขาจะได้แหงนมอง

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

(2) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระไพศาล วิสาโล

1. เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ผู้วิจัย : มองว่าเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่เกิดจากการพัฒนาการของสื่อ แต่ก่อนพระอาจจะขึ้นธรรมาสน์ แล้วมาสู่อายการวิทยู รายการธรรม ทีวี จนสุดท้ายมาผ่านเฟซบุ๊ก หรือแล้วแต่คนใช้ เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่

พระไพศาล วิสาโล : อาตมาไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ได้นานแค่ไหน ฉะนั้นยังพูดไม่ได้ว่า มันจะกลายเป็นวิธีการมาตรฐานที่ใช้กัน อย่างวิทยุ โทรทัศน์ แต่ว่าถ้าพูดรวม โซเชียลมีเดียเป็นสื่ออีกแนวหนึ่งในการเผยแพร่ธรรมะ แต่ยังไม่บอกไม่ได้ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก เพราะไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ไปอีกนานแค่ไหน 10 ปี จากนี้ไปเป็นเวลาที่ยาวนานสำหรับวงการอินเทอร์เน็ต 10 ปีข้างหน้า อาจจะไม่มีเฟซบุ๊กแล้วก็ได้ อาจจะมียี่สิบกว่าเฟซบุ๊ก ใครจะไปรู้

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

2. เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน

ผู้วิจัย : ที่ไม่ค่อยได้ใช้เฟซบุ๊กนานเท่าไรแล้ว?

พระไพศาล วิสาโล : 2-3ปีแล้ว คือ พอการเมืองมันประเภทว่าไม่ค่อยได้ฟังกันแล้ว ก็โพสต์ ไปคนก็ไม่ค่อยฟังกันแล้ว มีแต่คนเอามาใช้เพื่อสนับสนุนความเห็นตัวเอง โพสต์ธรรมะก็มีโพสต์นิดหน่อย

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

3. เป็นเว็บไซต์ที่สร้างมุมมองคับแคบแก่ผู้ใช้

ผู้วิจัย : คนทั่วโลกใช้ hate speech (วาทะที่สร้างความเกลียดชัง) กันเยอะ สะท้อนว่ามนุษย์เรามีสัญชาตญาณบางอย่างที่แสดงความรุนแรงออกมา hate speech จึงมีปัญหามากในอินเทอร์เน็ต รังแกกัน ถูกล่าแม่มด

พระไพศาล วิสาโล : วัฒนธรรมของอินเทอร์เน็ตวางอยู่บนพื้นฐาน free speech แล้วถูกใช้ไปในทางที่สนองความคิดและอุดมการณ์ที่คับแคบ ซึ่งความคิดและอุดมการณ์ที่คับแคบก็เกิดจากอินเทอร์เน็ต เพราะอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ทำให้คนรับรู้แต่ข่าวสารด้านเดียว สมัยก่อน หนังสือพิมพ์แบบ main Stream ต้องมีแนวคิดที่หลากหลาย ไทยรัฐ ต้องมีหลายหลาย ฝ่ายซ้าย ขวา หน้าหลัง ในหนังสือพิมพ์มีหลายคอลัมน์ที่ไปคนละทาง แต่มันเปิดโอกาสให้คนได้อ่านความเห็นที่หลากหลาย อย่างคุณสีแดงก็เสพสีแดง คุณเหลืองก็ผู้จัดการ เพราะสีมันทำได้ง่าย สามารถเจาะกลุ่มคนได้ ทั้งนี้ เฟซบุ๊กมันมีฟิวเตอร์มันจะกรองให้เห็นแต่สิ่งที่เราชอบ auto propaganda ซึ่งเป็นการฝังหัวคุณไปเรื่อยๆ ทำให้คุณเชื่อว่าสิ่งนี้ถูก เช่น คนอเมริกัน เชื่อว่าโอบามา เป็นมุสลิม

มาจากเคนย่า เพราะเชื่อฝังหัว พอมาเจอความคิดเห็นที่ต่างก็ด่ากัน

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

4. เป็นเว็บไซต์ที่ให้ความอิสระทางความคิดแก่ผู้ใช้

ผู้วิจัย : คนทั่วโลกใช้ hate speech (วาทะที่สร้างความเกลียดชัง) กันเยอะ สะท้อนว่ามนุษย์เรามีสัญชาตญาณบางอย่างที่แสดงความรู้สึกรุนแรงออกมา hate speech จึงมีปัญหามากในอินเทอร์เน็ต รังแกกัน ถูกล่าแม่มด

พระไพศาล วิสาโล : มันมีช่องว่างทางด้านภูมิศาสตร์ ไม่เห็นหน้ากัน คนไม่เห็นหน้ากันฆ่ากันได้ง่าย เช่น เอาโทรนไปทิ้งระเบิด แต่ถ้ายิงกันต่อหน้าบางที่ใช้การยิงขึ้นฟ้า ทหารเวลาเผชิญหน้าในสงครามโลก ใช้ยิงขึ้นฟ้า เพราะไม่กล้า แต่พอมันไม่เห็นหน้าทิ้งระเบิดกันได้ง่าย สองความเป็นนิรนาม (anonymous) คนเราเมื่อไม่แสดงตัวจะทำอะไรก็ได้ สาม วัฒนธรรมของอินเทอร์เน็ตวางอยู่บนพื้นฐาน free speech

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

5. เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ผู้วิจัย : อยากให้พระอาจารย์ช่วยมองถึงเรื่องพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก ความถูกต้องเหมาะสม ทิศทางไปแบบไหน?

พระไพศาล วิสาโล : อาตมาว่า พระสงฆ์เนี่ยส่วนใหญ่ก็ไม่ต่างจากคนทั่วไป คือว่าไม่ค่อยได้เห็นโทษของมันเท่าไรหรอก คือ จะมองเห็นแต่ข้อดีแต่ประโยชน์ของมัน เพราะฉะนั้นเนี่ย การใช้วิจารณญาณในการใช้อาจจะไม่มากเท่าไร เป็นลักษณะเหมือนการที่บางทีเข้าไปร่วมวงกาแฟ ไซมะ ซึ่งก็มีฆราวาสมีอะไรต่างๆ แต่ว่ามันเป็นวงกาแฟที่มันเปิดเผยอะนะ

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

(3) การรับรู้ภาพลักษณ์ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

1. เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่พุทธศาสนา

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เคยลองใช้เฟซบุ๊กดูไหมครับ เช่น กดเข้าไปดู

พระมหาวุฒิชัย : ตั้งแต่เข้ามา ไม่ได้คิดถึงการใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว ใช้ในนามทางการเท่านั้น เพราะอาจารย์ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาซัพพอร์ตเรื่อง

ส่วนตัว และโดยส่วนตัวอาตมาภาพก็ไม่มีเวลาพอที่จะไปทำเช่น
ด้วย ฉะนั้น ที่ใช้เทคโนโลยีอยู่นี้ คือ เครื่องมือศักยภาพเผยแผ่
พระธรรมคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเท่านั้น ทุกสิ่งทุก
อย่างที่น่าเสนอนั้น ถูกนำเสนออย่างเป็นกลาง ไม่เฝ้าท์ ไม่ด่าทอ
ใคร ไม่เทศน์ไต่ต้อนทางเมืองใดๆ ทั้งสิ้น ทุกรูปที่ลง ทุกคำและ
ความที่สื่อสารต้องมีนัยทางพระธรรมวินัยอย่างใดอย่างหนึ่ง

(พระมหาวชิรเมธี วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

2. เป็นแหล่งขยะข่าวสารที่เต็มด้วยความรู้สึก

ผู้วิจัย : พระอาจารย์รับรู้ว่าข่าวสารแบบเรียลไทม์จากช่องทางไหน ตาม
กระแสโลกโซเซียลหรือไม่

พระมหาวชิรเมธี : พุดตามตรง พระอาจารย์ไม่ค่อยให้ราคาขยะข้อมูลข่าวสารที่
ไหลตามโซเซียลทีเดียว เพราะเต็มไปด้วยความรู้สึก ไม่ใช่ความรู้
จะหาข่าวจริงๆ ต้องอ่านจากข่าวกระแสหลักหลายๆ ฉบับ

(พระมหาวชิรเมธี วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

3. เป็นสะพานเชื่อมระหว่างพุทธศาสนากับฆราวาส

ผู้วิจัย : เพจพระอาจารย์ต้องการให้ทางธรรมเข้ามาสู่ทางโลกย์มากขึ้น
ในวิธีง่ายขึ้นโดยการสร้างเพจใหม่ย้ยครับ

พระมหาวชิรเมธี : ใช้โซเซียลมีเดียเป็นสะพานเท่านั้นเอง เชื่อมคนเข้าสู่ธรรมและ
เชื่อมธรรมเข้าสู่คน ประเด็นมีแค่นี้

(พระมหาวชิรเมธี วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

4. มีอิทธิพลให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น

ทุกวันนี้เราอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ และลักษณะอย่างหนึ่งในโลกโลกาภิวัตน์อย่างหนึ่งก็คือ
คือว่า ทุกวันนี้ถูกเชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกัน จนมีคำกล่าวที่ว่า โลกไร้พรมแดน จนมีคำ
กล่าวหนึ่งว่า โลกเทคโนโลยี ทุกวันนี้ คือ เทคโนโลยีคือ อำนาจ เพราะเทคโนโลยีเชื่อม
โลกเป็นหนึ่งเดียว และเทคโนโลยีที่เร็วและแรงสุด คือ สื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า
โซเซียลมีเดีย โดยโซเซียลมีเดียที่มีบทบาทมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ แล้วก็
สมาร์ตโฟนที่มีอยู่ในมือทุกคน ที่ใช้เป็นช่องทางเชื่อมโยง ในยุคสมัยใหม่ เป็นสังคมก้ม
หน้า ที่เป็นคู่แข่งกับพระนักเทศน์ นักสอน ถ้าพระเทศน์ไม่เก่ง โยมก้มหน้าเลย พระจะ
มาม้วนังเทศน์แล้วหลับตาไม่ได้ เพราะอะไร ถ้าหลับตาเทศน์ ลืมตามาอีกที่ไม่มีใครมอง
พระเลย ในเมื่อพระไม่ลืมตา ก็ไม่มีโยมแคว้พระเหมือนกัน โยมก้มหน้า ดูเฟซบุ๊ก
ดูไลน์ ดูสมาร์ตโฟน ไม่มีใครแคว้ใคร พระจะเทศน์นั่งฟัง หรือไม่นั่งฟังก็ได้ โยมก็

สามารถนั่งฟังได้เป็นชั่วโมงๆ เพราะโยมก็มีโลกส่วนตัวของโยม นี่คือ อิทธิพลของโลก โซเชียลมีเดีย ที่ทำให้แต่ละคนหลุดเข้าไปอยู่ในโลกส่วนตัว และก็สามารถเชื่อมโยงกับคนทั้งโลกได้อย่างไร้กำแพง นี่คือ ข้อเท็จจริง ฉะนั้น เวลาไปเทศน์ไปสอน ถ้าพระเทศน์ไม่น่าสนใจฟัง โยมก็ไม่ฟังพระหรอก โยมก็จะอยู่กับหน้าจอ อยู่ในโลกเสมือนจริง ซึ่งทุกอย่างนั้นมันทั้งเต็มไปด้วยความตื่นเต้น ร้าวจใจ มันทั้งสร้างสีสันให้กับชีวิตชีวา แต่ก็จะทำให้เราพลาดในสิ่งที่อยู่ตรงหน้าเรา และอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นด้านลบจากโซเชียลมีเดีย คือ โซเชียลมีเดียมันมีด้านดี ที่ทุกคนรู้กันอยู่แล้วว่า ทำให้โลกทั้งใบมันแคบ ทำให้โลกทั้งใบติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เพียงแค่คลิก แคกด แคสไลด์เท่านั้นเอง เราเข้าถึงซึ่งกันและกันได้เพียงพริบตา (พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้น่าและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอรุณิยะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

5. เป็นเหมือนดาบสองคม

ฉะนั้น สื่อสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊ก ไลน์ ก็เหมือนกับมีด อยู่ในมือคน จะดีจะเสีย อยู่ที่ว่าใครถือมีดนั้น คนมีศีลมีธรรมถือก็ไม่มีอะไรเสียหาย เป็นไปในทางที่ถูกที่ควร แต่ถ้าคนไม่มีศีลมีธรรม ถ้าถือก็ไปทิ่มแทงคนอื่นให้บาดเจ็บ ล้มตาย ฉะนั้น เวลาเราใช้สื่อสังคมออนไลน์ต้องใช้อย่างคนที่มีจริยธรรม ถ้าใช้อย่างคนที่ไม่จริยธรรม มันทำให้เราเสียหาย มันดึงดูเวลาเราไป มันเอาขยะข้อมูลปฏิภูลข่าวสารมาเทใส่สมองของเรา และมันทำให้หลายคู่ต้องเลิกกันไป สามมีไม่แคร์ภรรยา ภรรยาไม่แคร์สามี เพราะต่างคนต่างอยู่ในโลกเสมือนจริง ต้องใช้ให้เป็น (พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้น่าและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอรุณิยะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ถึงประเด็นการตีความหมายจากภาพลักษณ์เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กทั้งที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันออกไป

สำหรับในส่วนแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่คล้ายคลึงกันทั้ง 3 รูป นั้น คือ ประเด็นที่มองว่าสื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนา ขณะเดียวกันพระศักดา สุนทรโร และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ยังมองตรงกันว่าเฟซบุ๊ก มีอิทธิพลทำให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น ทำให้ศาสนาต้องปรับตัวเข้าหาพุทธศาสนิกชน ผ่านการสื่อสารบนหน้าจอโทรศัพท์สมาร์ตโฟน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า พระศักดา สุนทรโร กับพระไพศาล วิสาโล ยังมองเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน ที่สะท้อนความคิด

มุมมองของตัวเอง ผ่านบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่ให้อิสระกับผู้ใช้ในการแสดงความคิดเห็น

สำหรับประเด็นย่อยที่เป็นความเห็นส่วนตัวแตกต่างกันออกไปของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์แต่ละรูป นั้น ประกอบไปด้วย เฟซบุ๊กเป็นเสมือนเครื่องมือทำงาน ใช้แปลงสารยากให้เข้าใจง่าย เป็นเว็บไซต์มีสาระ สามารถใช้เป็นเครื่องเก็บมรดกทางศาสนาบนโลกออนไลน์ เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นแหล่งขยาะข่าวสารที่เต็มด้วยความรู้สึกต่างๆ ที่ผู้ใช้แต่ละรายต่างมีโดยพื้นฐาน และไม่ต้องเก็บไว้คนเดียว ต้องการแสดงออกให้เพื่อนร่วมเฟซบุ๊กได้รับรู้ที่กำลังคิด กำลังทำอะไรอยู่ ถึงแม้เรื่องนั้นไม่ควรจะแสดงออกมาในสังคมสาธารณะบนเฟซบุ๊กที่หลายต่อหลายรายไม่ได้รู้จักแบบสนิทใจ หรือไว้ใจกันได้ก็ตามที ทั้งนี้ ยังเห็นเฟซบุ๊กเป็นสะพานเชื่อมระหว่างพุทธศาสนากับฆราวาส ขณะเดียวกันยังมองว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น เพราะเมื่อผู้ใช้เข้าไปอยู่ในโลกเสมือนจริงที่ตนเองมีอำนาจเหนือกว่า เมื่อเทียบกับการใช้ในชีวิตจริง เช่น มีสิทธิ์ที่จะแสดงความคิดเห็นอะไรบนสื่อโซเชียลมีเดียก็ย่อมได้ จะเลือกที่จะตอบเฟซบุ๊กใครหรือไม่ตอบของใคร กดไลค์ใครหรือไม่กดไลค์ใคร ย่อมสามารถทำได้ จึงหลุดเข้าไปอยู่ในโลกนั้นมากขึ้น และสุดท้าย มองเฟซบุ๊กเสมือนกับดาบสองคม ที่ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าจะใช้ในทางใด เป้าหมายเพื่อสื่อไปยังกลุ่มผู้รับสารใด แล้วผลลัพธ์เหล่านั้นย่อมมีทั้งเรื่องดี เรื่องไม่ดีกลับคืนมาสู่ผู้ใช้

5.2.3.2 การตีความหมายจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

การตีความหมายจากสารของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ที่สะท้อนจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก มีลักษณะคำตอบในทิศทางเดียวกัน คือ เป็นสังคมที่มีความหลากหลาย และผู้ใช้จะเลือกที่จะรับเฉพาะในส่วนที่ตนเองสนใจ เกิดเป็นมุมมองที่แคบเกิดขึ้นในสังคมเฟซบุ๊ก และเป็นสังคมแห่งความรู้สึก และอาจถึงขั้นเป็นสังคมที่รุนแรง เพราะด้วยการกระทำหรือแนวคิดบางอย่าง แม้จะรู้ว่าเป็นสิ่งไม่ดีงาม แต่เมื่อถูกปฏิบัติซ้ำๆ การกระทำหรือความคิดนั้น จะกลายเป็นเรื่องธรรมดาของสังคมเฟซบุ๊กทันที เกิดเป็นสิ่งจริงในสิ่งจริง และบางทีก็เกิดเป็นสิ่งที่ลวงในสิ่งจริงปะปนกันไปหมด แต่ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ข้อมูลด้านใด (Media Use) แล้วจะเสนอเรื่องใดไป ดังมุมมองในบทสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แสดงว่าท่านก็คิดถึงด้านบวก ด้านลบ ก่อนเข้ามาใช้เฟซบุ๊ก
- พระศักดา สุนทรโร : คิดแน่นอน ก่อนใช้ ก็ให้รายละเอียดกับเรื่องพวกนี้ ค่อนข้างมาก
- ผู้วิจัย : รู้สึกกระเทือนจิตใจบ้างหรือไม่ เวลามีคนเข้ามาต่อว่า
- พระศักดา สุนทรโร : ก็รู้สึกบั่นทอนจิตใจในบางที แต่ก็เหมือนกับที่พระอาจารย์ไปอบรมให้นักเรียนที่โรงเรียน เมื่ออบรมเสร็จแล้ว โรงเรียนก็ให้

นักเรียนตอบแบบสอบถาม ประเมินผล หลังพระอาจารย์สอนเสร็จ พระอาจารย์ก็ไม่เคยให้ทำแบบสอบถามอะไร เพราะเราคิดว่า เมื่อเราตั้งใจเราคิดให้เขาไปแล้ว ก็ถือว่า จบแล้ว ไม่ต้องไปคิดว่า ใครจะว่าอะไร เพราะถ้าหากว่าในจำนวน 200 คน แล้วมีคนเขียนมาว่า อาหารวัดนี้ไม่ได้เรื่อง ถ้ามีมาสัก 1 ใบ ใจเรานี้หายเลยนะ ก็เลยไม่คิดว่า จะมีแบบตอบรับกลับมา แต่สุดท้ายเฟซบุ๊กเนี่ย เราหนีไม่พ้นที่จะมีแบบตอบรับกลับมา ในรูปแบบช่องคอมเมนต์ทางเฟซบุ๊ก บอกตรงๆ ถ้ามีเข้ามา เราไม่ใช่พระอรหันต์ มันก็มีความรู้สึก อ๋อ มาอย่างไร บอกตรงๆ ว่าใจมีความรู้สึกห่อเหี่ยวเหมือนกัน แต่โดยการที่เราฝึกกรรมฐานมาพอสมควร ก็ทำให้เรารู้แล้วว่าละว่า เป็นเรื่องธรรมดา แต่จะเอาตัวนี้เป็นตัวคานไว้ว่าจะไปเครียดทำไมกับคน 2 คน เมื่อมีคนชื่นชมมากกว่า 500 คอมเมนต์ แต่มีคนเข้ามาด่า 1-2 คน ก็ถือว่าเรากำไรตั้ง 498 คอมเมนต์ และที่คิดว่ามันใช่ที่สุด เพราะเราอาศัยตัวนี้เป็นตัวฝึกกรรมฐาน เพราะหากเรานิ่งเฉยๆ จะไปสู้รบกับใคร เราแทบไม่รู้เลยว่าจิตพัฒนาไปมากแค่ไหน พระที่อยู่ในป่า กับพระที่นั่งสมาธิอยู่ในเมือง พระที่อยู่ในป่านิ่งได้ กับพระที่อยู่ในเมืองใหญ่นิ่งได้ พระอาจารย์ว่าพระในเมืองสุดยอด เพราะสิ่งเร้า สิ่งกระทบมันมากกว่า ในป่ามันแทบไม่มีสิ่งเร้า แต่ถ้าพระอยู่กับโน้ตบุ๊ก เด็กวัยรุ่นขี่มอเตอร์ไซด์ผ่านมา แล้วตะโกน เป็นไงหลวงพี่ นิ่งดูหนังไปอยู่หรือ แล้วเด็กก็ขี่เลยไป โดยไม่ได้คิด ถึงว่า เราจะทำอะไรอยู่ก็ตาม แต่เขาคิดไปทันทีแล้ว เพราะเขาคิดว่า เขาชอบแบบไหน คนอื่นก็คงไม่แตกต่างจากเขา เราก็เลยกลายเป็นว่า จริงอยู่กับคำที่บอกว่า เราจะคิดอย่างไรก็เรื่องของเขา เราเป็นคนดีก็แล้วกัน แต่จริงๆ มันก็ต้องมีรูปแบบว่า อย่าให้เขาคิดได้หรือไม่ ไม่พยายามทำอะไรที่มันจะเสียงจนทำให้เราคิดได้หรือไม่ พระเดินท่ามกลางตลาด ผ่านร้านชุดชั้นในผู้หญิง ใครจะคิดอย่างไรก็แล้วแต่ เราก็เดินของเราไป แต่ถ้าเปลี่ยนวิธีคิด งั้นเราไม่ไปเดินดีกว่ามั๊ย ซึ่งพระพุทธเจ้าก็วางหลักไว้แล้ว พระห้ามไปเดินที่เขาขายสุรา เนื้อสัตว์ เสื้อผ้าสตรี เพราะพระพุทธเจ้าป้องกันไว้แล้วว่า ต่อให้คุณคิดบริสุทธิ์

ใจขนาดไหน แต่ภาพที่มันออกมามันไม่ใช่ เพราะคนเขาคิดไปได้
 ใจเราก็ต้องป้องกัน ไม่ให้คนเขาคิด

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จากคำให้สัมภาษณ์ข้างต้นของพระศักดา สุนทรโร หนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยพบว่า สังคมเฟซบุ๊กเป็นสังคมที่หลากหลาย มีความคิดแตกต่างกันไป มีทั้งบวกและลบ นานาจิตตัง หลายคนเขาเป็นคนชอบคิดอย่างไร จะคิดว่าคนอื่น ๆ จะเป็นเหมือนกับบุคคลนั้นๆ เพียงแต่ตัวผู้ใช้ย่อคล้อยตามไปกับความคิดของสังคมที่มีความคิดหลากหลาย จากผู้คนที่หลากหลาย แต่ผู้ใช้ต้องมีสติในการคิด ในการไตร่ตรองเรื่องราวต่างๆ ที่เข้ามา ยิ่งเป็นพระสงฆ์ด้วยแล้ว หากเรื่องเข้ามาเป็นเรื่องที่ทำให้ขุนข้องหมองใจ ก็ควรต้องปล่อยวางไป

ไม่แตกต่างจากความคิดเห็นของพระไพศาล วิสาโล อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อเรื่องบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระไพศาลมองต่อประเด็นเรื่องนี้ว่า เนื้อหาและสังคมบน เฟซบุ๊กมีความหลากหลาย บางเรื่องเป็นเรื่องไม่งาม แต่เมื่อถูกกระทำซ้ำๆ จากผู้คนในสังคมเฟซบุ๊ก เรื่องไม่งามนั้น ก็กลับกลายเป็นเรื่องธรรมดาไป เรื่องผิดกลับกลายเป็นเรื่องที่ชอบธรรมในสังคม โดยที่ผู้ใช้ไม่รู้ตัว หรือสติวิจรรย์ญาณที่ใช้ตัดสินหลุดไปชั่วขณะ เพราะเพียงต้องการตอบสนองในสิ่งที่ตนชื่นชอบหรือเห็นด้วย จึงต้องการพวกพ้องเพื่อสนับสนุน มูลเหตุเหล่านี้จึงทำให้โลกทัศน์ของผู้ใช้เฟซบุ๊กแควบลง ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : มองปรากฏการณ์อย่างไรบ้าง

พระไพศาล วิสาโล : ไม่เห็นโทษของมันชัดเจน แต่ต่อไปก็จะเป็นปัญหา ความจริงก็เป็น ปัญหาอยู่แล้ว เพราะไม่รู้อะไรควรอะไรไม่ควร อยู่ในเฟซบุ๊ก เห็นคนเค้าทำอะไรก็ทำบ้าง เพราะเห็นบ่อยจนนึกว่าเป็นเรื่องธรรมดา ทั้งที่เป็นพระบางอย่างก็ไม่ควร แต่พอไปคลุกคลีเรื่องแปลก ก็กลายเป็นเรื่องธรรมดา อดใจไม่ได้

ผู้วิจัย : อาจจะต้องสักพักหรือไม่ เพราะมนุษย์เวลาเจออะไรใหม่ๆ ลองผิดลองถูกสักพักจนเข้าใจมันได้

พระไพศาล วิสาโล : อย่างนั้นก็ได้อีกหนึ่งทาง ความรู้มารยาท มันกลายเป็นกระแสหลัก มันกลายเป็นบรรยาภาสที่ครอบคลุม ทุกคนก็เลยพลอยรู้มารยาทไปด้วย อยากรด่าก็ด่า ตอนนีเฟซบุ๊กเป็นกระแสกันทั่วโลก ด่ากันและทะเลาะไปหมด ถ้าเป็นกระแสหลักก็จะสร้าง (norm) บรรทัดฐานอีกแบบหนึ่ง คือ คุณมีอิสระเสรีภาพที่จะด่าแล้วอาจจะได้ยอดไลค์เยอะกว่า ในแง่หนึ่งมันอาจจะมีการสร้างมารยาทใหม่ ที่คอยทำให้มันมีระเบียบ อย่างการขั้บรรล

สมัยก่อนไม่มีกติกา เดี่ยวนี้มีระเบียบเรื่องการขั้บรณมากขึ้น การกตแดร กตได้ที่ไหนบ้าง มันมีวิวัฒนาการด้านกฎระเบียบที่ทำให้มันมีความเรียบร้อย เฟซบุ๊ก โซเชียลมีเดียอาจจะเป็นแบบนี้ก็ได้ ตอนนี้อีกกลัวว่า norm ที่มันจะลงลึก คือ เสรีภาพที่จะพูดอะไรก็ได้ ด่า หรือไป hate speech

ผู้วิจัย : คนที่ใช้เฟซบุ๊ก ภูมิคุ้มกันความเห็นต่างน้อยลงจนนำมาสู่ความรุนแรง

พระไพศาล วิสาโล : เพราะว่าข้อมูลมันเยอะมากจนไม่สามารถรับฟังข้อมูลที่หลากหลายได้ เฉพาะข้อมูลพวกเดียวกันก็มากพอแล้ว ความท่วมท้นของข้อมูลทำให้เกิด selection เกิดการกรอง และการกรองจะนำไปสู่ความคิดเห็นที่คับแคบ ส่วน Algorithm (กระบวนการแก้ปัญหาที่สามารถอธิบายออกมาเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน) เป็นอย่างไร อาตมาก็ไม่รู้เหมือนกัน ทำให้คนแคบลง โซเชียลมีเดียทางความคิดทำให้คนมีความคิดที่กว้างขวาง แต่ทางปฏิบัติทำให้คนแคบ เพราะฉะนั้นคนจะทนความคิดเห็นที่แตกต่างไม่ได้ ก็ต้องด่า ทั้งนี้ด้วยพื้นฐาน free speech อยู่แล้ว ก็ใส่กันเข้าไป

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ พระไพศาล วิสาโล หนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อเรื่องบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระไพศาลมองต่อประเด็นเรื่องนี้ว่า เนื้อหาและสังคมบนเฟซบุ๊กมีความหลากหลาย บางเรื่องเป็นเรื่องไม่งามและคนในสังคมต่างรู้จักกัน แต่เมื่อการกระทำ ระบบความคิดนั้นๆ ถูกกระทำซ้ำๆ จากผู้คนในสังคมเฟซบุ๊ก เรื่องไม่งามเหล่านั้น ก็กลับกลายเป็นเรื่องธรรมดาไป แม้แต่พระสงฆ์ที่ถือครองสมณเพศ ก็เข้าไปใช้โดยไม่ไตร่ตรองว่าเรื่องนั้นเป็นเรื่องที่ไม่ควร เพียงเพราะเห็นว่าคนทั่วไปเขาทำกัน จึงมองว่าไม่ใช่เรื่องแปลก กลายเป็นว่าผู้ใช้บอกพร่องทางการใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจ ทำให้โลกทัศน์แคบลงไป และทำให้เกิดเป็นการด่าทอหรือคัดแย้งทางความคิดกันขึ้นมากมาย ขณะเดียวกันสิ่งที่เห็นพร้อมๆ กับเสียงส่วนใหญ่ นั่น ต้องเป็นสิ่งที่ผู้ใช้ช้ันเห็นพร้อม หรือชื่นชอบเรื่องนั้นๆ เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว เท่ากับว่าเป็นปัจจัยทำให้คนในสังคมเฟซบุ๊กมีความคิดคับแคบมากขึ้น แต่ทั้งหมดนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับตัวบุคคลนั้นๆ ด้วย

สำหรับพระมหาภูติชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กกับผู้วิจัย ไม่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูปดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระมหาภูติชัย : ประชุมถือนาน้อยครั้ง เพราะตั้งแต่เราทำมา เราถือว่าเราถลั่นกรอง อย่างดีที่สุด การพูดการเขียนอะไรต่างๆ ในเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ไม่มีหรือจะพูดด้วยความรู้สึกเป็นตัวนำ ทั้งหมดเป็นเรื่องข้ออรรถข้อธรรม จะพูดถึงประเด็นเรื่องส่วนตัวเราไม่ทำ เราจะเขียนชี้แจงแถลงไขก็ต่อเมื่อเป็นเรื่องส่วนรวมเท่านั้น เช่น ในกรณีที่มีเว็บไซต์ Little Buddha วิจารณ์เราอย่างเสียหาย ซึ่งเลยเถิดไปไม่ใช่การวิจารณ์ นักวิชาการบางท่านบอกว่านี่คือ การใส่ร้ายป้ายสี ซึ่งก็เป็นธรรมชาติของเว็บไซต์นี้ที่ทำอย่างนี้กับคณะสงฆ์มานับ 10 ปี ท่านพระพรหมบัณฑิตก็เพิ่งพูดประเด็นนี้ไปที่เชียงราย ว่าอย่างนี้มันไม่ใช่การวิจารณ์ การวิจารณ์มันต้องรู้แท้แน่ชัด มีหลักวิชา มีเจตนาที่สุจริต อิงหลักเหตุผล และหวังความเจริญเป็นที่ตั้ง เมื่อไหร่ก็ตามที่เราถูกใส่ร้ายป้ายสีและเห็นว่าจะกระทบต่อภาพรวมของคณะสงฆ์สถาบันสงฆ์ หรือสร้างความเข้าใจผิดเป็นขยะข้อมูลต่อประชาชน เป็นการประทุษร้ายต่อปัญญาประชาชน เมื่อนั้นเราจะชี้แจง

ผู้วิจัย : พระหลายๆ รูปที่เป็นวัยรุ่นนมาบวช แล้วใช้โซเชียลมีเดียมากเกินไป?

พระมหาภูติชัย : บอกตามตรงว่าน่าเป็นห่วง มีบางรูปที่อัดคลิป ที่เทศนาที่เต็มไปด้วยความรุนแรง บางรูปที่มีทัศนคติทางการเมืองที่สุดโต่ง เป็นสมณะสารูปเกินความเหมาะสมในการดึง การเตือนธรรมดา แต่กลายเป็นการเลือกข้างอย่างชัดเจน บอกตามตรงว่าน่าเป็นห่วงมาก ไม่ว่าจะเป็นการใช้โซเชียลมีเดียในทางที่ผิดสร้างความเข้าใจผิด เอื้อต่อความรุนแรง เป็นสิ่งที่พระอาจารย์เห็นแล้วเป็นห่วง เพราะพระบางรูปก็อัดคลิป เชื่อมโยงสร้างความเข้าใจผิดในเชิงศาสนาบ้าง สร้างความเข้าใจผิดในเชิงการเมืองบ้าง สร้างความชอบธรรมในสิ่งที่ตัวเองทำว่ามันถูกต้อง ขณะเดียวกันเอาธรรมวินัยเข้าจับมันก็ไม่ค่อยถูก แต่สิ่ง

ที่น่าห่วงมากกว่านั้น คือ การที่สังคมไม่รู้เท่าทันพระเหล่านี้ แล้ว ก็เลือกเข้าไปสนับสนุน จนกลายเป็นความผิดที่ถูกต้อง อันนี้น่าห่วงมาก เมื่อไหร่ก็ตาม สิ่งที่ผิดทำให้เห็นว่าถูกต้อง เพราะมีมวลชนส่วนใหญ่เออออห่อหมกด้วย จะเป็นระเบิดเวลาของคณะสงฆ์ต่อไปในอนาคต เพราะจะสร้างความเข้าใจผิดว่าเขาทำอย่างนั้นอย่างนี้ก็ได้ อย่างเช่นตอนนี้เอาพระพุทธศาสนาไปรับใช้อุดมการณ์ชาตินิยม ใช้อุดมการณ์ทางการเมือง สองอย่างนี้ อันตรายมาก ทำให้คนเข้าใจผิดต่อพระพุทธศาสนา ทำให้ศาสนานำไปใช้เป็นเครื่องมือลัทธินิยมทางการเมือง และพุทธซึ่งเป็นศาสนาแห่งสันติภาพ ก็สุมเสี่ยงที่จะกลายเป็นศาสนาที่นำเข้าสู่ความขัดแย้งหรือสงครามได้ พระอาจารย์ไปประชุมที่ยูเอ็น ทางผู้บริหารของสำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยสหประชาชาติคุยกับพระอาจารย์ที่นั่น เขาเป็นชาวพุทธ เขาเป็นห่วงมาก พระสงฆ์เราจะใช้โซเชี่ยลมีเดียไปในทางที่เอื้อต่อความรุนแรง เช่น ในพม่าก็มี ในไทยก็มีพระบางรูปบอกว่าก็ใช้พม่าเป็นโมเดลด้วย อันนี้เป็นอันตราย พุดตามตรงพระอาจารย์ห่วง อาตมาเคยจะงานเทศน์งานๆ หนึ่ง แต่ช่วงนั้นรถติดมาก ลูกศิษย์บอกว่าถ้าขึ้นรถต่อไปคงไม่ทัน ก็เลยไปส่งให้อาตมาขึ้นรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งอาตมาก็ไม่ได้ขึ้นบ่อยนัก แต่นอกจากเจอญาติโยมมากมายแล้ว สิ่งที่สำคัญกว่าการไม่มีที่นั่ง ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องแปลก ก็คืออาตมาถูกขอล่าถ่ายรูปเยอะไปหมด ก็ถือเป็นสิ่สันให้ชีวิต แต่ในยุคนี้ เฟซบุ๊กก็ยังไม่เกิด เฟซบุ๊กเพิ่งเกิดเมื่อไม่กี่ปีนี่เอง แม้อาจจะเกิด แต่ไม่ได้รุ่งโรจน์เหมือนทุกวันนี้ แต่ทุกวันนี้ มันซึมเข้าไปจนกลายเป็นลมหายใจของพวกเราไปแล้ว

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

หลายปีก่อน สิ่งแรกที่เราตื่นมา คือ ความหนาวฟ้าปกคลุม แต่ทุกวันนี้ สิ่งแรกที่เราตื่นมา คือ ความหาโทรศัพท์ ไม้จั่นก็ไอแพด อาตมายังพกเลย ดังนั้น เมื่อกกลางปีนี้ เมื่้ออาตมามีเหตุให้ขึ้นรถไฟฟ้าอีกครั้งหนึ่ง ด้วยบรรยากาศเดิมๆ คือ ไปเทศน์งานศพ รถติด เจ้าภาพเลยบอกให้ไปทางลัด อาตมาภาพเลยต้องจับพละตจับผลุดต้องขึ้นรถไฟฟ้าบีทีเอส พอโผล่เข้าไปทุกคนนั่งเต็มเหมือนเดิม พระก็รูปเดิม ต่างแค่วันเดือนปีเท่านั้น แต่คราวนี้เรตติ้งตก อาตมารู้สึกเหมือนไม่มีตัวตน ไม่มีใครสนใจถ้าถ่ายรูปแล้ว ถ้าเป็นโจรเข้าไปคงไม่มีใคร

สน เพราะแต่ละคนต่างก้มหน้ากันเลยทีเดียว ส่องหน้าจอ สไลด์ แล้วก็ยิ้ม ไม่มีใครดู พระรูปนั้นเลย ก็พระรูปเดียวกันไม่ใช่หรือ เราก็ไม่ได้ตั้งนัยลงนะ แต่ว่าคนไม่สนใจแล้ว นี่คือ สภาพแวดล้อมของสังคมก้มหน้า นี่คือ อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย และคือ บรรยากาศของประชาคมโซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งเราทุกคนต่างดึงดูดให้กลายเป็นสังคมใหญ่ ที่มาใช้ชีวิตอยู่ในโลกออนไลน์พร้อมๆ กันโดยไม่ได้ตั้งใจ และบางครั้งก็ทำให้เราพลาดในสิ่งที่อยู่ตรงหน้าไป... คือ สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ ในสื่อใหม่ ที่มายึดพื้นที่ในชีวิตประจำวันของเรา และแน่นอน มันได้แย่งบทบาทของเราในสังคมด้วย ครูบาอาจารย์ถ้าสอนไม่ดี เด็กๆ ก็ไปอยู่ในสังคมออนไลน์ นักคิคนักเขียน ถ้าไม่มีคุณภาพ คนก็ไม่อ่านในกูเกิ้ลกันหมด หรือใครเป็นนักวิพากษ์วิจารณ์ ถ้าไม่รู้จัก เผลอไปให้ความคิดเห็นไป ถ้ามีคนรู้จักจริงเข้ามาคอมเมนต์ ก็แย่งกันไป (พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้นำและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอรียะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ต่อประเด็นบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า ทรรศนะของพระมหาวุฒิชัย ไม่แตกต่างไปจากพระศักดา และพระไพศาล โดยพระมหาวุฒิชัย เห็นว่า เนื้อหาและสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เป็นลมหายใจของผู้ใช้ไปแล้ว ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง เพราะผู้ใช้ต่างมีความอิสระที่จะกล้าแสดงความคิดเห็นต่างๆ ในด้านรุนแรง เมื่อผู้ใช้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กไปในทางผิด สร้างความเข้าใจในทางที่ผิด ย่อมเอื้อต่อความรุนแรงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะพระสงฆ์บางรูป ถึงกับมีการอัดเป็นคลิปวิดีโอ เทศนาที่เต็มไปด้วยความรุนแรง บางรูปมีทัศนคติทางการเมืองที่สุดโต่ง เป็นสมณะสาธิตเกินความเหมาะสมความเป็นพระสงฆ์ แต่พระสงฆ์เหล่านั้นต่างกลับเอาพระธรรมวินัยของพุทธศาสนาเข้ามาจับแบบไม่ค่อยถูกต้อง เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับตนเอง ว่าสิ่งที่ได้ทำลงไปมันถูกต้องแล้ว และปัจจัยเหล่านี้ได้ถูกกลืนเป็นหนึ่งเดียวในชีวิตของผู้ใช้ในสังคมเฟซบุ๊กไปแล้ว หากคนในสังคมไม่รู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ไม่รู้ทันผู้ใช้งาน รวมถึงพระสงฆ์ แต่กลับเห็นดีเห็นงามด้วย จะกลายเป็นระเบิดเวลาของเหล่าคณะสงฆ์ต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ พระมหาวุฒิชัย ยังมองว่า เฟซบุ๊กทำให้คนในยุคสื่อออนไลน์ ทั้งตัวจริงและตัวปลอมเกิดขึ้นมามากมาย คนบางคนตั้งชู้ข้ามคืน คนบางคนดับชู้ข้ามคืน ผ่านการแชร์ต่อๆ กัน ในส่วนตั้งชู้ข้ามคืน สังคมยกย่องและต่างพากันสร้างค่านิยามว่าเป็นเน็ตไอดอลนั้น ในทรรศนะของพระมหาวุฒิชัย มองว่าไม่ถือเป็นเน็ตไอดอล

5.2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response)

ตารางที่ 5.7

แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
ภาพรวมการมีปฏิกริยาตอบสนอง	- เมื่อมีโอกาสเข้าใช้งานและเครื่องมือเข้าถึงเฟซบุ๊กพร้อม (สัญญาณอินเทอร์เน็ต, สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์) และว่างเว้นจากกิจนิมนต์ต่างๆ	- เมื่อมีโอกาสเข้าใช้งานและเครื่องมือเข้าถึงเฟซบุ๊กพร้อม (สัญญาณอินเทอร์เน็ต, สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์) และว่างเว้นจากกิจนิมนต์ต่างๆ	- เมื่อมีลูกศิษย์นำคติธรรมคำสอน เข้ามาให้ตรวจสอบก่อนนำโพสต์ในเพจเฟซบุ๊ก “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” หรือเมื่อมีโอกาสใช้งานในวาระที่เหมาะสม
การรับเป็นเพื่อน	- รับทุกคนในเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นเพื่อน โดยไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักกันหรือไม่ก็ตาม และไม่จำกัดว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง - กรณีเป็นเพจสาธารณะ หากใครมีความตั้งใจติดตามสามารถทำได้ตลอดเวลา เพียงแค่ค้นหาชื่อเพจ “พระศักดา สุนทรโร”	- รับทุกคนในเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นเพื่อน โดยไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักกันหรือไม่ก็ตาม และไม่จำกัดว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง	- เป็นเพจสาธารณะ หากใครมีความตั้งใจติดตามสามารถทำได้ตลอดเวลา เพียงแค่ค้นหาชื่อเพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี”
การขอเป็นเพื่อน	- กรณีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ไม่ได้ขอใครเป็นเพื่อนก่อน - เป็นเพจสาธารณะ ชื่อเพจ “พระศักดา สุนทรโร” จึงไม่จำเป็นต้องขอใครเป็นเพื่อน	- ไม่ได้ขอใครเป็นเพื่อนก่อน ยกเว้นคนรู้จักอาจมีบ้าง	- เป็นเพจสาธารณะ ชื่อเพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จึงไม่จำเป็นต้องขอใครเป็นเพื่อน

ตารางที่ 5.7

แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา (ต่อ)

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
การตอบคอมเมนต์	- นิ่งเฉย ไม่ตอบกลับ (อุเบกขา)	- นิ่งเฉย ไม่ตอบกลับ (อุเบกขา)	- นิ่งเฉย ไม่ตอบกลับ (อุเบกขา)
การส่งคอมเมนต์	- ไม่ตอบคอมเมนต์บัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น ทั้งกรณีเฟซบุ๊กส่วนตัว และกรณีเป็นเพจสาธารณะ ชื่อ “พระศักดา สุนทรโร”	- แทบไม่ตอบคอมเมนต์บัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น	- เป็นเพจสาธารณะ ชื่อเพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จึงไม่ได้ไปคอมเมนต์บัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น
การแชทผ่านเฟซบุ๊ก	- นิ่งเฉย ไม่เปิดอ่านข้อความใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งช่องทางเฟซบุ๊กส่วนตัว และกรณีเป็นเพจสาธารณะ ชื่อ “พระศักดา สุนทรโร” ยิ่งถ้าเป็นเพจหญิงยิ่งดูไม่เหมาะสม	- ตรวจสอบข้อความบนช่องทางแชททุกวัน และเลือกตอบเฉพาะผู้มีสาระ หรือเฝื่อนี่จะหาความรู้ ถ้าเป็นเพศหญิงแชท จะนิ่งเฉย	- เป็นเพจสาธารณะ ชื่อเพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จึงไม่ได้ไปคอมเมนต์บัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น เนื่องจากพระมหาวุฒิชัย ไม่มีนโยบายให้เจ้าหน้าที่ดูแลเพจไปตอบบนคอมเมนต์ หรือช่องทางแชท ซึ่งมองว่าเป็นทางโลกย์ไป และส่วนหนึ่ง เจ้าหน้าที่มีจำนวนไม่มากพอจะตอบทุกคำถามในทุกช่องทาง
การกดไลค์	- ไม่เข้าไปกดไลค์บัญชีเฟซบุ๊กคนอื่นเลย	- ไม่เข้าไปกดไลค์บัญชีเฟซบุ๊กคนอื่นเลย	- เป็นเพจสาธารณะ ชื่อเพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จึงไม่ได้ไปกดไลค์บัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น
ลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)	- ไม่เคยคิดอันเฟรนด์เพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก	- ไม่เคยคิดอันเฟรนด์เพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก	- เป็นเพจสาธารณะ ชื่อเพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จึงไม่ได้ไปอันเฟรนด์บัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น

ตารางที่ 5.7

แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา (ต่อ)

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
การบล็อกเพื่อน	- ไม่เคยคิดบล็อกเพื่อน ร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก	- ไม่เคยคิดบล็อกเพื่อน ร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก	- เป็นเพจสาธารณะ ชื่อ เพจ “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จึงไม่ได้ไป บล็อกเพื่อนร่วมบัญชี เฟซบุ๊ก

สำหรับเรื่องปฏิริยาตอบสนอง (Response) กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ใน 8 หัวข้อ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

5.2.4.1 กรณีการรับเป็นเพื่อน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยพบว่า มีปฏิริยาตอบสนองต่อกรณีการรับเป็นเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กด้วยเหตุผลไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพระศักดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล จะมีหลักในการรับเพื่อน คือ พิจารณาจากภาพรวมโปรไฟล์ของคนเข้ามาขอเป็นเพื่อนทั้งหมด แม้จะไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม แต่ด้วยความบริสุทธิ์ใจ จึงรับครบเต็มจำนวนที่ทางเฟซบุ๊กกำหนด 5,000 บัญชีผู้ใช้ แต่ที่ทำให้พระศักดา มีความแตกต่างไปจากพระไพศาล ก็คือ คิดต่อยอดโดยการสร้างเป็นเพจ เฟซบุ๊ก พระศักดา สุนทรโร เพื่อให้พุทธศาสนิกเข้าถึงเนื้อหาคติธรรมได้มากยิ่งขึ้น ไม่จำกัดจำนวนเพียงแค่ 5,000 บัญชีผู้ใช้ สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่มีความตั้งใจให้ลูกศิษย์เจ้าหน้าที่จัดทำเพจ เฟซบุ๊กพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีขึ้นมาแทน ดังนั้น ในส่วนของการมีปฏิริยาตอบสนอง (Response) นี้ จะได้ปรากฏเห็นมุมมองของพระมหาวุฒิชัยปรากฏในบั้งหัวข้อเท่านั้น ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์ ก่อนที่จะมาเป็นเพจ สมัยเป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ไปแอดเขาเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊ก หรือว่าเริ่มอย่างไร เพราะเรามีเครือข่ายในสังคมเฟซบุ๊ก อย่างมีคนเข้ามาขอ พระอาจารย์เป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ต้องเป็นคนที่ยู่งักหรือเปล่า
- พระศักดา สุนทรโร : ใช่ เพราะตอนแรกๆ ที่เป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์มีเพื่อนในเฟซบุ๊ก สี่พันเก้าร้อยกว่าคน ภายในเวลาไม่กี่วัน ไม่รู้จะ ใครขอ

มา พระอาจารย์รับเป็นเพื่อนหมด กดรับแบบไม่ได้ดูเลย เพราะ
 ความรู้สึกแรก คือ คิดว่า จะทำอย่างไรให้คนเข้ามาถึงธรรมะที่
 เราต้องการสื่อสารให้ได้มากที่สุด

ผู้วิจัย : พอถึง ลิมิตของเพื่อนที่สามารถรับได้ในเฟซบุ๊ก ก็คือ ห้าพันคน
 พระอาจารย์ก็เลย คิดไปถึงเป็นเพจที่เป็นสาธารณะ

พระศักดา สุนทรโร : อันนั้น ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดเพจสัก 30% พอ แต่ 70% ในใจ
 คือ เราต้องการที่จะให้คนมองว่า เราไม่ใช่เป็นคนบริหารจัดการ
 สื่อตัวนี้ที่เป็นของเรา เป็นเหมือนว่า ให้คนรู้สึกว่า ท่านคงจะมี
 แอดมินคอยดูแล ตรงนี้ น่าจะ 70% มากกว่า ส่วน 30% ใน
 เฟซบุ๊กนี้ คือ ถึงใครไม่ได้เป็นเพื่อนกับเรา ก็รับรู้อยู่แล้ว แต่
 อาจจะไม่คอมเมนต์ แสดงความคิดเห็นไม่ได้ และอีกอย่างก็คือ
 ด้วยความบริสุทธิ์ใจ เราไม่ต้องไปใช้นามแฝง ไปใช้ชื่อองค์กร
 เอาพระศักดาไปเลย ให้เขาได้รู้ว่า นี่เป็นของเราจริงๆ นะ และก็
 เปิดเป็นสาธารณะ ไม่ใช่กั๊กว่า คุณดูได้อย่างเดียว แต่คอมเมนต์
 ไม่ได้ นี่ก็เป็นลักษณะเพจ ที่มันจะต้องเปิดกว้างที่สุด แล้วก็
 แสดงความบริสุทธิ์ที่ว่า เราแสดงความบริสุทธิ์ใจขนาดนี้แล้ว
 ตรงนี้คือ ฟรี แลนด์ (Free Land) แล้วนะ คุณสามารถที่จะเข้า
 มาทำอะไรก็ได้ ดังนั้น แสดงว่า เราก็ต้องพร้อมที่จะรับอะไรก็ไม่
 รู้ ที่จะเข้ามาถึงเรา เช่น... เสียงด่า หมาห่มผ่าเหลือง เป็นใคร
 ทำไม่ถึงเข้ามาเล่นเฟซบุ๊ก มึงคิดว่า มึงทำถูกแล้วหรือ ...มันมี
 คอมเมนต์แบบนี้ เข้ามาด้วยนะ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : คนไม่รู้จักคือ อินบ็อกซ์มา?

พระไพศาล วิสาโล : คนไม่รู้จักเค้าก็รีเคอร์มา อาตมาก็ไม่ได้ว่าอะไรก็แอดให้เค้า

ผู้วิจัย : ส่วนใหญ่ก็เป็นคนทั่วไป? ที่พิมพ์มาขอแบบนี้ พระมีบางไหม?

พระไพศาล วิสาโล : มีๆ แต่ไม่มาก

ผู้วิจัย : ใครมาขอเป็นเพื่อน พระอาจารย์จะคัดเลือกรับอย่างไร

พระไพศาล วิสาโล : ใครมาก็รับ

ผู้วิจัย : เรื่องการแอดเฟรนด์เป็นแบบไหน ตั้งแต่มีแอดเคาน์ทเพื่อนใน
 เฟซบุ๊กเป็นอย่างไร?

พระไพศาล วิสาโล : พระน้อย ฆราวาสเยอะ

ผู้วิจัย : แบ่งเป็นสัดส่วนกี่เปอร์เซ็นต์?

พระไพศาล วิสาโล : พระ 10% มั่ง

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยพบว่า มีปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการรับเป็นเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กระหว่างพระศักดา สุนทรโร กับพระไพศาล วิสาโล ไม่มีหลักการในการรับคนอื่นมาเป็นเพื่อน หากใครเข้ามาขอเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กก็ยินดีรับหมดทุกคน แม้แต่มีญาติโยมทักแชทเฟซบุ๊กมาหา พระอาจารย์ เพื่อขอเป็นเพื่อน พระไพศาลก็ยินดีรับเป็นเพื่อน トラบที่จำนวนเพื่อนในบัญชีเฟซบุ๊กยังไม่เต็มจำนวน 5,000 บัญชี ขณะเดียวกัน เรื่องจำนวนโควตา 5,000 บัญชีที่เฟซบุ๊กกำหนด ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้พระศักดา สุนทรโร มีความตั้งใจที่จะขยายคำสอน คติธรรมต่างๆ ไปยังพุทธศาสนิกชนได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน จึงตั้งเป็นเพจเฟซบุ๊ก โดยใช้ชื่อเพจพระศักดา สุนทรโร เพราะต้องการสะท้อนความบริสุทธิ์ใจ

สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยชัดเจนตั้งแต่ต้นว่าไม่เคยคิดจะมีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว เพราะยังมีภารกิจอื่นๆ เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ตลอดจนการช่วยเหลือสังคมอีกมากมาย จึงมีเพียงแคเพจเฟซบุ๊ก ที่ใช้ชื่อว่า พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งมีเจ้าหน้าที่คอยดูแล ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : นอกจากแฟนเพจในเฟซบุ๊ก มีเพจส่วนตัวของตนเองหรือไม่ครับ

พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เฟซบุ๊กที่มีเป็น official ของสถาบันวิมุตตยาลัยในการกำกับ ของมูลนิธิวิมุตตยาลัย เพื่อการเผยแพร่พุทธศาสนาอย่างเป็นทางการเท่านั้น ไม่มีเรื่องส่วนตัวในนี้เลย

ผู้วิจัย : พระอาจารย์คิดจะเล่นเฟซบุ๊กหรือไม่

พระมหาวุฒิชัย : เรื่องเล่นไม่ได้อยู่ในความคิด งานล้นๆ แต่มีฝ่ายสื่อที่ดูแล

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า พระมหาวุฒิชัยมีความชัดเจนที่จะปฏิเสธมีบัญชี เฟซบุ๊กส่วนตัว ทำให้ผู้วิจัย ไม่สามารถใส่คำตอบข้อมูลในส่วนกรณีการรับเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กได้ เนื่องจากการตั้งเป็นเพจสาธารณะ ผู้ใช้เฟซบุ๊กทั่วไปจะเป็นใคร เพศใด อายุเท่าใด ระดับการศึกษา สถานะทางสังคมเป็นอย่างไรก็ตาม หากมีความตั้งใจติดตามเพจพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีแล้ว ย่อมสามารถค้นหาชื่อเพจ และกดติดตามได้ทันที ความตั้งใจว่าต้องการใช้เฟซบุ๊กเพื่องานทางพระพุทธศาสนาเท่านั้น จึงไม่มีหลักเกณฑ์ในการรับเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก

5.2.4.2 กรณีการขอเป็นเพื่อน

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างตอบปฏิกิริยาตอบสนองต่อการขอเป็นเพื่อนบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า ทั้งพระศักดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล ให้คำสัมภาษณ์ไปในลักษณะเดียวกันว่า มีความตั้งใจไม่ขอไปแอดใครเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กก่อน ยกเว้นคนรู้จัก หรือมีทั้งคนรู้จัก หรือไม่เคยรู้จักกันมาก่อนก็ตาม ส่งข้อความผ่านช่องทางแชทให้ขอแอดเป็นเพื่อน เนื่องจากบัญชีเฟซบุ๊กของพระกลุ่มตัวอย่างแต่ละรูป มีจำนวนเต็มโควตาที่ทางเว็บไซต์เฟซบุ๊กกำหนดแล้ว ส่วนพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยชัดเจนตั้งแต่ต้นว่า ไม่เคยคิดจะมีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว เพราะยังมีภารกิจอื่นๆ เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ตลอดจนการช่วยเหลือสังคมอีกมากมาย จึงมีเพียงแคเพจเฟซบุ๊ก ที่ใช้ชื่อว่า พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งมีเจ้าหน้าที่คอยดูแล ผู้วิจัยจึงไม่สามารถใส่คำตอบข้อมูลในส่วนกรณีการขอเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊กได้ เนื่องจากการตั้งเป็นเพจสาธารณะ ผู้ใช้เฟซบุ๊กทั่วไป ไม่จำเป็นต้องไปขอแอดใครเป็นเพื่อน มีแต่ผู้ใช้เฟซบุ๊กจะมาขอติดตามเพจสาธารณะทั่วไป ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ตอนเป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์ได้เคยขอไปแอดใครเป็นเพื่อนบน เฟซบุ๊กบ้างมั๊ยครับ

พระศักดา สุนทรโร : ไม่มี มีแต่เขามาขอแอดเราเป็นเพื่อน เราก็รับหมด
(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : แล้วไปแอดคนอื่นเป็นเพื่อนบ้างไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ก็มีนะส่วนใหญ่เป็นคนรู้จัก บางทีเค้าก็ขอให้แอด เพราะเค้าแอดเราไม่ได้เพราะเต็มเราก็ต้องไปแอดเค้า

ผู้วิจัย : อันนี้คือ คนรู้จักใช้ไหม?

พระไพศาล วิสาโล : คนรู้จักบ้าง ไม่รู้จักบ้าง

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่ปฏิเสธการมีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัย ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัย : นอกจากแฟนเพจในเฟซบุ๊ก มีเพจส่วนตัวของตนเองหรือไม่ครับ

พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เฟซบุ๊กที่มีเป็น official ของสถาบันวิมุตตยาลัยในการกำกับ ของมูลนิธิวิมุตตยาลัย เพื่อการเผยแพร่พุทธศาสนาอย่างเป็นทางการเท่านั้น ไม่มีเรื่องส่วนตัวในนี้เลย

ผู้วิจัย : พระอาจารย์คิดจะเล่นเฟซบุ๊กหรือไม่

พระมหาวุฒิชัย : เรื่องเล่นไม่ได้อยู่ในความคิด งานล้วนๆ

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

5.2.4.3 กรณีการตอบคอมเมนต์

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น พระกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป ผู้วิจัยพบว่า ต่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ไม่ตอบ แม้จะมีบางคอมเมนต์ที่เข้ามา ด่าหยาบคายรุนแรงก็ตามที เท่ากับพระว่าพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างปล่อยวางตามวิสัยของพระสงฆ์ และ รู้อยู่แล้วว่าหากเมื่อใดที่เข้ามาใช้เฟซบุ๊กก็ย่อมจะมีปัญหา มีความคิดเห็นต่างตามมาอย่างแน่นอน ดังนั้น อย่างมากก็เข้าไปลบความคิดเห็นนั้น ยิ่งถ้าเป็นเพจสาธารณะของพระศักดา สุนทรโร และ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่มีผู้คนติดตาม และเข้ามาคอมเมนต์แต่ละสัปดาห์เป็นจำนวนมาก ยิ่งไม่สามารถเข้าไปตอบคอมเมนต์ได้ เพราะพระสงฆ์เหล่านี้ไม่มีเวลามากพอที่จะเข้าไปตอบทุกคอมเมนต์ ได้อย่างแน่นอน ด้วยกิจนิมนต์ที่มีทุกวัน ประกอบกับสาเหตุที่พระสงฆ์ไม่ตอบแสดงความคิดเห็นในคอมเมนต์ เพราะต้องวางตัวเป็นกลาง เพียงแต่มีความบริสุทธิ์ใจในการเข้าใช้งาน และมีเป้าหมายชัดเจนต้องการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระศักดา สุนทรโร : และอีกอย่างก็คือ ด้วยความบริสุทธิ์ใจ เราไม่ต้องไปใช้นามแฝงไป ใช้ชื่อองค์กร เอาพระศักดาไปเลย ให้เขาได้รู้ว่า นี่เป็นของเราจริงๆ นะ และก็เปิดเป็นสาธารณะ ไม่ใช่ก็ว่า คุณดูได้อย่างเดียว แต่คอมเมนต์ไม่ได้ นี่ก็เป็นลักษณะเพจ ที่มันจะต้องเปิดกว้างที่สุด แล้วก็แสดงความบริสุทธิ์ที่ว่า เราแสดงความบริสุทธิ์ใจขนาดนี้แล้ว ตรงนี้คือ ฟรี แลนด์ (Free Land) แล้วนะ คุณสามารถที่จะเข้ามาทำอะไรก็ได้ ดังนั้น แสดงว่า เราก็ต้องพร้อมที่จะรับอะไรก็ไม่ว่า ที่จะเข้ามาถึงเรา เช่น... เสียด่าหมาห่มผ้าเหลือง เป็นใคร ทำไม่ถึงเข้ามาเล่นเฟซบุ๊ก มึงคิดว่ามึงทำถูกแล้วหรือ ...มันมีคอมเมนต์แบบนี้ เข้ามาด้วยนะ

ผู้วิจัย : แสดงว่าท่านก็คิดถึงด้านบวก และด้านลบ ก่อนที่พระอาจารย์จะเริ่มเข้ามาใช้เฟซบุ๊ก

พระศักดา สุนทรโร : คิดแน่นอน ก่อนใช้ ก็ให้รายละเอียดกับเรื่องพวกนี้ ค่อนข้างมากทีเดียว

ผู้วิจัย : บางครั้ง รู้สึกกระทบกระเทือนทางจิตใจบ้างหรือไม่ เวลามีคนเข้ามาต่อว่า

พระศักดา สุนทรโร : ก็รู้สึกบั่นทอนจิตใจในบางที แต่ก็เหมือนกับที่พระอาจารย์ไปอบรมให้นักเรียนที่โรงเรียน เมื่ออบรมเสร็จแล้ว โรงเรียนก็ให้นักเรียนตอบแบบสอบถาม ประเมินผล หลังพระอาจารย์สอน

เสร็จ พระอาจารย์ก็ไม่เคยให้ทำแบบสอบถามอะไร เพราะเราคิดว่า เมื่อเราตั้งใจเราคิดให้เขาไปแล้ว ก็ถือว่า จบแล้ว ไม่ต้องไปคิดว่า ใครจะว่าอะไร เพราะถ้าหากว่าในจำนวน 200 คน แล้วมีคนเขียนมาว่า อาหารวัดนี้ไม่ได้เรื่อง ถ้ามีมาสัก 1 ใบใจเรานี้หายเลยนะ ก็เลยไม่คิดว่า จะมีแบบตอบรับกลับมา แต่สุดท้าย เฟซบุ๊ก เนี่ย เราหนีไม่พ้นที่จะมีแบบตอบรับกลับมา ในรูปแบบช่องคอมเมนต์ทางเฟซบุ๊ก บอกตรงๆ ถ้ามีเข้ามา เราไม่ใช่พระอรหันต์ มันก็มีความรู้สึก อ้าย มายังไง บอกตรงๆ ว่าใจมีความรู้สึกห่อเหี่ยวเหมือนกัน แต่โดยการที่เราฝึกกรรมฐานมาพอสมควร ก็ทำให้เรารู้แล้วว่า เป็นเรื่องธรรมดา แต่จะเอาตัวนี้ เป็นตัวคานไว้ว่าจะไปเครียดทำไมกับคน 2 คน เมื่อมีคนชื่นชมมากกว่า 500 คอมเมนต์ แต่มีคนเข้ามาด่า 1-2 คน ก็ถือว่า เรากำไรตั้ง 498 คอมเมนต์และที่คิดว่ามันใช่ที่สุด เพราะเราอาศัยตัวนี้เป็นตัวฝึกกรรมฐาน เพราะหากเรานิ่งเฉยๆ จะไปสู้รบกับใคร เราแทบไม่รู้เลยว่าจิตพัฒนาไปมากแค่ไหน พระที่อยู่ในป่า กับพระที่นั่งสมาธิอยู่ในเมือง พระที่อยู่ในป่านี้ได้ กับพระที่อยู่ในเมืองใหญ่หนึ่งได้ พระอาจารย์ว่าพระในเมืองสุดยอด เพราะสิ่งเร้า สิ่งกระทบมันมากกว่า ในป่ามันแทบไม่มีสิ่งเร้า แต่ก็ดูคอมเมนต์ ว่า มีใครด่าเข้ามาหรือไม่ ถ้าด่าเข้ามาบ้าง ใช้คำไม่สุภาพบ้าง พระอาจารย์ก็จะต้องลบ ซึ่งตรงนี้ พระอาจารย์ก็ส่องเข้าไปคนเดียว จะให้คนอื่นมาดูแทนมันก็ไม่ได้ ใครจะว่าอย่างไรมา ก็ผ่านไป แต่พระอาจารย์จะไม่ได้ตอบใครเลยนะ ใครถามอะไรเข้ามา ก็จะไม่ตอบ บางทีก็รู้สึกเกรงใจเขาเหมือนกันนะ แต่ไม่ได้ตอบ

ผู้วิจัย : ในโลกโซเชียล อาจจะมีคำตามกระแสชอบโพสต์ อย่างคำว่า ครัช จุงเบย ที่นิยมในช่วงเวลาหนึ่ง

พระศักดา สุนทรโร : ไม่ๆ จิตมันไม่ไป ก็ดูแค่เพจของเรา เวลาเปิดเฟซบุ๊ก ก็จะดูเพจของพระอาจารย์ เวลามีคนเข้ามาคอมเมนต์ ใครด่าเรามาก มีใครใช้คำไม่สุภาพบ้างมัย ดูเสร็จแล้ว จบละ พอละ เราก็คิดหัวข้อต่อไป จะสื่อธรรมะอะไรต่อไป พระอาจารย์แทบจะไม่ได้ไปดูอะไรของใครเลยนะ

ผู้วิจัย : แสดงว่าสติก็จะอยู่กับเฉพาะเพจเฟซบุ๊กของเรา จะไม่ไปอยู่ในโลกของคนอื่น ที่เขามีการโพสต์ มีการไลค์บ้าง เคยมีใครรับอย่างคนนี้อาจจะเข้ามาคอมเมนต์ด่า หรือมาคอมเมนต์ชื่นชมแล้ว เราก็เข้าไปดูบัญชีเฟซบุ๊กของคนๆ นั้น

พระศักดา สุนทรโร : เขาเรียกโปรไฟล์ไข่ม้อย คือ มันเหมือนกับ เราก็สร้างความไม่เป็นธรรมกับคนที่ดี ๆ กับเรา คือ คนดีชมเรา 499 คน แต่พอมีคนเข้ามาด่าเราบ๊อบ เออ ทำไมเราถึงเข้าไปดู ดูของเขา ว่าเขาเป็นใคร มาจากไหน ทำไมเราไม่เข้าไปดูว่าคนดี ๆ ตามเราด้วยความศรัทธา มันเหมือนเป็นโรครจิตตามธรรมชาติคนเหมือนกันนะ ถ้าตรงไหนมีจุดดำบนฝ่าผั่งขาว เราก็คิดว่า ทำไมต้องมีจุดดำ

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระศักดา สุนทรโร กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระศักดา สุนทรโร จะนิ่งเฉย เมื่อมีคนเข้ามาคอมเมนต์ แม้จะเป็นคอมเมนต์หยาบคาย รุนแรง สะเทือนใจก็ตาม ทำใจปล่อยวางตามหลักพุทธศาสนา ทำจิตใจให้สงบสมกับครองตนเป็นพระภิกษุสงฆ์ เพราะทราบดีก่อนที่จะเข้ามาใช้งานว่า หากใช้งานเมื่อใดย่อมมีปัญหาในเรื่องความคิดเห็นต่างเกิดขึ้นแน่นอน แต่เมื่อพิจารณาไตร่ตรองดีแล้วจึงเข้ามาใช้งานด้วยความบริสุทธิ์ใจจึงไม่จำเป็นต้องกังวลใดๆ ขณะเดียวกันระหว่างใช้งานก็มีสมาธิจดจ่ออยู่กับการใช้งานในเฟซบุ๊กส่วนตัว ไม่ยุ่งเกี่ยวกับทางโลกย์ และหมั่นคิดหัวข้อต่อไปที่จะนำเสนอคติธรรมให้พุทธศาสนิกชนได้อ่าน ได้ชม เพื่อให้ฆราวาสนำไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันต่อไป

ด้านบทสัมภาษณ์พระไพศาล วิสาโล อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า พระไพศาล มีแนวทางในการปฏิบัติแก้ปัญหาต่อเรื่องนี้ ไม่แตกต่างไปจากพระศักดา สุนทรโร คือ นิ่งเฉย ปล่อยวาง มีไว้ซึ่งขันติกับเรื่องที่เขาเข้ามาแสดงความคิดเห็นรุนแรง โดยพระไพศาลจะไม่แสดงความคิดเห็นกลับหากไม่มีความจำเป็น หรือประเมินแล้วว่าบุคคลรายนั้น ไม่น่าจะรับฟังในคำตอบที่เราพร้อมจะอธิบายให้ฟัง ยิ่งถ้ามาแสดงความคิดเห็นอันนี้จะปล่อยผ่านทันที ยึดหลักขันติธรรมและการปล่อยวาง ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แล้วถ้าเจอข้อความแปลกๆ ในคอมเมนต์ พระอาจารย์ทำยังไง?

พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่มีมาด่าบ้าง ก็ไม่สนใจ

ผู้วิจัย : แล้วมีที่ไปตอบบ้างไหม

พระไพศาล วิสาโล : มีบ้างแต่น้อย คือ ดูว่าเค้าฟังหรือเปล่า บางทีเค้าดูเหมือนจะไม่ฟังก็ไม่ตอบ

- ผู้วิจัย : ก็คือ เค้าวิจารณ์มา เราก็พยายามชี้แจง?
- พระไพศาล วิสาโล : แล้วแต่กรณีๆ ไป ถ้าไร้สาระมาก ก็นิ่งเฉย
- ผู้วิจัย : แล้วเวลาพระอาจารย์โพสต์เฟซบุ๊ก คนคอมเมนต์ลักษณะไหน
- พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่ก็สาธู สมัยก่อนก็มีมาแฉวความเห็นบ้าง แต่น้อย
ด่าบ้างก็มี
- ผู้วิจัย : พอด่าพระอาจารย์ทำไม?
- พระไพศาล วิสาโล : ปล่อยวาง จะไปสนใจทำไม

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

เช่นเดียวกับพระมหาอุทัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นการตอบคอมเมนต์บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า แนวทางความคิดเห็นไม่แตกต่างไปจากพระศกดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล นอกจากนิ่งเฉย ไม่ตอบแล้ว พระมหาอุทัยยังระบุสาเหตุสำคัญอีกประการว่า เพราะพระสงฆ์มีเจตนาที่ต้องการนำหลักวิชาการมาสนับสนุนต่อการสร้างวัฒนธรรมทางปัญญา จึงไม่มีความจำเป็นไปบอกให้เจ้าหน้าที่ที่ดูแลเพจตอบคอมเมนต์นั้น การแสดงความเห็นมองเป็นเรื่องธรรมดา ประกอบกับแต่ละสแตตัสที่โพสต์ลงไป ต่างมีผู้ติดตามเพจ เข้ามาคอมเมนต์ แสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนหลักหมื่น หลักแสน ย่อมมีความคิดเห็น มีมุมมองแตกต่างกันออกไปสารพัด หากจะตอบทุกรายคงไม่หมดอย่างแน่นอน แม้จะมีคนสนใจเข้ามาถามไขข้อข้องใจจากโพสต์นั้นๆ ก็ตามที่ ขณะเดียวกัน ยังมีความเป็นห่วงกรณีที่มีบุคคลที่ชอบใช้ช่องแสดงความเห็นบนเฟซบุ๊ก มาลงข้อความขายสินค้าต่างๆ ว่าจะหาแนวทางแก้ไขอย่างไร เพราะหากตนเองเข้าไปแสดงความเห็นเอง คงไม่ใช่การกระทำของพระสงฆ์ แต่สุดท้ายแล้ว จะมีตำรวจออนไลน์ หรือคนที่คอมเมนต์ด้วยตัวเองในการช่วยจัดการแก้ปัญหาดังกล่าว ดังบทตัวอย่างสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ปกติเฟซบุ๊กจะมีคนมาคอมเมนต์ พระอาจารย์ตอบคอมเมนต์?
- พระมหาอุทัย : ส่วนมากเจ้าหน้าที่ดูแล
- ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์มีบอกมั๊ยครับว่า ให้ตอบเมนต์ แชน หรือให้
กดไลค์บ้าง เวลามี คอมเมนต์เข้ามา
- พระมหาอุทัย : ไม่มี เราไม่ไปอะไรตรงนั้น เพราะมันเป็นเรื่องระดับโลกธรรม
หมายความว่า จะเห็นด้วยหรือเห็นต่างอันนั้น ไม่ใช่ปัญหาของ
การทำงานทางพุทธศาสนาของพระอาจารย์ เพราะในฐานะ
บุคคลสาธารณะ พระอาจารย์ไม่ได้มีปัญหากับความเห็นต่าง ไม่
เคยรู้สึกว่าจะตัวเองจะบริสุทธิ์ผุดผ่องจากการถูกรวิพากษ์วิจารณ์
สำหรับพระอาจารย์เรื่องนี้เป็นเรื่องธรรมดาจริงๆ เพราะไม่ว่า

จะเห็นด้วยหรือเห็นต่าง ทั้งหมดถ้าทำอย่างเจตนาดีและมีหลักวิชา มีเหตุผลรองรับมันเอื้อหรือเกื้อกูลต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งปัญญา เพราะฉะนั้นเราจะเห็นว่าในนั้นจะมีคนเข้ามาถามปัญหา อาจจะมีคนเข้ามาคอมเมนต์ยกย่องส่งเสริม อาจจะมีคนเข้ามาได้ว่าที่ตีวาทะ ซึ่งมีไม่ต้องสงสัยว่าไม่มี มีและมีเยอะด้วย อย่างบทความล่าสุดที่เขียนเรื่องอย่าลดทอนความเป็นมนุษย์ของคนที่เคยผิดพลาด มีคนเข้ามาดู 800,000 กว่าคน คอมเมนต์ 10,000 กว่าคน ส่งข้อความมาเยาะเย้ย แชรไป 10,000 กว่าครั้ง อย่างนี้เป็นต้น แต่เราไม่เคยมานั่งดูว่าใครเห็นด้วยหรือใครเห็นต่าง สิ่งที่ต้องการคือว่า ต้องการสื่อสารความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพระธรรมวินัย ฟังสิ่งทุกอย่างมุ่งหมายแค่นั้น

ผู้วิจัย

: แล้วคอมเมนต์จะปล่อยไว้หรือไม่ คนที่ถามถามเรากี่ไม่ตอบ?

พระมหาวุฒิชัย

: แพนเพจหลักล้านกว่าคน ถามกันที่ 100,000 คน พระอาจารย์ไม่มีเวลาไปตอบ พระอาจารย์ปล่อยผ่านไป เพราะเวลาในชีวิตเราสั้นมาก อย่างเรื่องทีพระอาจารย์ส่งบทความไปหาท่านเจ้าคุณประยุทธ์ (ป.อ. ประยุตโต) เมื่อปีที่แล้วในฐานะลูกศิษย์ลูกหากรณีที่มีคนบอกว่าทั้งท่าน และท่านพุทธทาสเป็นอุปสรรคของประชาธิปไตยไทย เพราะความคิดหลายอย่างของทั้ง 2 องค์ บางมุมมีนักวิชาการตีความว่าไปส่งเสริมเผด็จการ เช่น ท่านพุทธทาสบอกว่า ระบอบไหนก็ไม่สำคัญ ถ้ามีธรรมาธิปไตยอยู่ในนั้น ส่วนท่านเจ้าคุณประยุทธ์บอกว่าธรรมาธิปไตยไม่มาก็หาประชาธิปไตยไม่เจอ นักวิชาการเสรีนิยมจำ เขามองว่า 2 องค์นี้ไม่ไหว จึงเขียนบทความว่าทั้ง 2 องค์เป็นอุปสรรคของประชาธิปไตย ท่านก็ตอบกลับมาว่า ต้องขออภัยที่ในเวลานี้จะต้องขอผ่านประเด็นเหล่านี้ไป เมื่อหลายปีก่อนท่านจะตอบทุกประเด็น สังเกตไหมว่าเมื่อ 4 ปีก่อน ตอบความเห็นหนังสือหลายสิบเล่ม แต่ปีนี้ท่านบอกว่าขอปล่อยผ่าน เพราะ 1.สังขารไม่ให้ 2. เวลาเหลือน้อย 3.ต้องโฟกัสสิ่งที่สำคัญ ท่านตัดสินใจทำงานใหญ่ไปเท่าไรต่อเท่าไร เพื่อเลือกที่จะทำสิ่งที่สำคัญ เพราะวันเวลาของท่านตอนนี้ต้องเอาชีวิตลงมาเป็นเดิมพันแล้ว ดังนั้นถ้ามาถามพระอาจารย์ พระอาจารย์ก็คิดเช่นนั้น เพราะหลาย

เรื่องราวเป็นประเด็นระดับโลกียะ ชาวบ้านเขาถกเถียงกัน นินทา กัน ไม่ใช่เรื่องใหญ่เรื่องโตที่กระทบถึงเนื้อหาสาระของ พระธรรมวินัย เหล่านี้เป็นงานระดับโลกธรรมต้องปล่อยผ่าน อยู่ในสาธารณะจะต้องถูกมองเห็นในที่แจ้ง ทุกแห่งทุกมุม เมื่อไหร่ก็ตามส่งเรื่องที่มีสื่อสารออกไป มีการเข้าใจผิดหรือถูก นำไปใส่ร้ายป้ายสี และทิ้งไว้จะมีผลกระทบต่อพระธรรมวินัย หรือสถาบันสงฆ์โดยรวม เมื่อเช่นนั้นเราจะลุกขึ้นมาชี้แจง ใน แพนเพจเฟซบุ๊กของอาตมาเอง มีคนติดตามจำนวนมากมากกว่า 6 ล้านคน แต่ทุกวันก็จะมีคนมาฝากร้าน อาตมาก็ไม่เข้าใจ แต่ ในฐานะที่อาตมาเป็นพระ จะฝากก็ฝาก เอาที่โยมสบายใจ (หัวเราะ) บางคนก็มาขายเครื่องสำอาง ในขณะที่คนอื่นเขาจะ ฟังธรรมะ จะติดตามข้อมูลข่าวสารไร่เชิงูตะวัน แต่ก็มีคนก็มา ฝากขายเรื่อยไป แต่อาตมาก็ไม่ต้องทำอะไร เพราะจะมี ประชาคมมาจัดการกันเอง ช่างไม่รู้กาลเทศะ ขอบอกว่า การที่ คุณเอาของมาขายที่นี่ แทนที่จะขายดี คุณจะถูกเหยียดย่ำ ซ้ำเติม เพราะมีคนแรกพูดอย่างนี้ คนที่สองก็จะรุมสะก้า ต้อง ถอดร้านหนีออกไป อาตมาก็นี้ก็อยู่ว่า จะทำอย่างไรกับพวกฝาก ร้าน แต่ตอนหลังมีตำรวจออนไลน์เข้ามาช่วย โดนเลยทันที นี่คือ ข้อดีนะ หลายคนช่วยกันเลือกสรรรถคันกรองที่เหมาะสมที่ ควร สอดคล้องกับกาลเทศะ วิทยุรุ่นทั้งหลายที่จะฝากร้าน ต้องดู ตาม้าตาเรือ เพราะสื่อบางสื่อ ช่องทางบางช่องทางมันไม่เหมาะ ไร กับกาลเทศะ เราต้องรู้ความเหมาะสมความควร แทนที่สินค้า เราจะขายดี กลับเป็นแบรนด์ตกต่ำ ที่นี้สินค้าเราขายไม่ออก อันนี้ ก็เป็นอีกด้านในสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามาบีบคั้นใน ชีวิตประจำวันของเรา

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

5.2.4.4 กรณีการส่งคอมเมนต์

จากคำให้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นปฏิบัติการส่งคอมเมนต์ บนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ทั้งพระศักดา สุณฑโร และพระไพศาล วิสาโล ต่างมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นส่วนตัว แต่กลับไม่ได้แสดงความคิดเห็นบนบัญชีเฟซบุ๊กผู้อื่น โดยเฉพาะคนไม่ รู้จัก หรือถ้าจะไปคอมเมนต์แสดงความคิดเห็นบนเฟซบุ๊กผู้อื่นก็จะน้อยมาก ส่วนพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

ไม่ได้มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว เพราะเพจเฟซบุ๊กนั้นเป็นหน้าที่ลูกศิษย์ดูแล ซึ่งตามหลักการใช้งานแล้ว ไม่มีเพจเฟซบุ๊กที่จะไปแสดงความคิดเห็นในบัญชีผู้ใช้รายอื่น ยกเว้นจะเป็นการหยิบเรื่อนั้นๆ มาแชร์บนเพจเฟซบุ๊กของตนเอง ทำให้ไม่มีความคิดเห็นของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ในข้อคำถามนี้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พอถึง ลิมิตของเพื่อนที่สามารถรับได้ในเฟซบุ๊ก ก็คือ ห้าพันคน พระอาจารย์ก็เลย คิดไปถึงเป็นเพจที่เป็นสาธารณะ

พระศักดา สุนทรโร : อันนั้น ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดเพจสัก 30% พอ แต่ 70% ในใจคือ เราต้องการที่จะให้คนมองว่า เราไม่ใช่เป็นคนบริหารจัดการสื่อตัวนี้ที่เป็นของเรา เป็นเหมือนว่า ให้คนรู้สึกว่าคุณคงจะมีแอดมินคอยดูแล ตรงนี้ น่าจะ 70% มากกว่า ส่วน 30% ในเฟซบุ๊กนี้ คือ ถึงใครไม่ได้เป็นเพื่อนกับเรา ก็รับรู้อยู่แล้ว แต่อาจจะคอมเมนต์ แสดงความคิดเห็นไม่ได้

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : พระอาจารย์ ได้เคยไปแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กใครบ้างมั๊ย

พระไพศาล วิสาโล : ไม่ค่อยได้เล่น แทบไม่เคยไปคอมเมนต์ใคร มีแต่เขามาคอมเมนต์เรา

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

5.2.4.5 กรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้งพระศักดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล มีพฤติกรรมกรเข้าใช้เฟซบุ๊กในส่วนการแชทต่างกัน โดยพระศักดา จะไม่สนใจเนื้อหาข้อความในแชท โดยไม่เปิดอ่านเลย แต่พระไพศาล จะเข้าเช็คข้อความในแชททุกวัน ส่วนพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ไม่ได้มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่มีเพจ เพราะเพจเฟซบุ๊กนั้นเป็นหน้าที่ลูกศิษย์ดูแล และพระมหาวุฒิชัยไม่ได้มีนโยบายระบุให้เจ้าหน้าที่ดูแลเพจเข้าไปตอบ ผู้วิจัยจึงไม่ได้รับการแสดงความคิดเห็นในประเด็นนี้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระศักดา สุนทรโร : ถ้าเราทำอย่างนั้น เราก็จะรู้ว่า สุดท้ายที่เราลงไป ก็เพื่อต้องการเช็ค เรตติ้ง ต้องการที่จะเห็นกระแสความนิยมที่เกิดจากเรา เคยถามตัวเองว่า ถ้าอย่างนั้น ความเป็นพระอยู่ตรงไหน ความเป็นพระอยู่ที่ต้องการนำเสนอตัวเอง โปรโมทตัวเอง อย่างนั้นใช่มั๊ย แล้วมันก็เสียนะ เพราะครั้งแรกๆ ที่ลงปั๊บ แล้วก็ดูปั๊บ แสดงว่าใจเรามั่นไม่ใช่ว่าแบบนี้ แสดงว่าใจเราต้องการโปรโมทตัวเอง

แล้วอย่างนี้ จะแตกต่างจากฆราวาสตรงไหน แต่ก็คงดูคอมเมนต์ ว่า มีใครตำเข้ามาหรือไม่ ถ้าตำเข้ามาปั๊บ ใช้คำไม่สุภาพปั๊บ พระอาจารย์ก็ต้องลบ ซึ่งตรงนี้ พระอาจารย์ก็ส่องเข้าไปคนเดียว จะให้คนอื่นมาดูแทนมันก็ไม่ได้ ใครจะว่าอย่างไรมาก็ผ่านไป แต่พระอาจารย์จะไม่โต้ตอบใครเลยนะ ใครถามอะไรเข้ามา ก็จะไม่ตอบ บางทีก็รู้สึกเกรงใจเขามากเหมือนกันนะ แต่ไม่ได้ตอบ ยิ่งช่องแอสเสจข้อความถามเข้ามามากมาย แต่ไม่ได้ตอบเลย เพราะความรู้สึกว่า การไปโต้ตอบกับคนตรงนั้น มันดูไม่เหมาะ ยิ่งถ้าเป็นเพศหญิงด้วย มาคุยส่วนตัว แม้จะผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มองยังไงก็มองไม่งาม แม้เราจะบริสุทธิ์ใจก็ตาม

ผู้วิจัย : แสดงว่า อย่างนี้ หากมีคนเข้ามาถึงพระอาจารย์ ผ่านการติดต่อเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน หรือเรื่องส่วนตัว ผ่านทางช่องทางแอสเสจบนเฟซบุ๊ก เราอาจจะไม่เห็นตรงนั้น

พระศักดา สุนทรโร : คือ ในเฟซบุ๊กนี้ แทบไม่ต้องพูดถึงเลย ใครติดต่อทางนั้นก็จบ เพราะพระอาจารย์ไม่เคยดู ไม่กล้าเปิดเข้าไปดู เพราะว่าถ้าหากว่าเราดูของเขา แล้วเราไม่ตอบ จะยิ่งทำให้รู้สึกไม่ดีไปกันใหญ่ เลยไม่ค่อยดู

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จากคำสัมภาษณ์ของพระศักดา สุนทรโร หนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง กับปฏิกริยาตอบสนอง ในกรณีการแชทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า พระศักดา จะไม่ตอบหรือสนใจข้อความที่ส่งผ่านด้วยช่องทางแชทบนเฟซบุ๊กเลย เพราะความรู้สึกว่า การที่พระสงฆ์ไปตอบผ่านช่องทางนั้น ช่องทางนี้ ดูไม่เหมาะสม ไม่รู้ว่าใครต่อใครบ้าง โดยเฉพาะโยมสีกาจะเพิกเฉยต่อแชทนั้นทันที แม้จะติดต่อกันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียก็ตาม แต่ยังรู้สึกว่าคุยส่วนตัวกับสีกาอยู่ดี เพราะมองไม่เหมาะสม เนื่องจากถือครองสมณะพระสงฆ์อยู่ สะท้อนถึงพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังมีสติใคร่ครวญว่าตนยังถือครองเพศบรรพชิตอยู่ตลอดเวลา จึงไม่สนใจที่จะเข้าไปคุยกับสีกาในแชทส่วนตัว และที่สำคัญไปกว่านั้น จะไม่เปิดอ่านด้วย เนื่องจากมีความรู้สึก ถ้ายังเปิดเข้าไปอ่านข้อความ แต่ไม่ยอมตอบ จะทำให้ผู้ส่งข้อความมาหาไม่ว่าเรื่องใดก็ตาม จะเสียความรู้สึก

สำหรับพระไพศาล วิสาโล อีกหนึ่งกลุ่มตัวอย่าง มีปฏิกริยาตอบสนองต่อกรณีการแชทผ่านเฟซบุ๊ก แตกต่างไปจากพระศักดา สุนทรโร คือ จะเปิดอ่านข้อความผ่านช่องทางแชทเฟซบุ๊กทุกวัน แต่หากเจอข้อความแปลกๆ โดยเฉพาะไปในทางส่อลามก อนาจาร จะเพิกเฉย หยุดการ

สนทนาไว้เท่านั้นทันที แต่หากเป็นข้อความสนทนาจากคนรู้จัก ข้อความที่เหมาะสมก็จะตอบ หรือสนทนาบ้าง ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ดูผ่านคอมฯ หรือมือถือครับ
- พระไพศาล วิสาโล : คอมพิวเตอร์ แต่แมสเสจเนี่ยดูเช็คทุกวันว่ามีแมสเสจอะไรเข้ามาบ้าง
- ผู้วิจัย : แล้วปัจจุบันที่บอกว่าไม่ได้เล่นเลย นี่คือ วันหนึ่งไม่ได้เล่นเลย?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ ถ้าอยู่วัดนะ บางวันแค่ดูแมสเสจมือถือ แค่นั้นส่วนเฟซบุ๊กคนอื่นนั้น ถ้าโผล่ก็จะดูบ้าง เพราะว่าอาตมามีปัญหาเรื่องของแพ็กเกจอินเทอร์เน็ต มันเดือนนึงเนี่ยทำได้ 500 เมก (เมกะไบต์) 500 เมก มันจะดูอะไรได้ใช่ไหม เราก็ซีเกียจ ถ้าเราใช้เกินโควตาเค้า ก็เดือดร้อน 500 เมกเดี๋ยวนี้ เฟซบุ๊กมันกินเมกกินความจำจะตาย ถ้าเราเปิดโหลดไป 10-20 เมกไปแล้ว
- ผู้วิจัย : แล้วในแซทเฟซบุ๊ก มีไหมอะไรที่ไม่เหมาะสม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่มี มีแต่യാลความอ้วนอะไรต่างๆ
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์ทำไงปล่อยไว้?
- พระไพศาล วิสาโล : ปล่อยไว้ อาตมาไม่ค่อยได้ดูด้วย คือ มันก็แปลกนะ อาตมาเพิ่งไปเปิดจากมือถือเนี่ยว่ามันมีคนรีเควสท์ทางแมสเสจเยอะไปหมดเลย บางคนก็ตั้งแต่มกราคมปีที่แล้ว แต่มันไม่ปรากฏในคอมพิวเตอร์ ไม่นับเป็นอย่างนั้นละ รีเควสท์ที่ขอส่งข้อความมาแล้วคอมพิวเตอร์ กับมือถือเนี่ย มันจะบอกว่า เราจะaccept (แอกเซพ) ไหม ถ้าแอกเซพเนี่ยมันก็จะไปโผล่ในคอม ถ้าไม่แอกเซพมันก็ไม่โผล่ในคอมนะ อาตมาก็เลยพบว่า บางคนเนี่ยขอส่งแมสเสจมาตั้งแต่ต้นปีเนี่ย อาตมาไม่รู้เลย คือ ตอนนี้อยู่ไม่รู้ไม่ค่อยทันเค้าอะ
- ผู้วิจัย : แล้วถ้าเจอข้อความแปลกๆ ในคอมเมนต์ทำยังไง พระอาจารย์ทำยังไงครับ?
- พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่มีมาด่าบ้าง ก็ไม่สนใจ
- ผู้วิจัย : แล้วมีที่ไปตอบบ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : มีบ้าง แต่น้อย คือ ดูว่าเค้าฟังหรือเปล่า บางทีเค้าดูเหมือนจะไม่ฟังก็ไม่ตอบ
- ผู้วิจัย : ก็คือ เค้าวิจารณ์มาเราก็พยายามชี้แจง?

- พระไพศาล วิสาโล : แล้วแต่กรณีฯ ไป ถ้าไร้สาระมาก ก็นิ่งเฉย
- ผู้วิจัย : เคยสัมภาษณ์พระอาจารย์คนอื่นๆมาเรื่องมีแมสเสจแปลกๆ
 ทั้กมา พระอาจารย์มีไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : แมสเสจเชิงอย่างว่ามีนะ แต่ตอนหลังก็อย่าไปคอมเมนต์
 มากกว่า
- ผู้วิจัย : มีสิกา ส่งข้อความหาอะไรบ้างมั๊ย
- พระไพศาล วิสาโล : มี เราก็งเฉยไปเลย บางทีก็ส่งข้อความมาพูดคุยเกิณงาม เราก็งเฉย
 ออกไปเลยง่ายกว่า

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์ของพระไพศาล วิสาโล หนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง กับ
 ปฏิกริยาตอบสนองในกรณีการแซทผ่านเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระไพศาล จะเข้าตรวจเช็คข้อความบน
 ช่องทางแซทด้วยคอมพิวเตอร์ทุกวัน และจะตอบข้อความผ่านช่องทางแซทในกรณีที่มิผู้ใช้เฟซบุ๊กมา
 ถามไถ่ หรือต้องการความรู้ต่างๆ แต่ถ้าเห็นว่าข้อความนั้นไร้สาระ หรือคิดว่าหากตอบไปแล้ว ผู้ใช้
 เฟซบุ๊กรายนั้นไม่สนใจ พระไพศาลจะปล่อยให้ผ่านไป ไม่ตอบผ่านช่องทางดังกล่าว ยิ่งถ้าเป็นเพศหญิงส่ง
 ข้อความมาจะเพิกเฉยทันที เพราะคิดว่าไม่มีความเหมาะสม การเป็นพระสงฆ์ต้องรู้จักปล่อยวาง

สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ
 เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา กับปฏิกริยาตอบสนองในกรณีการแซทผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น
 ผู้วิจัยพบว่า พระมหาวุฒิชัย ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว จึงไม่ได้แสดงความคิดเห็นเรื่องนี้ไว้ ส่วนเพจ
 พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี กลุ่มตัวอย่างได้ให้สัมภาษณ์ว่าเจ้าหน้าที่คอยดูแล และพระมหาวุฒิชัยมี
 นโยบายชัดเจนว่า จะเป็นเพจเฟซบุ๊กเพื่อแสดงข้อความ คติทางธรรมให้กับผู้สนใจได้นำไปคิด และ
 ปรับประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของแต่ละคน จะไม่มีนโยบายไปตอบคอมเมนต์ หรือส่ง
 ข้อความตอบกลับผ่านช่องทางแซทบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะพระมหาวุฒิชัยมองว่าเรื่องนี้เป็นเรื่อง
 ของทางโลกย์ ประกอบกับทางวัดไม่มีเจ้าหน้าที่เพียงพอไปตอบข้อความทั้งช่องทางคอมเมนต์ หรือ
 แม้แต่ช่องทางแซท ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์มีบอกมั๊ยครับว่าให้ตอบเมนต์ แซท หรือให้
 กดไลค์ บ้าง เวลาที่มีคอมเมนต์เข้ามา
- พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เราไม่ไปอะไรตรงนั้น เพราะมันเป็นเรื่องระดับโลกธรรม
 หมายความว่า จะเห็นด้วยหรือเห็นต่างอันนั้นไม่ใช่ปัญหาของ
 การทำงานทางพุทธศาสนาของพระอาจารย์ เพราะในฐานะ
 บุคคลสาธารณะ พระอาจารย์ไม่ได้มีปัญหากับความเห็นต่าง
 ไม่เคยรู้สึกว่าจะตัวเองจะบริสุทธิ์ผุดผ่องจากการถูกรวิพากษ์

วิจารณ์ สำหรับพระอาจารย์เรื่องนี้เป็นเรื่องธรรมดาจริงๆ เพราะไม่ว่าจะเห็นด้วยหรือเห็นต่าง ทั้งหมดถ้าทำอย่างเจตนาดี และมีหลักวิชา มีเหตุผลรองรับมันเอื้อหรือเกื้อกูลต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งปัญญา เพราะฉะนั้นเราจะเห็นว่าในนั้นจะมีคนเข้ามาถามปัญหา อาจจะมีคนเข้ามาคอมเมนต์ยกย่องส่งเสริม อาจจะมีคนเข้ามาโต้ว่าที่ตีวาทะ ซึ่งมีไม่ต้องสงสัยว่าไม่มี และมีเยอะด้วย อย่างบทความล่าสุดที่เขียนเรื่องอย่าลดทอนความเป็นมนุษย์ของคนที่เคยผิดพลาด มีคนเข้ามาดู 800,000 กว่าคน คอมเมนต์ 10,000 กว่าคน ส่งข้อความมาเยาะเย้ย แซร์ไป 10,000 กว่าครั้ง อย่างนี้เป็นต้น แต่เราไม่เคยมานั่งดูว่าใครเห็นด้วยหรือใครเห็นต่าง สิ่งที่ต้องการคือว่า ต้องการสื่อสารความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพระธรรมวินัย ทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งหมายแค่นั้น

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

5.2.4.6 กรณีการกดไลค์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา กับปฏิกริยาตอบสนองต่อการกดไลค์สเตตัสต่างๆ บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระศักดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล ซึ่งต่างมีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ผู้วิจัยพบว่า จะไม่เข้าไปกดไลค์สเตตัสบัญชีเฟซบุ๊กคนอื่นเลย ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ก็ตาม ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แล้วอย่างพวกเพจพระชื่อดังๆ หรือเพจข้อมูลข่าวสาร การศึกษา ต่างๆ พระอาจารย์เคยเข้าไปไลค์ ติดตาม อ่านข้อมูลบ้างมั๊ยครับ
- พระศักดา สุนทรโร : ไม่มีเลย
- ผู้วิจัย : แล้วอย่างสเตตัสคนอื่น เคยได้กดไลค์บ้างมั๊ย?
- พระศักดา สุนทรโร : ไม่มี ไม่มีเหมือนกัน

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : เวลามีคนมาโพสต์พระอาจารย์กดไลค์ใหม่ หรือปกติไปกดไลค์บ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่กดไลค์
- ผู้วิจัย : เข้าไปดูแล้วไม่กด?
- พระไพศาล วิสาโล : อืม

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งมีเพจเฟซบุ๊กที่ดูแล โดยเจ้าหน้าที่ ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นของตนเอง ทำให้ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นในส่วนปฏิกริยาสนอง กรณีการกดไลค์บัญชี เฟซบุ๊กคนอื่นได้

5.2.4.7 กรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์)

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นปฏิกริยาตอบสนองในกรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์) บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูป ที่มีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเอง ทั้งพระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล ไม่เคยลบใคร (อันเฟรนด์) ออกจากการเป็นเพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก เพราะมองเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือช่วยเผยแพร่พระธรรมคำสอน เป็นสื่อสาธารณะที่ใครก็สามารถเข้ามาดูได้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เคยลบใครออกจากเป็นเพื่อนเฟซบุ๊กมั๊ยครับ?

พระศักดา สุนทรโร : ไม่เคย ไม่มีความจำเป็นต้องทำอย่างนั้น พระอาจารย์คิดว่า เราต้องการสื่อสารธรรมะ ใครจะมาเป็นเพื่อนเราก็ตาม เขาก็จะมีโอกาสได้เห็นสิ่งที่เราส่งไป อย่างน้อยก็ผ่านหูผ่านตาเขา เหล่านั้น

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เลือกที่จะอันเฟรนด์บ้างไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ไม่ อาตมาไม่เคยอันเฟรนด์ มีแต่คนอันเฟรนด์อาตมา คือ อาตมาไม่เคยบล็อกเลยนะ ต่างๆ ไปช่วงปี 2553 ต่างกันละทะเล

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งมีเพจเฟซบุ๊กที่ดูแล โดยเจ้าหน้าที่ ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นของตนเอง ทำให้ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นในส่วนปฏิกริยาสนอง กรณีการลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์) ได้

5.2.4.8 กรณีการบล็อกเพื่อน

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อปฏิกริยาตอบสนองในกรณีการบล็อกเพื่อนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้งพระศักดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล ต่างไม่เคยคิดบล็อกใคร ยังมีสถานะเป็นพระสงฆ์แล้ว การคิดไม่ดีกับเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กกลับ ก็เป็นสิ่งที่ไม่ดี เป็นพระสงฆ์ จึงจำเป็นต้องตัดเรื่องความเป็นทางโลกย์โดยสิ้น จึงไม่จำเป็นต้องกีดกันใครที่เข้ามาสนใจเชิงเราทั้งนั้น ยิ่งคิดแยกแยะได้มากเท่าใด ก็ยิ่งดีเท่านั้น ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์เคยบล็อกใครออกจากการเป็นเพื่อนบ้างมั๊ย
- พระศักดา สุนทรโร : พระอาจารย์มองว่า เป็นพระแล้ว เราตัดเรื่องแบบคนในทางโลกย์ได้แล้ว ไม่จำเป็นจะต้องกีดกันใครออกไป
- ผู้วิจัย : แม้แต่คนไม่ดีก็ตาม หรือเขาอาจจะคิดไม่ดี ด่าเรา อะไรทำนองนี้
- พระศักดา สุนทรโร : ถ้าเขาคิดกับเราไม่ดี แล้วถ้าเราคิดโกรธ คิดแค้นกับเขา แล้วเราก็คงไม่ต่างจากเขา แต่เราเป็นพระ เขาจะคิดยังไงก็เรื่องของเขา แต่ถ้าเราคิดแยกแยะได้ นั่นคือ สิ่งดีงามแล้ว

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : พระอาจารย์เลือกที่จะอันเฟรนด์บ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่ อาตมาไม่เคยอันเฟรนด์ มีแต่คนอันเฟรนด์อาตมา คือ อาตมาไม่เคยบล็อกเลยนะ ต่างๆ ไปช่วงปี 2553 ต่างกันและทะเล

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของพระมหาวิมลชัย วชิรเมธี ซึ่งมีเพจเฟซบุ๊กที่ดูแลโดยเจ้าหน้าที่ ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นของตนเอง ทำให้ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นต่อปฏิกริยาสนอง ในกรณีการบล็อกเพื่อนร่วมบัญชีเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้

เมื่อพิจารณาการมีปฏิกริยาตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งกรณีการรับเป็นเพื่อน การขอเป็นเพื่อน การตอบคอมเมนต์ การส่งคอมเมนต์ การแชทผ่านเฟซบุ๊ก การกดไลค์ การลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์) การบล็อกเพื่อน การมีปฏิกริยาตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป มีแนวทางปฏิบัติแทบไม่แตกต่างไปจากการครองตนในสถานะสมณะเพศในชีวิตจริง โดยเฉพาะพระศักดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล ที่จะเห็นได้ชัดเจน เนื่องจากมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นของตนเอง ซึ่งพระกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูป แทบจะไม่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กมาเป็นเครื่องมือในการสร้างความบันเทิง เหมือนกับการใช้ของฆราวาสทั่วไป แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแผ่ศีลธรรม คำสอน ข้อคิดต่างๆ ให้กับพุทธศาสนิกชนไปปรับใช้ในชีวิตรจริง โดยวางตัวเป็นกลางให้เหมาะสมกับที่เป็นพระสงฆ์ ไม่คิดคดีใดๆ คิดอยู่ตลอดเวลาว่าครองตนเป็นสงฆ์อยู่ เข้าใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือสื่อสารเผยแผ่ศาสนา เอื้อต่อการเพิ่มพูนทางปัญญา ไม่ได้ใช้เพื่อเล่น เพื่อบันเทิงแต่อย่างใด แต่อาจจะมีพระไพศาล ที่ใช้เฟซบุ๊กในแนวทางแห่งปราชญ์ ผ่านการเขียนเรื่องสั้น บทความ หนังสือต่างๆ แล้วถ่ายทอดเรื่องราว สาระความรู้ผ่านบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ดังนั้น เรื่องการรับเป็นเพื่อน การขอเป็นเพื่อน การลบจากการเป็นเพื่อน (อันเฟรนด์) การบล็อกเพื่อน จึงไม่เลือกว่าจะรับ หรือไม่รับใคร จะไม่ลบใครหรือบล็อกใครจากการเป็นเพื่อน เพราะพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยึดแนวทางตามที่ครองตนเป็นพระสงฆ์ ไม่เลือกปฏิบัติ หรือปฏิเสธญาติโยมไม่ว่าจะยากดีมีจน หรือประพตติดี หรือประพตติชั่วก็ตามที่

เช่นเดียวกับเรื่องการกดไลค์ การคอมเมนต์ และการส่งคอมเมนต์ ก็นิ่งเฉยเช่นกัน ไม่ประหลาดในสิ่งที่เกินงาม จึงไม่คิดที่จะกดไลค์ คอมเมนต์ใดๆ

สำหรับสิ่งที่แตกต่างระหว่างพระศักดา กับพระไพศาล คือ พระศักดา จะนิ่งเฉยเรื่องการแซทส่วนตัวโดยไม่คิดแม้แต่จะเปิดอ่าน เพราะรู้สึกถึงความไม่เหมาะสม ยิ่งถ้าเป็นสีกา หากแซทส่วนตัวด้วยแล้ว ในขณะที่ห่มผ้าเหลืองอยู่ยิ่งดูไม่เหมาะสม แม้จะบริสุทธิ์ใจก็ตาม เพราะแซทผ่านเฟซบุ๊กก็เสมือนให้คุยกันส่วนตัวสองต่อสอง แต่สำหรับพระไพศาล จะเข้าตรวจเช็คข้อความผ่านแซทเฟซบุ๊กทุกวัน และพร้อมยินดีตอบหากเห็นว่าข้อความนั้นเหมาะสม แต่หากคิดว่าเป็นเรื่องไร้สาระ ก็จะนิ่งเฉย เช่นเดียวกับกรณีที่มีสีกาส่งข้อความผ่านแซทก็จะนิ่งเฉยเช่นกัน เนื่องจากยังครองตนเป็นพระภิกษุสงฆ์

ส่วนในกรณีของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี แม้จะไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่ก็มีสิ่งหนึ่งที่เหมือนกับพระศักดา สุนทร และพระไพศาล วิสาโล คือ ให้ลูกศิษย์ที่ทำหน้าที่ดูแลเพจนิ่งเฉย กับการตอบคอมเมนต์ต่างๆ เพราะเห็นว่าหน้าที่ของสงฆ์คือ การให้ศีลธรรม ส่วนใครจะมาคอมเมนต์ว่าอย่างไร ก็ปล่อยไป เพราะคอมเมนต์แต่ละสเตตัสมีเป็นหลักพัน หลักหมื่น คนดูแลเพจมีเพียงไม่กี่คน คงไม่เพียงพอสำหรับการตอบคอมเมนต์ต่างๆ ที่มีความหลากหลายทางความคิด อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมต่อปฏิกริยาตอบสนองต่างๆ บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กมหาวุฒิชัย ไม่แตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูปที่จะนิ่งเฉยกับแนวทางประพฤตินบน เฟซบุ๊กไปในทางโลกย์ เพราะเชื่อว่าการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์จะต้องใช้งานในกรอบความเหมาะสม ภายใต้การครองตนเป็นพระสงฆ์ มากกว่าฆราวาสทั่วไปใช้อย่างแน่นอน

สรุปแล้วกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่วรรณธรรม พระพุทธศาสนา กับปฏิกริยาตอบสนองในภาพรวมที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น พบว่า เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ พระศักดา สุนทร และพระไพศาล วิสาโล จะเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เมื่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์สมาร์ทโฟน พร้อม และว่างเว้นจากกิจนิมนต์ต่างๆ ในแต่ละวัน โดยอย่างน้อยต้องเข้าใช้เฟซบุ๊กทุกวันวันละ 1-2 ครั้ง แต่ไม่ใช่ทุกครั้งที่มีโอกาส ยกเว้นพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่จะเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เมื่อมีลูกศิษย์นำคติธรรม คำสอน เข้ามาให้ตรวจก่อนนำโพสต์ในเพจเฟซบุ๊ก “พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” หรือเมื่อมีโอกาสใช้งานในวาระที่เหมาะสม ไม่มีความแน่นอนในเรื่องของวันและความถี่ในการเข้าใช้งาน เท่ากับว่าพระสงฆ์ทุกรูปยังใช้งานบนพื้นฐานความรู้สึกนึกคิดบนโลกแห่งความจริง การเข้าใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป ต่างแทบไม่มีพฤติกรรมอะไรแตกต่างไปจากการประพฤติปฏิบัติในฐานะพระสงฆ์บนโลกแห่งความจริง ทั้งเรื่องการวางตัวเหมาะสมของพระสงฆ์กับการใช้เฟซบุ๊ก การยังให้ความสำคัญเรื่องต่างเพศกับการใช้งานเฟซบุ๊ก การไม่ฝักใฝ่เข้าถึงอุปกรณ์เพื่อใช้งานเฟซบุ๊ก รวมถึงความถี่ ช่วงเวลา และระยะเวลาการใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละครั้ง แต่ละวัน สามารถนับครั้งได้

5.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

ในการการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือ วัดและวิเคราะห์ผลการรับรู้เรื่องราวในแง่มุมต่างๆ จากผู้ใช้สื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 5.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ
- 5.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค
- 5.3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค
- 5.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ

5.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ

ตารางที่ 5.8

แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาภูติชัย วชิรเมธี
ระดับความสนใจในการเปิดรับ	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นพระมีชื่อเสียง จึงไม่ค่อยได้เข้าใช้เฟซบุ๊ก - สนใจในการเปิดรับในช่วงจะโพสต์คำสอนลงเฟซบุ๊กในแต่ละวัน ช่วงเช้าและช่วงเย็น 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นพระมีชื่อเสียง จึงไม่ค่อยได้เข้าใช้เฟซบุ๊ก - สนใจในการเปิดรับในเนื้อหาที่สนใจพิเศษ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นพระมีชื่อเสียง จึงไม่ค่อยได้เข้าใช้เฟซบุ๊ก - สนใจในการเปิดรับบางครั้งคราว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทุกรูปต่างมีความสนใจในการเปิดรับเฟซบุ๊กทุกวัน แต่ไม่ใช่ทุกครั้งที่ว่าแล้วต้องเข้าเฟซบุ๊กทันที ขึ้นอยู่กับความตั้งใจว่าจะเข้าใช้เฟซบุ๊กหรือไม่ในช่วงที่พระกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสว่างจากกิจนิมนต์ หรือกิจกรรมอื่นๆ ก็ตาม นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่าง

พระสงฆ์ไม่มีเวลามากนัก เนื่องจากเป็นพระมีชื่อเสียงจึงมีกิจนิมนต์ต่างๆ มากมายในแต่ละวัน นอกจากนี้ ยังพบว่า ในกรณีของพระศักดา จะมีการตัดต่อวิดีโอเกี่ยวกับคติธรรมคำสอนแล้วเสร็จ ก่อนนำโพสต์ ลงบนเว็บไซต์เพจเฟซบุ๊ก พระศักดา สุนทรโร ในช่วงเช้า และช่วงเย็นของแต่ละวัน และในกรณีของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่จะต้องตรวจความถูกต้องของคติธรรมสอนใจต่างๆ จากลูกศิษย์ ก่อนลูกศิษย์นำขึ้นโพสต์ในเพจเฟซบุ๊กพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ในแต่ละครั้ง ซึ่งมีความถี่ไม่แน่นอน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระศักดา สุนทรโร : ตรงนี้ นั่นก็คือ หลักการประมาณว่า ทุกครั้งที่เราโพสต์ลงไป แล้วเราก็คิดเรื่องใหม่ๆ ขึ้นมา นั่นแหละ เรากำลังคิดให้ประโยชน์เขา แต่ประโยชน์นี้ขึ้นกับเราก่อนแล้ว เพราะจิตเรานี้ คิดเรื่องธรรมะทุกวันๆ มันคือ กรรมฐานอยู่ในตัว พระพุทธเจ้า ตรัสว่า ภิกษุทั้งหลาย บุคคลใดมีจิตเมตตาตลอดเวลา บุคคลนั้น เชื่อว่ามีจิตไม่ห่างจากสมาธิเลย ดังนั้น ถ้าใจเราคิดอย่างเดียว เหย็นนี้เราจะโพสต์อะไร เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้บ้าง แต่มันก็จะไปหมิ่นอยู่กับประมาณว่า เพราะต้องการเสนอตัวเอง ให้คนเห็นเราทุกวันๆ ไซ้มัน เป็นหลักการตลาด เพื่อให้คนรู้จัก เราไซ้มัน เข้า-เย็นๆ มันเหมือนหลักการจีบสาว ไปเช้า ไปเย็น ไปเช้า ไปเย็น พอวันไหนเราหายไปสักวันหนึ่ง สาวๆ ก็จะคิดว่า วันนี้ไปไหน เหมือนชีวิตขาดอะไรไปอย่าง แต่มันก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า เมื่อเราต้องการกินกล้วยเดี่ยว มันต้องมีขาม กล้วยเดี่ยวอยู่กับพื้นไม่ได้ เมื่อเราต้องการให้เขามีธรรมะ ธรรมะมันลอยมาจากลมที่ไหนล่ะ มันก็ยังมีบุคคลที่เหมือนภาชนะที่ใสอยู่ สุดท้ายเราก็เลยต้องโข้วขาม เพื่อให้คนต้องกินกล้วยเดี่ยว ก็พยายามบอกตัวเอง ตรงนี้ว่า หากเราจะทำงาน เราก็ต้องพยายามทำความเข้าใจสักกะ แต่ก็ไม่ใช่ว่า ทำจนจิตหลุดไปตรงนั้นได้ เราก็ไม่ได้เก่งขนาดนั้นนะ เราพยายามทำความเข้าใจสักว่า ไม่ใช่เพียงเพราะเสนอตัวเองทุกวัน พยายามทำตัวเองเป็นพระเอก ไปดูโลศ์ทุกวัน ไม่ถึงขนาดนั้น (หัวเราะ)

ผู้วิจัย : แล้วถ้าจะดูข้อมูล ข่าวสารบ้านเมืองต่างๆ จะดูผ่านช่องทางไหน
พระศักดา สุนทรโร : ถ้าจะดู ก็ดูผ่านโทรทัศน์ แต่ส่วนใหญ่ คือ ไม่รู้ละ คนอย่างพระอาจารย์ ไม่ค่อยติดตามใครในช่องทางนั้นเลย คือ ถ้าพระอาจารย์จะดูช่องทางนั้นทุกวัน หรือรู้กระแสสังคมทุกวัน มันจะ

มีวันความคิดเกี่ยวกับเรื่องใหม่ๆ เข้ามา แล้วเอาธรรมะเข้าไปเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ได้เร็วมากเลย เพราะเราก็ไม่ค่อยมีเวลาได้ดูอยู่แล้ว พอบรรยายจบ ขึ้นรถ คนขับรถ จะรู้แล้วว่าเราจะหลับแล้ว เพราะว่าเราเพลียมาก

ผู้วิจัย : แล้วไม่ดูบ้างหรือครับ อย่างเพลงของพระรูปนี้มีแนวความคิดแบบนี้แล้ว อาจจะนำมาปรับประยุกต์ใช้ในเพลงของพระอาจารย์เอง

พระศักดา สุนทรโร : มันเหมือนเราไม่มีเวลามากพอที่จะเข้าไปดูแบบนี้

ผู้วิจัย : คือ จากตารางงาน กิจนิมนต์ หรือว่าการปฏิบัติงานทั้งวันแล้ว ก็จะมีเวลาค่อนข้างรัดกุม อย่างนั้นหรือครับ

พระศักดา สุนทรโร : หนึ่ง ไม่มีเวลามากพอ สอง ก็คือ คิดว่า เราก็ไม่จำเป็นต้องไปรู้ของใครมากมาย สาม พระไตรปิฎกก็ถือว่าเป็นแกนกลางอยู่แล้ว เพราะพระไตรปิฎก คือ คำสอนของพระพุทธเจ้าโดยตรง เราถือว่าเอาตรงนี้ เป็นแกนกลางไว้ดีกว่า

ผู้วิจัย : พระอาจารย์จำได้มั๊ยว่า เพลงเฟซบุ๊ก มีคนมากดไลค์ กดติดตามจำนวนเท่าไรแล้ว ตั้งแต่เปลี่ยนเป็นเพจสาธารณะ

พระศักดา : อันนี้ พระอาจารย์ไม่เคยเข้าไปดู มีได้ด้วยหรือ พระอาจารย์เห็นว่า เราตั้งใจทำแล้ว ความหวังคือ ให้คนที่เข้ามาดู ได้เอาไปคิดไปปรับใช้ ไม่ใช่เราทำเพื่อหวังจำนวนคนมากดไลค์ มาติดตามมันคงไม่ใช่

ผู้วิจัย : เคยเช็คยอดไลค์ คอมเมนต์ แต่ละครั้ง ที่เราได้โพสต์วิดีโอเนื้อหาต่างๆ ลงไป

พระศักดา สุนทรโร : พอถ่ายเสร็จ พอโพสต์เสร็จปั๊บ ก็ปิดละ วางโทรศัพท์ไว้ละ แล้วก็ทำตามกิจวัตรสงฆ์

ผู้วิจัย : ไม่ได้แบบว่า โพสต์เสร็จแล้ว มาถึงขั้นดู ยอดไลค์ เราเพิ่มขึ้นเยอะมั๊ย ทุก 5 นาที 10 นาที หรือมีใครเข้ามาคอมเมนต์อะไรบ้าง

พระศักดา สุนทรโร : ถ้าเราทำอย่างนั้น เราก็จะรู้ว่า สุดท้ายที่เราลงไป ก็เพื่อต้องการเช็คเรตติ้ง ต้องการที่จะเห็นกระแสความนิยมที่เกิดจากเรา เคยถามตัวเองว่า ถ้าอย่างนั้น ความเป็นพระอยู่ตรงไหน ความเป็นพระอยู่ที่ต้องการนำเสนอตัวเอง โปรโมทตัวเอง อย่างนั้นใช่มั๊ย แล้วมันก็เสียนะ เพราะครั้งแรกๆ ที่ลงปั๊บ แล้วก็ดูปั๊บ แสดงว่า

ใจเรามันไม่ใช่แล้วแบบนี้ แสดงว่าใจเราต้องการโปรโมทตัวเอง แล้วอย่างนี้ จะแตกต่างจากขรรวาวาสดตรงไหน แต่ก็คงดูคอมเมนต์ ว่า มีใครตำเข้ามาหรือไม่ ถ้าตำเข้ามาปั๊บ ใช้คำไม่สุภาพปั๊บ พระอาจารย์ก็ต้องลบ ซึ่งตรงนี้ พระอาจารย์ก็ส่งเข้าไปคนเดียว จะให้คนอื่นมาดูแทนมันก็ไม่ได้ ใครจะว่าอย่างไร มากี่ผ่านไป แต่พระอาจารย์จะไม่ได้ตอบใครเลยนะ ใครถามอะไรเข้ามา ก็จะไม่ตอบ บางทีก็รู้สึกเกรงใจเขามากเหมือนกันนะ แต่ไม่ได้ตอบ ยิ่งช่องแมสเสจข้อความถามเข้ามามากมาย แต่ไม่ได้ตอบเลย เพราะความรู้สึกว่า การไปโต้ตอบกับคนตรงนั้น มันดูไม่เหมาะสม ยิ่งถ้าเป็นเพศหญิงด้วย มาคุยส่วนตัว แม้จะผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มองยังไงก็มองไม่งาม แม้เราจะบริสุทธิ์ใจก็ตาม

ผู้วิจัย : แล้วอย่างพวกเพจพระชื่อดังๆ หรือเพจข้อมูลข่าวสาร การศึกษา ต่างๆ พระอาจารย์เคยเข้าไปไลค์ ติดตาม อ่านข้อมูลบ้างหรือไม่ครับ

พระศักดา สุนทรโร : ไม่มีเลย

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จะเห็นได้ว่า จากบทสัมภาษณ์พระศักดา สุนทรโร หนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระศักดา สุนทรโร มีโอกาสเข้าใช้เฟซบุ๊กสูงเหมือนกับพระสงฆ์ทั่วไป ยิ่งเป็นแอดมินดูแลเพจเฟซบุ๊กของตนเอง เท่ากับว่าความอิสระเสรีในการท่องเว็บไซต์เฟซบุ๊กมีสูงกว่าพระกลุ่มตัวอย่างรูปอื่น เพราะถ้าเทียบกับพระไพศาล เพจเฟซบุ๊กที่ใช้ชื่อ “ข้อธรรม คำสอน พระไพศาล วิสาโล” เป็นการดูแลเว็บไซต์โดยลูกศิษย์ที่ตั้งใจทำขึ้นมา เพื่อนำคำสอนจากพระไพศาล หรือคำสอนจากที่อื่นมาเผยแพร่โพสต์บนเพจเฟซบุ๊กของพระไพศาล เป็นสื่อกลางไปยังพุทธศาสนิกชน หรืออย่างพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่มีความชัดเจนไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว และให้ลูกศิษย์เป็นผู้ดูแลเพจเฟซบุ๊ก แต่ผู้วิจัยกลับพบว่า พระศักดา กลับไม่ค่อยสนใจเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ยกเว้นว่าเป็นช่วงที่จะโพสต์คำสอนลงบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งจะใช้เวลากับเฟซบุ๊กไม่กี่นาที

ประเด็นสำคัญ พระศักดา จะใช้เวลาอัดวิดีโอสั้นๆ แล้วตัดต่อภาพ ปรับเสียงให้ชัดเจน จากนั้นก็โพสต์ลงเฟซบุ๊กเสร็จเรียบร้อย ก็รีบไปงานกิจนิมนต์ต่างๆ ต่อ เพราะเป็นพระมีชื่อเสียง วันหนึ่งๆ มีกิจนิมนต์ราว 3-4 งาน หรือทั้งปีมีนับเป็นพันๆ งาน จึงแทบไม่มีเข้าใช้งานเฟซบุ๊กได้ทั้งวัน เมื่อกลับมาช่วงตอนเย็นจึงโพสต์วิดีโอสั้นๆ จากการถ่ายทำลงเฟซบุ๊กอีกครั้ง ส่วนระหว่างวัน พระศักดาระบุว่า ไม่มีเวลามามัวสนใจเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งการดูยอดจำนวนไลค์ รายละเอียดคอมเมนต์

การตอบแชทผ่านเฟซบุ๊ก หรือกดติดตามเพจต่างๆ บนเฟซบุ๊ก เพื่อทราบความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารต่างๆ นั้น และพระศักดา ยังระบุชัดเจนอีกว่าไม่ได้กดไลค์เพจเฟซบุ๊กใครทั้งนั้น สะท้อนให้เห็นว่า พระศักดา แทบไม่ได้สนใจเฟซบุ๊ก แต่สนใจเนื้อหาที่คิดไตร่ตรองไว้ และแปลงเป็นวิดีโอสั้นๆ ก่อนโพสต์ให้คนได้อ่าน ได้ชมมากกว่า

ด้านพระไพศาล วิสาโล อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มีมุมมองต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างไปจากพระศักดา โดยผู้วิจัยพบว่า พระไพศาล จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเมื่อมีโอกาส และรู้สึกว่ายากเข้าใช้งาน แต่จะไม่เข้าใช้งานทุกครั้งเมื่อมีเวลาว่าง รวมถึงปัจจัยเรื่องสัญญาณอินเทอร์เน็ตในขณะนั้นพร้อมหากไม่พร้อมก็ปล่อยให้ไม่ได้ขวนขวาย ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พระอาจารย์ได้เล่นเฟซบุ๊กบ้างไหม?

พระไพศาล วิสาโล : เล่นหรือ ไม่ค่อยได้เล่นจริงจัง เดียวนี้ไม่ค่อยอัปโหลดอะไรแล้ว สเตตัสก็ไม่ค่อยมีแล้ว

ผู้วิจัย : แล้วเมื่อก่อนพระอาจารย์เล่นเองโพสต์เอง?

พระไพศาล วิสาโล : ก็ไม่ค่อยมีเวลาแล้ว ก็เบื่อๆ ด้วย เฟซบุ๊กเดี๋ยวนี้มัน... เอาไว้ใช้ค่ากันก็เลยไม่ค่อยประเทืองปัญญาเท่าไร

ผู้วิจัย : แล้วปกติเพจของพระอาจารย์จะมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยโพสต์?

พระไพศาล วิสาโล : ไม่ใช่เจ้าหน้าที่หรอก ก็เป็นเค้าทำของเค้าเอง ก็เป็นชื่อพระธรรมคำสอนก็ไปใส่ เค้าทำของเค้าเอง

ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์ต้องดูก่อนไหม?

พระไพศาล วิสาโล : ไม่ดู ก็เรื่องของเค้าเลย

ผู้วิจัย : ที่ไม่ค่อยได้ใช้เฟซบุ๊กนานเท่าไรแล้ว?

พระไพศาล วิสาโล : 2-3 ปีแล้ว คือ พอการเมืองมันประเภทว่าไม่ค่อยได้ฟังกันแล้ว ก็โพสต์ไปคนก็ไม่ค่อยฟังกันแล้ว มีแต่คนเอามาใช้ เพื่อสนับสนุนความเห็นตัวเอง โพสต์ธรรมะก็มี แต่โพสต์นิดหน่อย

ผู้วิจัย : แล้วปัจจุบันที่บอกว่าไม่ได้เล่นเลย นี่คือ วันหนึ่งไม่ได้เล่นเลย?

พระไพศาล วิสาโล : คือ ถ้าอยู่วัดนะของแพ็กเกจ มันเดือนนึงเนียทำได้ 500 เมก (เมกะไบต์) 500 เมกมันจะดูอะไรได้ใช้ไหม เราก็ชี้เกียง ถ้าเราใช้เกินโควตาเค้าก็เดือนร้อน 500 เมกเนีย เดียวนี้เฟซบุ๊กมันกินเมก กินความจำจะตาย ถ้าเราเปิดโหลดไป 10-20 เมกไปแล้ว บางวันแค่ดูแมสเสจมือถืออ้อ ส่วนเฟซบุ๊กคนอื่นนั้น ถ้าไฟล์ก็จะดูบ้าง

- ผู้วิจัย : อันนี้คือ ดูจากในโทรศัพท์หรือในคอมพิวเตอร์?
- พระไพศาล วิสาโล : คอมพิวเตอร์ ถ้าอยู่กรุงเทพเนี่ยมีสัญญาณไวไฟ อาตมาก็จะ
คล่องหน่อย แต่ว่าก็ดูไม่ก็เจ้าหอรอกของตัวเองบ้าง..ของตัวเองยังไม่ค่อยดูเลย ที่เป็นรูปปลากะโดดอะ
- ผู้วิจัย : ขออนุญาตเฟซบุ๊กพระอาจารย์ได้ไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ที่เป็นรูปปลากะโดดอะ
- ผู้วิจัย : ตอนเล่นช่วงแรกๆ นี้ มีติดเฟซบุ๊กไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่อะ
- ผู้วิจัย : แล้วมีหยิบขึ้นมาดูบ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ ถ้ามันมีสัญญาณเช่นอยู่สนามบิน อะดูหน่อย แต่ช่วงหลังอะ
ดูน้อยลงเพราะค่อนข้างจะน่าเบื่อ
- ผู้วิจัย : เบื่อเรื่องไหน? การวิพากษ์วิจารณ์?
- พระไพศาล วิสาโล : ด้วยๆ
- ผู้วิจัย : เรื่องการเมือง?
- พระไพศาล วิสาโล : ฮ่าๆๆๆๆ
- ผู้วิจัย : อย่างเพจต่างๆ พระอาจารย์ได้กดไลค์ กดติดตามอะไรบ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไปไลค์ไม่เคยไลค์ คือ ไลค์แล้วมีปัญหา คือ ถ้าอาตมาไปกดไลค์
คนนั้นคนนี้ เค้าก็จะมาบอกว่าทำไมไม่ไลค์เค้าบ้าง อาตมาก็เลย
ไม่กดซะเลย
- ผู้วิจัย : พวกเพจข้อมูลข่าวสาร บันเทิง การเมือง?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็ดูบ้าง แต่ไม่มาก อย่างเฟซบุ๊กของพิภพ อุดมอิทธิพงษ์
(ชื่อ เฟซบุ๊ก Pipob Udomittipong) ก็เข้าไปดูหน่อย หรือของ
สมศักดิ์ (สมศักดิ์ เจียมธีรสกุล ชื่อเฟซบุ๊ก Somsak Jeam
teerasakul) เจี้ยก็ดูหน่อย ดูข้อมูลอะไรที่ไม่เคยได้ยิน ไม่ค่อย
ได้รู้
- ผู้วิจัย : คือ เป็นเพื่อนรุ่นเดียวกัน? เป็นเพื่อนที่มีประสบการณ์มา
ด้วยกัน?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ เฟซบุ๊กเวลาเราติดตามอะไร มันก็จะขึ้นมาว่าเราสนใจ
อย่างข่าวบ้านการเมือง
- ผู้วิจัย : รู้ได้ไงว่าเราสนใจ?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ มันมีความถึในการรู้ว่าเราเข้าไปดูอะไรมาบ้างอะไรแบบนี้

- ผู้วิจัย : เพลงของคนนั้นคนนี้หรือ?
- พระไพศาล วิสาโล : อย่างนั้น
- ผู้วิจัย : แล้วถ้าเกิดเราไม่ไปดูเพลงใครเลยแบบนี้ล่ะ?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็น่าจะไม่ค่อยขึ้นให้เห็น
- ผู้วิจัย : แสดงว่ามีการขึ้นโชว์ความน่าสนใจเรื่องเพลงการเมืองบ่อย?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่ เรื่องการเมืองนี่น้อยมาก มีแต่เรื่องส่วนตัวไปเที่ยวไปกินนั่นกินนี่แบบนี้ก็เยอะนะ คือ มันก็คือ ไอ้ที่หน้าวอลล์มันไม่ค่อยมีอะไรแล้วเดี๋ยวนี้ แต่ถ้าไปดูนั่นดูนี่มันก็จะทะเลาะกัน

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระไพศาล วิสาโล พระสงฆ์ในกลุ่มตัวอย่าง ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า ในภาพรวมมีความสนใจเฟซบุ๊กในระดับที่มากกว่าพระศักดา สุนทรโร ถึงแม้มีเฟซบุ๊กส่วนตัวและดูแลเพจเฟซบุ๊กเอง รวมถึงพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่ไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่ส่วนใหญ่แล้ว เนื้อหาที่สนใจ และเข้าไปดูจะเป็นองค์ความรู้ทางวิชาการหรือเนื้อหาที่ไม่ค่อยปรากฏเป็นที่ทราบโดยกันโดยทั่วไป ไม่ปรากฏเนื้อหาด้านบันเทิง ยกเว้นว่าหากเปลี่ยนสถานที่จำวัด ก็จะใช้เฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางบ้าง แต่ในช่วงระยะหลังการเมืองปี 2553 พระไพศาลไม่ค่อยสนใจเฟซบุ๊ก จะเข้าใช้เมื่อมีโอกาส ไม่ได้ชวนขวยตลอดเวลา ตามที่พระไพศาลยกตัวอย่างเช่น ถ้าสนามบินมีสัญญาณไวไฟ ก็จะใช้เข้าใช้ เนื่องจากเบื่อสถานการณ์การทะเลาะกัน ด้วยชนวนเหตุความเห็นต่างทางการเมือง เท่ากับว่า โดยรวมแล้วพระไพศาล ไม่ค่อยสนใจเล่นเฟซบุ๊ก แม้ช่วงที่เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยๆ อาจจะทำให้ความสนใจค่อนข้างมาก แต่เมื่อการเมืองปี 2553 จึงกลายเป็นจุดเปลี่ยนให้พระไพศาล ไม่ค่อยสนใจเข้าใช้เฟซบุ๊ก และลดความสนใจลงเรื่อยๆ มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการเมืองปี 2553 เกิดขึ้นหลังจากเฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทยได้ราว 1 ปี หรือประมาณปี พ.ศ. 2552 (ข้อมูลจากเว็บไซต์ <https://www.marketingoops.com/reports/thailand-southeast-asia-lead-facebook-growth/>, 17 กุมภาพันธ์ 2560) แต่นับจากปี 2553 จนถึงปัจจุบันก็ประมาณ 6-7 ปีแล้ว ที่พระไพศาล ไม่ค่อยสนใจเฟซบุ๊ก

สำหรับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่าพระมหาวุฒิชัยแทบจะไม่มี ความสนใจในเว็บไซต์เฟซบุ๊กเลย เนื่องจากไม่คิดมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นส่วนตัว ยกเว้นมีเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ มีลูกศิษย์คอยดูแล และพระมหาวุฒิชัยต้องคอยตรวจสอบข้อมูลต่างๆ จากลูกศิษย์ก่อนขึ้นโพสตีในเพจเฟซบุ๊ก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : นอกจากแฟนเพจในเฟซบุ๊ก มีเพจส่วนตัวของตนเองหรือไม่ครับ
- พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เฟซบุ๊กที่มีเป็น official ของสถาบันวิมุตตยาลัยในการกำกับของ มูลนิธิวิมุตตยาลัย เพื่อการเผยแพร่พุทธศาสนาอย่างเป็นทางการเท่านั้น ไม่มีเรื่องส่วนตัวในนี้เลย
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์คิดจะเล่นเฟซบุ๊กหรือไม่
- พระมหาวุฒิชัย : เรื่องเล่นไม่ได้อยู่ในความคิด งานล้นๆ แต่มีฝ่ายสื่อที่ดูแล
- ผู้วิจัย : ศัพท์ มาเร็วไปเร็ว อย่างครีช จูจี ที่ชอบพิมพ์ในเฟซบุ๊ก พระอาจารย์รู้จักมั๊ยครับ
- พระมหาวุฒิชัย : เรารู้ แต่พระอาจารย์อยากถามว่า เราจำเป็นต้องใส่ใจกับคำศัพท์เหล่านี้มั๊ย
- ผู้วิจัย : อาจารย์เคยลองใช้เฟซบุ๊กดูไหมครับ เช่น กดเข้าไปดู
- พระมหาวุฒิชัย : ตั้งแต่ใช้มา ไม่ได้คิดถึงการใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว ใช้ในนามทางการเท่านั้น เพราะอาจารย์ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาซัพพอร์ตเรื่องส่วนตัว และโดยส่วนตัวอาตมาภาพก็ไม่มีเวลาพอที่จะไปทำเช่นด้วย ฉะนั้นที่ใช้เทคโนโลยีอยู่นี้ คือ เครื่องมือศกยภาพเผยแพร่พระธรรมคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเท่านั้น ทุกสิ่งทุกอย่างที่นำเสนอขึ้น ถูกนำเสนออย่างเป็นกลาง ไม่เอนเอียง ไม่ด่าทอใคร ไม่เทศน์สั่งการเมืองใดๆ ทั้งสิ้น ทุกรูปที่ลง ทุกคำและความที่สื่อสารต้องมีนัยทางพระธรรมวินัยอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ผู้วิจัย : เปิดดูเฟซบุ๊กผ่านแท็บเล็ต เป็นบางครั้งบางคราว?
- พระมหาวุฒิชัย : ก็ดูบ้าง ทุกรูปที่ลงมีความหมายทั้งหมด
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์รับรู้ข่าวสารแบบเรียลไทม์จากช่องทางไหน ตามกระแสโลกโซเชียลหรือไม่
- พระมหาวุฒิชัย : พุดตามตรง พระอาจารย์ไม่ค่อยให้ราคาขยะข้อมูลข่าวสารที่ไหลตามโซเชียลมีเดีย เพราะเต็มไปด้วยความรู้สึก ไม่ใช่ความรู้ จะหาข่าวจริงๆ ต้องอ่านจากข่าวกระแสหลักหลายๆ ฉบับ
- ผู้วิจัย : ปกติเฟซบุ๊กจะมีคนมาคอมเมนต์ พระอาจารย์ตอบคอมเมนต์หรือไม่
- พระมหาวุฒิชัย : ส่วนมากเจ้าหน้าที่ดูแล
- ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์มีบอกมั๊ยครับว่าให้ตอบคอมเมนต์ แชท หรือให้กดไลค์ บ้าง เวลามีคอมเมนต์เข้ามา?

พระมหาภูติชัย : ไม่มี เราไม่ไปอะไรตรงนั้น เพราะมันเป็นเรื่องระดับโลกธรรม หมายความว่า จะเห็นด้วยหรือเห็นต่างอันนั้นไม่ใช่ปัญหาของการทำงานทางพุทธศาสนาของพระอาจารย์ เพราะในฐานะบุคคลสาธารณะ พระอาจารย์ไม่ได้มีปัญหากับความเห็นต่าง ไม่เคยรู้สึกว่าจะตัวเองจะบริสุทธิ์ผุดผ่องจากการถูกรวิพากษ์วิจารณ์ สำหรับพระอาจารย์เรื่องนี้เป็นเรื่องธรรมดาจริงๆ เพราะไม่ว่าจะเห็นด้วยหรือเห็นต่าง ทั้งหมดถ้าทำอย่างเจตนาดี และมีหลักวิชา มีเหตุผลรองรับมันเอื้อหรือเกื้อกูลต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งปัญญา เพราะฉะนั้นเราจะเห็นว่าในนั้นจะมีคนเข้ามาถามปัญหา อาจจะมีคนเข้ามาคอมเมนต์ยกย่อง ส่งเสริม อาจจะมีคนเข้ามาโต้ว่าที่ตีวาทะ ซึ่งมีไม่ต้องสงสัยว่าไม่มี มีและมีเยอะด้วย อย่างบทความล่าสุดที่เขียนเรื่องอย่าลดทอนความเป็นมนุษย์ของคนที่เคยผิดพลาด มีคนเข้ามาดู 800,000 กว่าคน คอมเมนต์ 10,000 กว่าคน ส่งข้อความมาเยอะแยะ แชรไป 10,000 กว่าครั้ง อย่างนี้เป็นต้น แต่เราไม่เคยมานั่งดูว่าใครเห็นด้วยหรือใครเห็นต่าง สิ่งที่ต้องการคือว่า ต้องการสื่อสารความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพระธรรมวินัย ทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งหมายแค่นั้น

(พระมหาภูติชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

มีเพจหนึ่ง กูจะไม่ยอมรู้คนเดียว กูจะไม่ยอมเห็นคนเดียวแน่ๆ ราวๆ นี้ อย่างนี้ เราต้องระมัดระวัง อย่าไปผสมโรงกันง่ายๆ เราต้องคิดเสมอว่า ธรรมชาติให้ตา ให้หู ให้ปาก ให้มือ ให้เท้ามา ให้ร่างกายของเรามา อวัยวะทั้งหมด มันต้องใช้กับสมอง คือ สิ่งพิเศษ และมหัศจรรย์ที่สุด เราต้องใช้ให้เป็น ถ้าเราใช้ไม่เป็น ทันทิที่ที่เราเห็นเราจะเป็นคนด่วน ตัดสิน หูทันทิที่เราฟังแล้วเชื่อ เราก็จะกลายเป็นคนหุบปาก ปากจะพูดเร็ว เราก็จะกลายเป็นคนปากพร้อย ปากเสีย ปากไม่ดี (พระมหาภูติชัย วชิรเมธี, ธรรมบรรยายเรื่อง “รู้จักใช้พุทธธรรมให้หน้าและเหนือเทคโนโลยี” ณ เรือนอริยะ กรุงเทพฯ, 25 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระมหาภูติชัย วชิรเมธี กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระมหาภูติชัยแทบไม่ปรากฏให้เห็นว่าสนใจเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะนอกจากไม่มีบัญชีเฟซบุ๊ก

เป็นของตัวเองแล้ว เพจ เฟซบุ๊กยังมอบให้เจ้าหน้าที่เป็นคนดูแล และจะเข้าไปใช้ก็ต่อเมื่อตรวจเนื้อหา ความถูกต้องต่างๆ ก่อนให้ลูกศิษย์นำขึ้นโพสต์บนเพจพระมหาภูมิจัย วชิรเมธี แม้แต่คอมเมนต์ ก็ยังไม่สนใจ ตลอดจนถึงการเสพข้อมูลข่าวสารต่างๆ ยังใช้สื่อกระแสหลักอย่างหนังสือพิมพ์ในการอ่านข่าว อ่านข้อมูลต่างๆ เป็นหลัก แต่ผู้วิจัยพบว่า พระมหาภูมิจัย อาจจะไม่มีความสนใจบ้าง จากเนื้อหาข้างต้น โดยพระมหาภูมิจัยยอมรับว่า มีบ้างที่เข้าไปดูเฟซบุ๊กผ่านแท็บเล็ต พร้อมได้ยกตัวอย่างชื่อเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งจำชื่อเพจที่ถูกต้องไม่ได้ แต่เพจที่ปรากฏเนื้อหาลักษณะดังกล่าว มีอยู่จริงในเฟซบุ๊ก เท่ากับว่า อาจจะมีช่วงเวลา que พระมหาภูมิจัยได้เข้าไปใช้เฟซบุ๊กบ้าง จึงสามารถยกตัวอย่างในเรื่องดังกล่าวได้

เมื่อพิจารณาจากประเด็นความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยพบว่า ในภาพรวมพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทุกรูป ไม่ค่อยสนใจเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก เพราะมีภารกิจที่ต้องทำในแต่ละวันค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงทางสังคม จึงมีกิจกรรมตมามาก แต่หากจะเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ก็จะใช้ในบางโอกาสที่มีงาน หรือมีความต้องการเข้าไปตรวจเช็คข้อมูล หรืองานวิชาการที่ขึ้นขอบเป็นพิเศษ ไม่ปรากฏเนื้อหาเพื่อความบันเทิง ยกเว้นพระศักดา แม้ไม่สนใจเนื้อหาเฟซบุ๊ก แต่มีเป้าหมายแน่นอนจะต้องโพสต์วิดีโอสั้นๆ เพื่อเป็นคติสอนธรรมกับเหล่าฆราวาสวันละ 2 รอบ คือ ช่วงเช้า และช่วงเย็น ส่วนพระไพศาล ที่มีความชัดเจนว่าอย่างน้อยในหนึ่งวัน จะต้องเข้าไปตรวจเช็คข้อความที่มีเพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊กส่งผ่านช่องทางแชท

5.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค

ตารางที่ 5.9

แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาภูมิจัย วชิรเมธี
การคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	คิดไตร่ตรองทั้งก่อนและระหว่างใช้งานเฟซบุ๊ก อาทิ การตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊ก ว่าจะมีผลดีผลเสียใดบ้าง		

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป ประกอบด้วยพระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาภูมิจัย วชิรเมธี จะไตร่ตรองความคิดระหว่างการใช้งานเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะเรื่องความคิดวิเคราะห์ก่อนตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊กแต่ละครั้ง การเข้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อตนเองในฐานะ

ครองตนเป็นพระสงฆ์ในภายหลัง ตลอดจนการตั้งค่าเป็นสาธารณะมากกว่าจะเลือกตั้งค่าเป็นส่วนตัว ซึ่งหากไม่ใช่เพื่อนร่วมเฟซบุ๊กจะไม่สามารถมองเห็นได้ และพัฒนาเป็นเพจเฟซบุ๊ก เป็นต้น ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เริ่มจากการที่ตั้งเป็นบัญชีเฟซบุ๊กของตัวเอง หรือตั้ง เป็นเพจสาธารณะเหมือนปัจจุบันนี้ครับ

พระศักดา สุนทรโร : เป็นเฟซบุ๊กของตัวเอง ถ้าตอนนั้น พิมพ์คำว่าพระศักดาเข้าไป มันจะมีอยู่ประมาณ 3-4 เฟซบุ๊ก ซึ่งเฟซบุ๊กก่อนนั้น พระที่อยู่วัด ไร่ล้อมที่อยู่ในเมือง บอกว่า พระศักดา เดี่ยวผมสมัครเฟซบุ๊กให้ สมัครเสร็จแล้ว เขาก็บอกให้บอกรหัสไป เราก็บอกมั่วๆ ไปอย่าง นั้น ไม่ได้สนใจ และทุกวันนี้ ก็ไม่เคยเจอเขา ไปไหนไม่รู้ และ พระอาจารย์ก็จะเข้าไปลบก็ไม่ได้ เพราะพระอาจารย์ก็บอก ตัวเลขมั่วๆ ไปในตอนนั้น จำไม่ได้.. เอ๊ะ วันมีวิธีเข้าไปลบมัย เดียวไว้ขอความรู้ตรงนี้ คือ พระอาจารย์ต้องการลบ ให้เหลือน้อย

ผู้วิจัย : เนื้อหาเฟซบุ๊กของพระอาจารย์ก่อนหน้าที่จะเป็นเพจสาธารณะ ปัจจุบัน ข้อมูลเนื้อหาในบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวของพระอาจารย์ เป็นอย่างไร แตกต่างจากปัจจุบันที่เน้นไปที่วิดีโอหรือไม่ อยากรู้ครับ

พระศักดา สุนทรโร : ตอนที่ เป็นบัญชีเฟซบุ๊กเนื้อหาที่โพสต์จะเป็นภาพนิ่งมากกว่า แต่พระอาจารย์ชอบการตัดต่อ ก็ไม่เคยเรียนเรื่องงานสารสนเทศ มา ก็ไม่เคยเรียนนะ พอจบ ม.6 ก็กศน. (การศึกษานอก โรงเรียน) ธรรมดานี้แหละ คอมพิวเตอร์ก็ไม่เคยจับด้วยซ้ำ

ผู้วิจัย : จริงๆ มีเพจอย่างเดียวได้หรือไม่ ไม่ต้องมีบัญชีเฟซบุ๊ก

พระศักดา สุนทรโร : ไม่ได้ครับ เพราะจะต้องมีคนดูแลเพจ โดยเข้าจากบัญชีของพระ อาจารย์ ก็คือ เพจเนี่ย มันเหมือนมีคนดูแล มีบ้านหลังหนึ่ง ครั้ง แรกพระอาจารย์ใช้เฟซบุ๊ก โพสต์ลงไปๆ จนกระทั่งมาคิดว่า เฟซบุ๊ก มันบ่งบอกถึงความเป็นตัวเรามากไปหน่อย เพราะมัน แคบ แล้วก็มีเพื่อน แล้วก็มีอะไรอยู่ประมาณตรงนี้ คือ ถ้าคน เห็นว่า พระใช้เฟซบุ๊กปั๊บ เขาจะรู้ทันทีเลยว่า ท่านต้องดูแลอยู่ คนเดียวเท่านั้น เราก็ไปศึกษาว่า เพจคืออะไร อ้อ เพจคือ สาธารณะกว้างกว่า ถ้าคนบอกว่า นี่เพจของพระศักดา จะคิด

หลบมุมจากตัวเราได้นิดนึงว่า มีคนคอยดูแล มีแอดมินดูแลให้
ท่าน ท่านเป็นคนเสนอความคิด และแอดมินเป็นคนบริหาร
จัดการ มันก็จะได้หลบจากตัวเรานิดนึง ก็เลยคิดวิธีนั้น แต่จริงๆ
เรารู้อยู่แล้ว ว่าเราต้องบริหารคนเดียว เพราะเราไม่ต้องการให้
ใครบริหารแน่ๆ เพราะคนที่ตอบ รีจะไปโพสต์อะไร มันต้องเป็น
ชื่อเรา ไม่งั้นเราจะเสียหายก็เลยต้องตั้งขึ้นมา เพื่อให้คนมี
ความรู้สึก ให้มันดูสาธารณะขึ้นมาหน่อยนึง คือ เหมือนกับ
บางอย่างเรารู้กัน แต่กับบางอย่างก็ไม่จำเป็นต้องนำเสนอ
ออกไป ตอนที่รายการคนค้นคนเข้ามา (วันสัมภาษณ์ เป็นวันที่
รายการคนค้นคน ไปขอถ่ายทำรายการ) เราก็บอกว่า เอาเฉพาะ
จุดที่ดูเหมาะก็แล้วกัน อย่างในวัด พระอาจารย์ไม่ยอมให้ถ่าย
ติดตัวอาคารใหญ่ๆ โดยพระอาจารย์จะไปหามุมที่ว่าเป็น
ธรรมชาติที่สุด ในการถ่ายคลิปคำสอน เพราะตัวตนพระอาจารย์
เป็นอย่างนั้น แต่หลวงพ่อบอกก่อสร้าง เป็นวิเศษ ออกแบบ
คุมงานเอง 70 กว่า ยังสร้างไม่จบ

ผู้วิจัย : คือ เป็นแนวให้กำลังใจคน ?

พระศักดา สุนทรโร : จริงๆ ในส่วนของภาพวิดีโอ มีเยอะมากอยู่แล้ว จากงานต่างๆ ที่
ไปเทศนาธรรม แล้วเขาก็ถ่ายเก็บไว้ แต่ไม่อยากจะนำเสนอออก
ไปสู่สายตาคน อยากรักษาเก็บไว้ เพื่อเป็นสื่อในการเรียนการสอน
ของโรงเรียนนั้น โรงเรียนนี้ เพราะหากเป็นการนำวิดีโอไปออก
สื่อแล้วเนี่ย หลายคนก็อาจจะบอกว่าผมดูแล้ว มันก็ไม่อาจจะ
เซอร์ไพรส์กับคนที่รับข้อมูลได้ ทีนี้ เหมือนพระอาจารย์กระโดด
ข้ามตรงนั้นไปได้ ก็คิดว่า ถ้าอย่างนั้น เราก็ไม่เทพจริงสิ ถ้าเรา
จะเทพจริง เราต้องกล้าที่จะเอาสื่อตรงนี้ออกไป แล้วคิดอันใหม่
ออกมา แล้วเอาอันใหม่ไปนำเสนอ โดยที่เขายังไม่เห็นอันใหม่
นั้นๆ หากเรามีสื่ออันนี้อยู่ แล้วไม่นำเสนอ ก็กลายเป็นว่า วันๆ
เราไม่คิดอะไร เรามีสื่อ มีผลงานเราแล้ว ไปงานไหนก็ฉาย
ของเดิมได้ แต่ถ้าเราไปฉายลงสื่อสาธารณะ ก็จะกลายเป็นว่า
เขาก็จะมองว่า เขาดูแล้ว เพราะเราดันเอาไปฉายซ้ำ มันเลยทำ
ให้เป็นอุปสรรค ที่ทำให้เราต้องคิดของใหม่ทุกวัน รู้สึกดีมากเลย
ทุกวันนี้ เวลาว่าง จิตมันก็คิดว่า อะไรจะเป็นธรรมะได้บ้าง มันก็

เข้าหลักตามที่พระพุทธเจ้าบอกเลยว่า ภิกษุทั้งหลาย เธอพึงมองทุกอย่างให้เข้ากับหลักธรรม ให้เป็นธรรม เราก็ใช้ตรงนี้มาเป็นอุบาย ยึดหลักที่ว่า ถ้าเราจะยืนขึ้น เราจะไม่นั่งตามลำพัง เราจะยืนเพียงเพื่อประคองยายแก่ๆ ที่นั่งข้างๆ ไปพร้อมกับเราด้วย ถ้าเราจะคลุ่มรุ่ม เราจะไม่คลุ่มเพียงลำพัง เราจะคลุ่มด้วยการใช้ใบคลุมไหล่คนข้างๆ ด้วย เพื่อจะคลุ่มไปด้วยกัน ถ้าเราถือเทียนในที่มืด เราจะไม่ถือเพียงลำพัง แต่เราจะเดินไปด้วยกันกับอีกคนหนึ่ง ทุกครั้งที่เราส่องทางให้เขาสว่าง มันไม่ได้สว่างที่ทางเขาอย่างเดียว แต่มันสว่างที่ทางของเราด้วย นั่นแสดงว่าเวลาเราทำประโยชน์กับคนอื่น เราปฏิเสธไม่ได้ที่จะนั่นคือประโยชน์ของเรา ตรงนี้ นั่นก็คือ หลักการประมาณว่า ทุกครั้งที่เราโพสต์ลงไป แล้วเราก็คิดเรื่องใหม่ๆ ขึ้นมา นั่นแหละเรากำลังคิดให้ประโยชน์เขา แต่ประโยชน์นี้ขึ้นกับเราก่อนแล้ว เพราะจิตเรานี่คิดเรื่องธรรมะทุกวันๆ มันคือ ธรรมเนียมอยู่ในตัวพระพุทธเจ้าตรัสว่า ภิกษุทั้งหลาย บุคคลใดมีจิตเมตตาตลอดเวลา บุคคลนั้นเชื่อว่ามีจิตไม่ห่างจากสมาธิเลย ดังนั้นถ้าใจเราคิดอย่างเดียว เย็นนี้เราจะโพสต์อะไร เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้บ้าง แต่มันก็จะไปหมั่นอยู่กับประมาณว่า เพราะต้องการเสนอตัวเองให้คนอื่นเห็นเราทุกวันๆ ใช้นั้นเป็นหลักการตลาด เพื่อให้คนรู้จักเราใช้นั้น เข้า-เย็นๆ มันเหมือนหลักการจีบสาว ไปเข้า ไปเย็น ไปเข้า ไปเย็น พอวันไหนเราหายไปสักวันนึง สาวๆ ก็จะคิดว่า วันนี้ไปไหน เหมือนชีวิตขาดอะไรไปอย่าง แต่มันก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า เมื่อเราต้องการกินกล้วยเดี่ยว มันต้องมีชาม กล้วยเดี่ยวอยู่กับพื้นไม่ได้ เมื่อเราต้องการให้เขามีธรรมะ ธรรมะมันลอยมาจากลมที่ไหนล่ะ มันก็ยังมีบุคคลที่เหมือนภาชนะที่ใส่อยู่ สุดท้าย เราก็เลยต้องไขว้ชามเพื่อให้คนต้องกินกล้วยเดี่ยว ก็พยายามบอกตัวเอง ตรงนี้ว่า หากเราจะทำงาน เราก็ต้องพยายามทำความรู้สึกนะ แต่ก็ไม่ใช่ว่าทำจนจิตหลุดไปตรงนั้นได้ เราก็ไม่ได้เก่งขนาดนั้นนะ เราพยายามทำความรู้สึกว่า ไม่ใช่เพียงเพราะเสนอตัวเองทุกวัน

พยายามทำตัวเองเป็นพระเอก ไปดูโลศ์ทุกวัน ไม่ถึงขนาดนั้น (หัวเราะ)

ผู้วิจัย : แสดงว่าพระอาจารย์ก็จะมีทางเลือกใช้คำ ที่จะเป็นกลางๆ หรือไม่ดูว่าก้าวล่วงเข้าสู่โลกของฆราวาสมากเกินไป

พระศักดา สุนทรโร : จริงๆ ตรงนี้ใช่เลย หรือคำว่าโพสต์ พระอาจารย์ก็จะใช้คำว่า วันนี้ได้นำเสนอเรื่องนี้ ด้วยเจตนาอันบริสุทธิ์ตามหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า

ผู้วิจัย : พระอาจารย์โพสต์คลิปแต่ละวันเยอะมั๊ยครับ อยู่กับโลกโซเชียลมากน้อยขนาดไหน

พระศักดา สุนทรโร : อ้อไม่ เพราะอาจารย์โพสต์กับเรื่องนี้สัก 20 ส่วนนะ จาก 100 ส่วน ขอตรงนี้สัก 20 ส่วนก็แล้วกัน เพราะแ่่งงานอย่างเดียว ก็แทบไม่ได้ไปทำอย่างอื่นแล้ว ตื่นเช้ามาก็ต้องรีบหามุมถ่ายคลิปให้แล้วเสร็จ หรือไม่ก็ต้องถ่ายสดๆ เดียวนั้น คือ โพสต์แล้วก็ออกไปงาน พอกลับเข้ามาบ้ายๆ เย็นๆ ค่อยดู ว่ามีใครคอมเมนต์อะไรบ้าง เป็นอะไรที่จุดประกายให้คลิปต่อไปเกิดขึ้นอีกได้มั๊ย ประมาณนั้น

ผู้วิจัย : ส่วนหนึ่ง คลิปของพระอาจารย์จะคิดจากเหตุการณ์ปัจจุบันและเอาไปประยุกต์ หรือคิดจากมุมมองปัจจุบันที่เข้ามา หรือจากหลักธรรมคำสอน

พระศักดา สุนทรโร : จริงๆ แล้ว ส่วนใหญ่จะเกิดจากเหตุการณ์ปัจจุบัน เพราะถือเป็นเรื่องวัตถุดิบส่วนหนึ่ง โดยก็คิดว่า โลกตอนนี้เขากำลังพูดถึงเรื่องอะไรกัน บางครั้งก็ถามเด็กๆ คือ เรารู้ว่าเด็กๆ ใช้โซเชียลกันบ่อย ก็ถามว่า ตอนนี้มีข่าวอะไรบ้าง อย่างเหตุการณ์หนึ่งๆ เช่น คนผูกคอตาย เราก็ต้องคิดแล้วว่า สาเหตุการผูกคอตายน่าจะมาจากอะไร แล้วเราก็นึกถึงเรื่องที่จะสามารถพูดเปรียบเทียบให้เห็นภาพได้ คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย แต่ได้แนวคิดพร้อมกันไปด้วย เช่น นึกถึงหนังสือเล่มสุดท้าย เมื่อเล่มสุดท้ายหล่นลงมา พร้อมกับเล่มอื่นๆ ล้มตาม ก็เพราะฐานไม่หนาแน่น มีอะไรสะสมมาก่อน โกรธเก็บไว้ อาฆาตเก็บไว้ เคืองแค้นเก็บไว้ สุดท้ายแล้วเล่มสุดท้ายสูงเกินไป เมื่อมีใครมาสะกิดเพียงนิดเดียวก็ล้ม ก็เปรียบเสมือนใจคนสะกิดครั้งเดียวล้มเลย มันก็เหมือนอุปมา

อุปไม ซึ่งพระพุทธเจ้าก็ใช้หลักการอุปมา อุปไม เป็นแนวทางในการสอนและให้ความคิดแต่ผู้อื่น พระอาจารย์คิดว่า สักวัน พระอาจารย์จะต้องหยุดทำ แต่วันนี้ ใจมันยังไปได้

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระศักดา สุนทรโร กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า จะไตร่ตรองความคิดตั้งแต่ก่อนเข้ามาใช้งานเฟซบุ๊ก ระหว่างใช้งานเฟซบุ๊ก จนพัฒนาเป็นเพจเฟซบุ๊ก โดยมีเป้าหมายชัดเจนที่ต้องการเผยแพร่ศาสนา คติธรรมคำสอนต่างๆ พร้อมกับมีการวางแผน มีการคิดเนื้อเรื่องคำสอนอยู่ตลอด ว่าควรจะโพสต์สอนเกี่ยวกับเรื่องอะไร มีการคิดวิเคราะห์ก่อนตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊กแต่ละครั้ง ถึงผลลัพธ์ที่จะได้หลังการโพสต์ โดยส่วนใหญ่แล้วเรื่องที่จะโพสต์นั้น มักอ้างอิงจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงเวลานั้นๆ เพื่อให้ฆราวาสเข้าใจและสัมผัสกับเรื่องนั้นๆ ได้ง่ายขึ้น โดยที่พระศักดา ยังคงประมาณตนว่าทำหน้าที่ในฐานะพระสงฆ์ที่พึงช่วยทำหน้าที่เผยแพร่พระพุทธศาสนา

สำหรับพระไพศาล วิสาโล กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า มีความคิดไม่แตกต่างไปจากพระศักดา โดยได้ไตร่ตรองความคิดตั้งแต่เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊ก มีแนวทางชัดเจนว่าจะใช้ในทางที่ถูกต้อง เหมาะสม และจะนิ่งเฉยสำหรับเนื้อหา หรือการกระทำไม่เหมาะสมที่เกิดขึ้นบนสังคมเฟซบุ๊ก จะสงบนิ่งกับความเห็นรุนแรง หรือไม่สำรวม ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์ไม่ตั้งค่าอะไรเลย หากมีคนแท็กพระอาจารย์ หรือ มีอะไรเข้ามาโพสต์หน้าวอลล์พระอาจารย์?

พระไพศาล วิสาโล : ได้ ถ้าไม่เป็นเรื่องลามกอนาจารอาตมาก็ปล่อย

ผู้วิจัย : เคยมีมาทำลามกติดแท็กอะไรเข้ามาไหม?

พระไพศาล : มีๆ มีคนบอกมาอาตมาก็เข้าไปลบแต่เดี๋ยวนี้น้อยแล้ว

ผู้วิจัย : พระอาจารย์เคย facebook live หรือไม่ครับ

พระไพศาล วิสาโล : ไม่เคยใช้ และไม่คิดจะใช้ เพราะไม่รู้จะถ่ายทอดอะไร

ผู้วิจัย : อย่างพระถ่ายทอดสวนมนต์ทำวัตร?

พระไพศาล วิสาโล : อาตมาว่าอย่างนั้นก็ได้ หากญาติโยม สาธุชน เขาอยากจะฟัง พระ เทศน์ก็กดไป พระที่ใช้เขาคงมีการตกลงกันในกลุ่มของเขา

ผู้วิจัย : แล้วเมื่อก่อนพระอาจารย์เล่นเองโพสต์เอง?

พระไพศาล วิสาโล : ก็ไม่ค่อยมีเวลา แล้วก็เบื่อๆ ด้วย เฟซบุ๊กเดี๋ยวนี้มัน... เอาไว้ใช้ ต่อกันก็เลยไม่ค่อยประเทืองปัญญาเท่าไร

- ผู้วิจัย : พอด่าพระอาจารย์ทำไง?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็ไม่ทำไง ตอบบ้าง ไม่ตอบบ้าง บางทีการตอบมันก็เรียกแขกก็เลยไม่ตอบ
- ผู้วิจัย : แพนเพจของพระอาจารย์มีลูกศิษย์เป็นคนทำ?
- พระไพศาล วิสาโล : ตอนแรกอาตมาก็ไม่รู้จักเขามาก่อน ตอนหลังมารู้ว่าเป็นอาจารย์ที่จุฬาฯ ไปช่วยงานที่สวนโมกข์ ตอนแรกเขาทำของเขาเอง ตอนหลังทราบเข้าก็มีการติดต่อกัน แยกทำด้วยความศรัทธา พระอาจารย์ก็ไม่ได้ว่าอะไร เพราะแก่ก็ระมัดระวัง
- ผู้วิจัย : เพจที่มีคนทำให้พระอาจารย์ได้เข้าไปดูบ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : ดูๆ ดูบ้างบางครั้ง
- ผู้วิจัย : มีบางคำสอนใหม่ที่ไม่อยากจะให้เอาจลหรือปล่อยอะไรก็ได้?
- พระไพศาล วิสาโล : ปล่อย ก็ไม่ได้มีคำสอนของอาตมาอย่างเดียว มีคำสอนของคนอื่นด้วย ของพุทธทาส สมเด็จพระสังฆราชอะไรต่างๆ คำก็ฟรีสไตล์ก็มีเรื่องของคนนั้นคนนี้บ้าง เราก็ปล่อยเค้าไปเราก็ไว้ใจเค้า
- ผู้วิจัย : คือ ให้สิทธิ์เค้าเลยใช่ไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : อืม

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระไพศาล วิสาโล กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า จะไตร่ตรองความคิดตั้งแต่เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊ก ระหว่างใช้งาน และมีการวิเคราะห์ผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นหากใช้งานเฟซบุ๊ก ผ่านเครื่องมือต่างๆ ที่เฟซบุ๊กมี อาทิ เฟซบุ๊กไลฟ์ เพจเฟซบุ๊กที่ลูกศิษย์ทำให้ แต่เมื่อถึงวันหนึ่งที่สังคมเต็มไปด้วยการแตกแยกทางความคิด พระไพศาลก็ถอยตัวเองออกจากสังคมเฟซบุ๊ก แสดงว่าพระไพศาล มีการไตร่ตรองระหว่างการใช้งาน เฟซบุ๊กในภาพรวมของสังคมอยู่ตลอดเวลา ไม่เฉพาะเพียงบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ว่าสังคมมีความคิดเปลี่ยนแปลง เห็นต่างกันตลอดเวลา หากพระไพศาลซึ่งเป็นพระมีชื่อเสียงในสังคม ได้แสดงความเห็นบนเฟซบุ๊กส่วนตัวในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจะกลายเป็นว่าสนับสนุนเรื่องหนึ่งๆ กับอีกฝ่าย แต่กลับถูกอีกฝ่ายมองคัดค้าน เพราะไม่เห็นด้วย ซึ่งเสมือนว่ากลายเป็นผู้ชี้ทางสังคม ดังนั้น จึงอยู่นิ่งเฉย และไม่ค่อยสนใจที่จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเหมือนกับช่วงแรกๆ ที่เฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทย

สำหรับพระมหาวิมลชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่าง ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่า แม้พระมหาวิมลชัย จะไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่ก็มีวิจารณ์ญาณ มีการไตร่ตรองการใช้งานเฟซบุ๊กทั้งก่อนหน้าเข้าใช้งาน ระหว่างการใช้งาน และผลที่จะ

ตามมาหลังการใช้งานเฟซบุ๊ก ผ่านการกำชับลูกศิษย์ เจ้าหน้าที่ที่ดูแลเพจเฟซบุ๊กให้หนึ่งเดียวกับสังคมที่เคลื่อนไปไม่หยุด และมีความเห็นที่แตกต่างกันหลากหลายมุมมองอยู่ตลอดเวลา เพราะมองว่าเป็นเรื่องของทางโลกย์ ดั่งบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ปกติเฟซบุ๊กจะมีคนมาคอมเมนต์ พระอาจารย์ตอบคอมเมนต์หรือไม่

พระมหาวุฒิชัย : ส่วนมากเจ้าหน้าที่ดู

ผู้วิจัย : แล้วพระอาจารย์มีบอกมั๊ยครับว่าให้ตอบเมนต์ แชนท หรือให้กดไลค์บ้าง เวลามีคนคอมเมนต์เข้ามา

พระมหาวุฒิชัย : ไม่มี เราไม่ไปอะไรตรงนั้น เพราะมันเป็นเรื่องระดับโลกธรรม หมายความว่า จะเห็นด้วยหรือเห็นต่างอันนั้นไม่ใช่ปัญหาของการทำงานทางพุทธศาสนาของพระอาจารย์ เพราะในฐานะบุคคลสาธารณะ พระอาจารย์ไม่ได้มีปัญหากับความเห็นต่างไม่เคยรู้สึกว่าจะตัวเองจะบริสุทธิ์ผุดผ่องจากการถูกรวิพากษ์วิจารณ์ สำหรับพระอาจารย์เรื่องนี้เป็นเรื่องธรรมดาจริงๆ เพราะไม่ว่าจะเห็นด้วยหรือเห็นต่าง ทั้งหมดถ้าทำอย่างเจตนาดี และมีหลักวิชา มีเหตุผลรองรับมันเอื้อหรือเกื้อกูลต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งปัญญา เพราะฉะนั้นเราจะเห็นว่าในนั้นจะมีคนเข้ามาถามปัญหา อาจจะมีคนเข้ามาคอมเมนต์ยกย่องส่งเสริม อาจจะมีคนเข้ามาได้ว่าที่ตีวาทะ ซึ่งมีไม่ต้องสงสัยว่าไม่มี มีและมีเยอะด้วย อย่างบทความล่าสุดที่เขียนเรื่องอย่าลดทอนความเป็นมนุษย์ของคนที่เคยผิดพลาด มีคนเข้ามาดู 800,000 กว่าคน คอมเมนต์ 10,000 กว่าคน ส่งข้อความมาเยอะแยะ แชร์ไป 10,000 กว่าครั้ง อย่างนี้เป็นต้น แต่เราไม่เคยมานั่งดูว่าใครเห็นด้วยหรือใครเห็นต่าง สิ่งที่ต้องการคือว่า ต้องการสื่อสารความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพระธรรมวินัย ฟุ้งสิ่งทุกอย่างมุ่งหมายแค่นั้น

ผู้วิจัย : ต้องมานั่งคุยประเด็น ก่อนโพสต์หรือไม่

พระมหาวุฒิชัย : หลักๆ ก็มีพระอาจารย์กับเจ้าหน้าที่ ที่ดูด้านสื่อสร้างสรรค์

ผู้วิจัย : พระอาจารย์อาจไม่มีแอ็คเคาน์เฟซบุ๊กส่วนตัว วิธีการใช้งานเฟซบุ๊ก การอัปรูปโปรไฟล์ ฯลฯ ?

- พระมหาวุฒิชัย : พระอาจารย์ไม่เคยไปถึงตรงนั้น เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสื่อ
สร้างสรรค์ของสถาบันพระอาจารย์ พระอาจารย์ดูคอนเทนต์
เท่านั้น นอกนั้นไม่เกี่ยวแล้ว
- ผู้วิจัย : พระโพสต์เรื่องน้ำหอม ความรัก โลก พฤติกรรมคล้ายฆราวาส?
- พระมหาวุฒิชัย : บอกตามตรง เป็นการใช้โซเชียลมีเดียในทางไม่ถูกต้อง พระสงฆ์
ควรจะใช้โซเชียลมีเดียในฐานะเป็นเครื่องมือขยายศักยภาพใน
การเผยแพร่พระพุทธศาสนา เพื่อสร้างประโยชน์และความสุข
แก่ประชาชนและชาวโลกเท่านั้น ใช้เพื่อเรื่องส่วนไม่ควร ใช้โชว์
ไลฟ์สไตล์ตัวเอง ประกาศความน้อยออกน้อยใจของตัวเองต่อ
คนอื่น ไม่ควร ยังไม่ต้องพูดถึงว่าใช้รีวิวลสิ่งต่างๆ ไม่ควรด้วย
ประการ

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ
เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัย
พบว่า แม้พระมหา วุฒิชัย จะไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่จะไตร่ตรองความคิดตั้งแต่เข้ามาใช้งาน
เฟซบุ๊ก ระหว่างใช้งาน และมีการวิเคราะห์ผลต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น สังเกตได้จากกลั่นกรองข้อความ
ต่างๆ ที่ลูกศิษย์จะโพสต์ลงบนเพจเฟซบุ๊กว่ามีความถูกต้อง เหมาะสมหรือไม่ การแสดงความคิดเห็น
เกี่ยวกับพระที่ใช้งานเฟซบุ๊กไปในทางที่ไม่ค่อยเหมาะสม เพราะหากใช้มากเกินไปจนความเป็นพระสงฆ์
ก็เสมือนว่าพระสงฆ์รูปนั้นหลุดเข้าไปอยู่ทางโลกย์

5.3.3 ช่วงเวลาที่บริโภคน

ตารางที่ 5.10

แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่บริโภคนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโ	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาภูติชัย วชิรเมธี
ช่วงเวลาที่บริโภคนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	- ช่วงโพสต์สแตตัสเข้า-เย็น ไม่ได้มีใจจดจ่อที่จะต้องเข้าใช้งานทุกครั้งที่ว่างและมีโอกาสในทุกๆ ครั้ง	- แล้วแต่โอกาส และสัญญาณอินเทอร์เน็ตพร้อมใช้งาน ไม่ได้มีใจจดจ่อที่จะต้องเข้าใช้งานทุกครั้งที่ว่างและมีโอกาสในทุกๆ ครั้ง	- เป็นบางครั้งบางคราว ไม่ได้มีใจจดจ่อที่จะต้องเข้าใช้งานทุกครั้งที่ว่างและมีโอกาสในทุกๆ ครั้ง

จากคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคน หรือใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างต่างมีช่วงเวลาที่บริโภคนแตกต่างกันออกไปตามโอกาส ความเหมาะสม และความสนใจที่จะเข้าใช้งาน แต่ไม่ได้หมายความว่าพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กที่ว่าง หรือมีโอกาสในทุกๆ ครั้งเสมอไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยการจะเข้าใช้งานของพระสงฆ์แต่ละรูป ดังบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้

พระศักดา สุนทรโ : ตรงนี้ นั่นก็คือ หลักการประมาณว่า ทุกครั้งที่เราโพสต์ลงไป แล้วเรา ก็คิดเรื่องใหม่ๆ ขึ้นมา นั่นแหละ เรากำลังคิดให้ประโยชน์เขา แต่ประโยชน์นี้ขึ้นกับเราก่อนแล้ว เพราะจิตเรานี้คิดเรื่องธรรมะทุกวันๆ มันคือ กรรมฐานอยู่ในตัว พระพุทธเจ้าตรัสว่า ภิกษุทั้งหลาย บุคคลใดมีจิตเมตตาตลอดเวลา บุคคลนั้นเชื่อว่ามีจิตไม่ห่างจากสมาธิเลย ดังนั้น ถ้าใจเราคิดอย่างเดียวเย็นนี้เราจะโพสต์อะไร เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้บ้าง แต่มันก็จะไปหมิ่นอยู่กับประมาณว่า เพราะต้องการเสนอตัวเองให้คนเห็นเราทุกวันๆ ใจมัน มันเป็นหลักการตลาด เพื่อให้คนรู้จัก

เราไข่ม้อย เข้า-เย็นๆ มันเหมือนหลักการจับสาว ไปเช้า ไปเย็น ไปเช้า ไปเย็น พอวันไหนเราหายไปสักวันนึง สาวๆ ก็จะคิดว่า วันนี้ไปไหน เหมือนชีวิตขาดอะไรไปอย่าง แต่มันก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า เมื่อเราต้องการกินกล้วยเดี่ยว มันต้องมีชาม กล้วยเดี่ยวอยู่กับพื้นไม่ได้ เมื่อเราต้องการให้เขามีธรรมชาติ ธรรมชาติมันลอยมาจากลมที่ไหนล่ะ มันก็ยังมีบุคคลที่เหมือนลักษณะที่ใส่อยู่ สุดท้าย เราก็เลยต้องไขว่คว้า เพื่อให้คนต้องกินกล้วยเดี่ยว ก็พยายามบอกตัวเอง ตรงนี้ว่า หากเราจะทำงาน เราก็ต้องพยายามทำความเข้าใจสักนิด แต่ก็ไม่ใช่ว่า ทำจนจิตหลุดไปตรงนั้นได้ เราก็ไม่ได้เก่งขนาดนั้นนะ เราพยายามทำความเข้าใจว่า ไม่ใช่เพียงเพราะเสนอตัวเองทุกวัน พยายามทำตัวเองเป็นพระเอก ไปดูโลศทุกวัน ไม่ถึงขนาดนั้น (หัวเราะ)

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : แล้วปัจจุบันที่บอกว่าไม่ได้เล่นเลยนี่คือ วันหนึ่งไม่ได้เล่นเลย?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ ถ้าอยู่วัดนะ บางวันแค่ดูแมสเสงมือถือ แค่นั้นส่วนเฟสบุ๊คคนอื่นนั้น ถ้าโผล่ก็จะดูบ้าง เพราะว่าอาตมามีปัญหาเรื่องของแพ็กเกจอินเทอร์เน็ต มันเดือนนึงเนี่ยทำได้ 500 เมก (เมกะไบต์) 500 เมก มันจะดูอะไรได้ใช่ไหม เราก็ขี้เกียจ ถ้าเราใช้เกินโควตาเค้า ก็เดือนร้อน 500 เมกเดี๋ยวนี้ เฟซบุ๊กมันกินเมกกินความจำจะตาย ถ้าเราเปิดโหลดไป 10-20 เมกไปแล้ว
- ผู้วิจัย : แล้วมีหีบขึ้นมาดูบ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : คือ ถ้ามันมีสัญญาณเช่นอยู่สนามบิน อะดูหน่อย แต่ช่วงหลังอะดูน้อยลงเพราะค่อนข้างจะน่าเบื่อ

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

- ผู้วิจัย : เปิดดูเฟซบุ๊กผ่านแท็บเล็ต เป็นบางครั้งบางคราว?
- พระมหาวุฒิชัย : ก็ดูบ้าง ทุกรูปที่ลงมีความหมายทั้งหมด

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

5.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเสื่อ

ตารางที่ 5.11

แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเสื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
กิจกรรมที่ทำระหว่าง บริโศคเฟซบุ๊ก	- ไม่มีปรากฏ เพราะ เข้าใช้เฟซบุ๊กเฉพาะ ตอนที่ต้องการ ตั้งสเตตัสโพสต์คติ ธรรม คำสอน	- ไม่มีปรากฏ เพราะมี ภารกิจต่างๆ มากมาย ไม่มีเวลา เข้าใช้งาน เฟซบุ๊กครั้งละนานๆ	- ใช้สมาธิจดจ่อกับ เรื่องๆ หนึ่งที่ทำอยู่ เพียงเท่านั้น ซึ่งหมายถึง กรณีเข้า ใช้เฟซบุ๊กด้วย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อกรณีกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโศคเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ส่วนใหญ่มุ่งมั่นกับสิ่งที่อยู่ตรงหน้า นั่นคือ มีสมาธิจดจ่อกับการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กเพียงอย่างเดียว ไม่ได้ทำกิจกรรมอื่นๆ คู่ขนานกันระหว่างใช้งานเฟซบุ๊ก ประกอบกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้งพระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ใช้เวลาเข้าใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละครั้งไม่นาน จนต้องทำกิจกรรมอื่นคู่ขนานกันไป จึงไม่มีความจำเป็นต้องทำกิจกรรมอย่างอื่นระหว่างใช้เฟซบุ๊กดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

พระศักดา สุนทรโร : ก็เลยกลายเป็นว่า เป็นที่มาว่า เราจะพยายามให้สื่อตัวนี้ โดยที่เราจะพยายามไม่ไปนั่งกดให้ใครเห็นมากนัก เข้าห้องปิดประตูปิด รับประทานอาหารมองซ้าย มองขวา ไม่มีคนแล้ว ก็รีบถ่าย รีบทำ เสร็จแล้ว เก็บของเรียบร้อย แล้วก็ค่อยไปเพิ่มเสียง เพราะเสียงมันไม่พอ ถึงจะต่อไปไมค์ออกมาเหนืออยู่ตรงนี้ มันก็ยังไม่พอ จาก 100% ก็ต้องเพิ่มเป็น 300%

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : พระอาจารย์ระหว่างใช้เฟซบุ๊ก ได้ทำอะไรบ้าง?

พระไพศาล วิสาโล : ไม่มี ไม่ได้ทำ เพราะเราไม่ได้ใช้เฟซบุ๊กนานซะจนต้องทำอะไร 2 อย่างพร้อมๆ กัน ดูแป็บเดียวก็เสร็จแล้ว

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

- ผู้วิจัย : อย่างเวลาพระอาจารย์เข้าดูเฟซบุ๊กบ้าง หรือตรวจข้อมูลก่อน
ลูกศิษย์เอาลงเฟซบุ๊กทำกิจกรรมอะไรไปด้วยมั๊ยครับ
- พระมหาอุทัย : เราจะทำอะไรต้องมีสมาธิจดจ่ออยู่กับสิ่งนั้นๆ ไม่จำเป็นต้องรีบ
ร้อนทำอะไรพร้อมๆ กันหลายอย่าง เพราะสุดท้ายแล้วคงไม่ได้ดี
อะไรสักอย่าง

(พระมหาอุทัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

5.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ

ในส่วนเรื่องการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อนั้น ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์จากบทบาท
หน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่มีต่อตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่
พระพุทธศาสนา ผ่านแง่มุมต่างๆ ว่าเป็นอย่างไร แบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ

- 5.4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ
- 5.4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

ตารางที่ 5.12

แสดงการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างกลุ่ม
พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาอุทัย วชิรเมธี
บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ	- เป็นอีกช่องทางช่วยในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา และเพิ่มความรู้ต่างๆ จากสังคมเสมือนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก		
ผลกระทบต่อ ความสัมพันธ์ทางสังคม	- ไม่เกิดความสัมพันธ์ต่อกันในสังคมเสมือน เนื่องจากมองเป็นเครื่องมือในการ เผยแพร่พระพุทธศาสนา		
		- เป็นเครื่องมือช่วยที่ ช่วยเพิ่มช่องทางการ สื่อสารแต่ระดับ ความสัมพันธ์ ความ ไว้วางใจระหว่างกัน ยัง ต้องอาศัยพื้น ฐานความรู้จักเป็น ปัจจัยหลัก	

5.4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ

จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่าบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่มีแนวโน้มใช้สื่อเฟซบุ๊กในทางโลกนั้น มีลักษณะต่อไปนี้

5.4.1.1 เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน

จากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่า บทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างประการแรก คือ การใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน คนรู้จัก ซึ่งจะพบในการใช้งานของพระไพศาล วิสาโล ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : ดูผ่านคอมฯ หรือมือถือครับ
- พระไพศาล วิสาโล : คอมพิวเตอร์ แต่แมสเสจเนี่ยดูเช็คทุกวันว่ามีแมสเสจอะไรเข้ามาบ้าง
- ผู้วิจัย : แล้วในแชทเฟซบุ๊ก มีไหมอะไรที่ไม่เหมาะสม?
- พระไพศาล วิสาโล : ไม่มี มีแต่യാลความอ้วนอะไรต่างๆ
- ผู้วิจัย : แล้วถ้าเจอข้อความแปลกๆ ในคอมเมนต์ทำยังไง พระอาจารย์ทำยังไงครับ?
- พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่มีมาด่าบ้าง ก็ไม่สนใจ
- ผู้วิจัย : แล้วมีที่ไปตอบบ้างไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : มีบ้าง แต่น้อย คือ ดูว่าเค้าฟังหรือเปล่า บางทีเค้าดูเหมือนจะไม่ฟังก็ไม่ตอบ
- ผู้วิจัย : ก็คือ เค้าวิจารณ์มาเราก็พยายามชี้แจง?
- พระไพศาล วิสาโล : แล้วแต่กรณีๆ ไป ถ้าไรสาระมาก ก็นิ่งเฉย
- ผู้วิจัย : เคยสัมภาษณ์พระอาจารย์คนอื่นๆมาเรื่องมีแมสเสจแปลกๆ ทั้กมา พระอาจารย์มีไหม?
- พระไพศาล วิสาโล : แมสเสจเชิงอย่างว่ามีนะ แต่ตอนหลังก็อย่าไปคอมเมนต์มากกว่า
- ผู้วิจัย : มีสิกา ส่งข้อความหาอะไรบ้างมั๊ย
- พระไพศาล : มี เราก็เฉยไปเลย บางทีก็ส่งข้อความมาพูดคุยเกินงาม เราก็เฉยออกไปเลยง่ายกว่า

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

เมื่อพิจารณาจากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่า บทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อกลุ่มตัวอย่าง โดยพบในพระไพศาล วิสาโล คือ การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสาร และรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อน ตลอดคนรู้จักที่รู้จักกัน แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้เจอกันในชีวิตประจำวัน ทำให้ต้องรักษาความสัมพันธ์นี้ไว้ต่อไป โดยพระไพศาล จะสนทนาด้วย หากมีผู้ใช้เฟซบุ๊กส่งข้อความผ่านแชทมา แต่หากผู้ใช้เป็นสีกา หรือมีข้อความไม่เหมาะสม เชิงหยาบคายส่งมาทางแชท พระไพศาล จะเพิกเฉย ไม่เข้าไปยิงข้อความจากแชทนั้น

5.4.1.2 เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างกัน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยพบว่า บทบาทหน้าที่เว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้ที่สำคัญอีกประการคือ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างเพื่อน คนรู้จักบนเฟซบุ๊ก จะพบจากพระไพศาล วิสาโล เพียงรูปเดียวเช่นกัน จะไม่ปรากฏในพระศักดา สุนทรโร และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี โดยพระไพศาล จะแชร์ข้อมูลที่เป็นความรู้ทั้งเรื่องการการเมือง แต่เมื่อความคิดของประชาชนเห็นต่างในเรื่องการเมือง ระยะเวลาจึงแชร์ความรู้ต่างๆ ทั้งเรื่องวิทยาศาสตร์ ส่วนปัจจุบันพระไพศาลระบุว่าแทบไม่แชร์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊ก ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แชรบ้างไหมครับ?

พระไพศาล วิสาโล : แชรน้อยแล้วเดี๋ยวนี้ แต่เมื่อก่อนแชร์บ้าง

ผู้วิจัย : การแชร์แชร์แบบไหน?

พระไพศาล วิสาโล : ก็เรื่องธรรมะบ้าง แต่ก็ช่วงปี 2553 ก็มีเรื่องการเมืองบ้าง เรื่องที่มันกำลังเกิดความรุนแรง ตอนหลังก็เรื่องวิทยาศาสตร์ เรื่องข้อมูลความรู้อะไรบ้าง แต่เดี๋ยวนี้แทบไม่แชร์เลย เพราะว่าอย่างที่ว่ามันไม่ค่อยได้ใช้

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

5.4.1.3 เพื่อสนองความใฝ่รู้ในเนื้อหาที่สนใจ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยพบว่า บทบาทหน้าที่เว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้ที่สำคัญอีกประการคือ เพื่อสนองความใฝ่รู้ในเนื้อหาที่สนใจ ผู้วิจัยพบว่า พระไพศาลเพียงรูปเดียวเช่นกัน ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊กเพื่อหาความรู้ที่สนใจเป็นพิเศษบนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พวกเพจข้อมูลข่าวสาร บันเทิง การเมือง?

พระไพศาล วิสาโล : ก็ดูบ้าง แต่ไม่มาก อย่างเฟซบุ๊กของพิภพ อุดมอิทธิพงศ์ (ชื่อ เฟซบุ๊ก Pipob Udomittipong) ก็เข้าไปดูหน่อย หรือของ

สมศักดิ์ (สมศักดิ์ เจียมธีรสกุล ชื่อเฟซบุ๊ก Somsak Jeamteera sakul) เจี้ยก็ดูหนอย ดูข้อมูลอะไรที่ไม่เคยได้ยิน ไม่ค่อยได้รู้
(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

5.4.1.4 เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา กับบทบาทหน้าที่ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีต่อผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป คือ พระศักดิ์ สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี ต่างมีความชัดเจนใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เป็นอีกเครื่องมือของพระพุทธศาสนา เพื่อเผยแพร่ศาสนาในแง่มุมต่างๆ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์เผยแพร่ไปตามงานต่างๆ เหล่านี้ ก่อนหน้าที่พระ อาจารย์จะเข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊กในการเผยแพร่พระธรรม คำสอน พระอาจารย์เคยใช้สื่ออื่น อย่างเคยออกรายการวิทยุ หรือโทรทัศน์ ก่อนที่จะมาเริ่มใช้สื่อเฟซบุ๊ก

พระศักดิ์ สุนทรโร : อย่างรายการวิทยุ ซึ่งก็เป็นคลื่นเอเอ็ม สมัยก่อน เป็นวิทยุชุมชน แล้วจริงๆ เฟซบุ๊ก ก็เคยเห็นเขาใช้กันมานานแล้ว แต่ไม่เคยคิดใช้เลย พระอาจารย์เพิ่งมาเปิดเพจเฟซบุ๊กได้ 2 ปีกว่าๆ เพราะมีความรู้สึกเหมือนกับว่า เมื่อก่อน เราแอนตี้โลกโซเชียลมีเดีย คิดว่า พระไปยุ่งกับโลกโซเชียลมีเดียจริงๆ นะ นี่คือ ความจริง พระอาจารย์แอนตี้อย่างมากเลย เห็นพระหิปปโทรศัพทมาแล้ว กดโทรศัพท อิม ไม่ใช่สิ...

ผู้วิจัย : เพราะพระอาจารย์รู้สึกว่ามันคือ โลกของฆราวาสมากกว่า?

พระศักดิ์ สุนทรโร : อิม แต่มันเหมือนกับสิ่งที่เราคิดมันถูก เราคิดไปเอง มันเหมือนว่า ทุกวันนี้ เวลาคนเห็นพระเล่นสื่อเฟซบุ๊ก พระอาจารย์จะไม่ใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้คำว่า เล่น เพราะสิ่งที่เราใช้อยู่ มันไม่ใช่ของเล่น เรากำลังทำงานอยู่ เป็นงานเผยแผ่หลักธรรม แบบตรงๆ เลย โดยนำเอาของสูงมาแปลงค่าให้มันฟังง่ายที่สุด ให้คนเข้าถึงง่ายที่สุด ก็เลยตรงนั้น จากเมื่อก่อนที่เราคิดกับพระองค์อื่น ก็คงจะเหมือนกับที่คนบางคน ณ ปัจจุบันกำลังคิดแบบเรา แล้วสักวันหนึ่ง เขาอาจจะหลุดจากตรงนั้นเข้ามา เข้าใจว่า เออ จริงๆ แล้ว มันไม่ใช่หนะ

- ผู้วิจัย : อะไรที่เปลี่ยนความคิดอาจารย์ จากเฟซบุ๊กที่เป็นโลกของ
ฆราวาส กลายเป็นว่า เราสามารถใช้เฟซบุ๊กในการติดต่อสื่อสาร
หรือว่าให้ความรู้ในเรื่องธรรมแก่ประชาชน
- พระศักดา สุนทรโร : เฟซบุ๊ก ก็ไม่เคยใช้เท่าไร ถ้าย้อนหลังไป 3 ปี ไม่เกี่ยวช่องเลย
แทบไม่รู้จักเลย ว่าเฟซบุ๊กคืออะไร คือ แบบไหน เราก็คิดว่า
ปีหนึ่งๆ มีงานพันกว่างาน เราก็เต็มที่แล้ว เราก็ไม่มีเวลาทำอย่าง
อื่นแล้ว แต่จนกระทั่งว่า ลูกศิษย์ที่เรียนมหาวิทยาลัย เขาก็มา
บอกว่า พระอาจารย์ ดูพระรูปนี้มีข้อคิดดีๆ เชียว แล้วเขาก็เปิด
ให้ดู เลื่อนขึ้นให้ดู เลื่อนขึ้นๆ เออ มันมีแต่สาระทุกวันๆ
ความคิดเรื่องทีบอกว่า เราใช้เฟซบุ๊ก มันไม่ใช่การเล่น แต่อย่าง
นี้ คือ การนำเอาหลักธรรมลงไปอยู่ในนั้น แล้วก็นึกขึ้นมา
ถ้าหากพระรูปนั้น มรณภาพไป สิ่งเหล่านั้น ก็เปรียบเสมือน
มรดกทางธรรม ที่ฝากไว้ให้กับลูกหลานได้ศึกษา เป็นแนวทาง
การดำรงชีวิตสืบไป ก็เลยคิดว่า น่าจะลองดู นี่คือ จุดประกายที่
เห็นพระบางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ธรรมะ
ใช้แล้วมีวินัยในการโพสต์อย่างเสมอต้นเสมอปลาย แล้วก็ไม่มี
คำพูดแบบถ้อยๆ สบถกับใครอะไรอย่างนั้น ก็ประมาณนั้น หรือ
ระบายนามณ์ทางเฟซบุ๊ก... มีแต่เนื้อหาดีๆ
- ผู้วิจัย : อย่างพระอาจารย์ ก่อนที่จะมาเป็นเพจ สมัยเป็นบัญชีเฟซบุ๊ก
พระ อาจารย์ไปแอดเขาเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊ก หรือว่าเริ่ม
อย่างไร เพราะเรามีเครือข่ายในสังคมเฟซบุ๊ก อย่างมีคนเข้ามา
ขอพระอาจารย์เป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ต้องเป็นคนที่ยุ่จักหรือ
เปล่า พระอาจารย์ถึงจะรับแอดเป็นเพื่อน หรือรับไปเรื่อยๆ
เพราะบริสุทธิ์ใจ
- พระศักดา สุนทรโร : ใช่ เพราะตอนแรกๆ ที่เป็นบัญชีเฟซบุ๊ก พระอาจารย์มีเพื่อนใน
เฟซบุ๊ก สี่พันเก้าร้อยกว่าคน ภายในเวลาไม่กี่วัน ไม่รู้จะ ใครขอ
มา พระอาจารย์รับเป็นเพื่อนหมด กดรับแบบไม่ได้ดูเลย เพราะ
ความรู้สึกแรก คือ คิดว่า จะทำอย่างไรให้คนเข้ามาถึงธรรมะที่
เราต้องการสื่อสารให้ได้มากที่สุด
- ผู้วิจัย : และก็ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ จากในอดีต พระได้เข้ามาอยู่สื่อ
ต่างๆ จากธรรมมาศ ไมโครโฟน วิทยู หรือรายการธรรมทุกเช้า

วันเสาร์ อาทิตย์ตามช่อง 3 ช่อง 7 อย่างเฟซบุ๊ก ก็เป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่พระสงฆ์มีโอกาสเข้ามา

พระศักดา สุนทรโร : อืม ใช่ แล้วอีกอย่างหนึ่งก็คือ พระอาจารย์ไม่เคยใช้คำว่า โยม เขาเสพติดโซเซียล อย่างรายการสกุ๊ปข่าวช่อง 7 ที่รายงานว่า พระศักดาบอกว่า โยมสมัยนี้เสพติดโซเซียล ก็เลยเอาธรรมะลงเข้าไปในโซเซียลที่เขานิยมกัน ซึ่งคำว่าเสพติด มันเป็นคำหยาบคายมากในปากพระอาจารย์ที่จะพูดออกไปนะ แต่ก็ยังดีที่พโยมพูดหมดตรงนั้น ก็เอาวิดีโอที่พระอาจารย์เคยให้สัมภาษณ์กับพิธีกรว่า พระอาจารย์กล่าวว่า เมื่อคนยุคนี้เมื่อเห็นว่ามีควมจำเป็นต้องใช้สื่อโซเซียลมีเดียกัน ก็เลยเอาธรรมะนำเสนอกลงไปในโซเซียลมีเดีย เพื่อให้โยมเขาได้เห็นธรรมะกันตรงนั้น เพราะเมื่อพระสงฆ์ยืนอยู่ตรงหน้า เขาไม่แหงนหน้ามองพระ แต่เขาก็ไม่มองแต่ในจอ แล้วพระสงฆ์จะยืนอยู่ตรงนั้นได้อย่างไร พระก็ต้องมายืนอยู่ในจอให้เขาเห็นสิ โดยเจตนาว่า โยมแหงนมองพระหน่อยสิ เพื่อเขาจะได้แหงนมอง

ผู้วิจัย : หน้าที่หนึ่ง ของพระสงฆ์ คือ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา โซเซียลมีเดียก็เป็นอีกช่องทางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยเช่นกัน

พระศักดา สุนทรโร : เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : เฟซบุ๊กคนทั่วไปเค้าจะระบายผ่านเฟซบุ๊ก แต่เมื่อเป็นพระ?

พระไพศาล วิสาโล : ต้องระมัดระวัง ต้องใช้ไปในทางที่เตือนสติคน ไม่ได้ใช้เพื่อการประกาศอัตตาตนก็ไม่ควร

ผู้วิจัย : ที่ไม่ค่อยได้ใช้เฟซบุ๊กนานเท่าไรแล้ว?

พระไพศาล วิสาโล : 2-3 ปีแล้ว คือ พอการเมืองมันประเภทว่าไม่ค่อยได้ฟังกันแล้ว ก็โพสต์ไปคนก็ไม่ค่อยฟังกันแล้ว มีแต่คนเอามาใช้เพื่อสนับสนุนความเห็นตัวเอง โพสต์ธรรมะก็มีโพสต์นิดหน่อย

ผู้วิจัย : อย่างเวลาโพสต์ธรรมะมีคนเข้ามาวิจารณ์อะไรไหม???

พระไพศาล วิสาโล : ก็มีบ้างแต่จริงๆ ก็ไม่ค่อยรู้ละไม่ค่อยได้ดูเท่าไร

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

5.4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

นอกจากการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก จะมีบทบาทหน้าที่สำคัญหลายประการต่อผู้ใช้สื่อที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา แล้ว ยังส่งผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊กเป็นเพียงเครื่องมือช่วยเพิ่มช่องทางติดต่อสื่อสารสำหรับผู้ใช้ แต่ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยังเกิดจากพื้นฐานการรู้จักกันมากกว่า

ในบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบเพียงพระศักดิ์ดา สุนทรโร และพระไพศาล วิสาโล ที่ได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าว โดยผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์แต่ละรูปยังคงยึดพื้นฐานการรู้จักกันมาเป็นลำดับแรก การติดต่อสื่อสารในเรื่องสำคัญๆ หรือหมายกำหนดการงานต่างๆ หากมีผู้ใดเข้ามาติดต่อสื่อสารในเรื่องสำคัญ จะเน้นไปทางช่องทางปกติ อาทิ โทรศัพท์ หรือเจอกันซึ่งหน้ามากกว่า ส่วนช่องทางติดต่อผ่านทางเฟซบุ๊กถือว่าการติดต่อสื่อสารนั้นจบไป คงไว้ซึ่งการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในเรื่องทั่วไปที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นฐานความสนิท หรือไว้ใจกันมากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะพระศักดิ์ดาที่ชัดเจนว่า จะไม่สนใจการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กเลย ไม่ว่าจะป็นใครก็ตาม คนรู้จักหรือไม่รู้จักกันก็ตาม ส่วนพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งไม่มีบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว เป็นพจนานุกรมที่ดูแลโดยเจ้าหน้าที่ จึงไม่ได้แสดงความคิดเห็นเรื่องนี้ไว้ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : แสดงว่า อย่างนี้ หากมีคนที่จะเข้าถึงพระอาจารย์ ผ่านการติดต่อเรื่อง ต่างๆ ไม่ว่าจะป็นเรื่องงาน หรือเรื่องส่วนตัว ผ่านทางช่องทางแมสเสจบนเฟซบุ๊ก เราอาจจะไม่ได้เห็นตรงนั้น

พระศักดิ์ดา สุนทรโร : คือ ในเฟซบุ๊กนี้ แทบไม่ต้องพูดถึงเลย ใครติดต่อทางนั้นก็จบ เพราะพระอาจารย์ไม่เคยดู ไม่กล้าเปิดเข้าไปดู เพราะว่าถ้าหากว่าเราดูของเขา แล้วเราไม่ตอบ จะยิ่งทำให้รู้สึกไม่ดีไปกันใหญ่ เลยไม่ดูดีกว่า

(พระศักดิ์ดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : ถ้ามีญาติโยม นิมนต์พระอาจารย์ไปงานนั้นงานนี้ ผ่านทางเฟซบุ๊กบ้างพระอาจารย์จะไปมั๊ย

พระไพศาล วิสาโล : ไม่รู้จักกันจู่ๆ มาเชิญไปงานมันก็แปลกนะ เพราะอย่างที่เราเจอกันก็แทบไม่เคยมีนะ

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ถึงบทบาทหน้าที่ที่มีต่อผู้ใช้ และความสัมพันธ์ทางสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า ในส่วนของบทบาทหน้าที่ที่มีต่อกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีสถานะเป็นผู้ใช้ นั้นประกอบด้วย 1. เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก 2. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้

ระหว่างกัน 3. เพื่อสนองความใฝ่รู้ในเนื้อหาที่สนใจ 4. เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ นอกจากนี้ กลุ่มวิจัยยังพบถึงผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม คือ เฟซบุ๊กไม่ได้ทำให้เกิดการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนบนสังคมเฟซบุ๊ก เนื่องจากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างใช้เฟซบุ๊ก ในการเป็นเครื่องมือเพื่อเผยแพร่พระธรรมคำสอนเป็นหลัก แม้จะมีบ้างที่แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นระหว่างกันของพระไพศาล วิสาโล แต่ในภาพรวมของพระสงฆ์ทั้งสามรูป ไม่ได้สนใจเรื่องการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก จะยังคงนิยมการติดต่อสื่อสารผ่านทางช่องทางหลัก อย่างเผชิญหน้ากัน หรือติดต่อผ่านโทรศัพท์มากกว่า การปฏิสัมพันธ์กันด้วยวิธีเฟซบุ๊กแทบไม่ค่อยมี ยกเว้นพระไพศาล วิสาโล ที่อาจจะมีการใช้เฟซบุ๊กไว้รักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จักบ้าง ดังนั้น ความสัมพันธ์ของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง กับผู้ใช้บัญชีเฟซบุ๊กในสังคมเฟซบุ๊กนั้น จึงไม่ได้เกิดขึ้นในสังคมโลกเสมือนจนปรากฏให้เห็นได้ชัดเจน ยังคงให้ความสำคัญกับคนในสังคมบนโลกแห่งความเป็นจริงมากกว่า

5.5 ผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อ

ในส่วนผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อของตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยสนใจทัศนคติของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือเป็นอีกสถาบันหนึ่งทางสังคม ผ่านแง่มุมต่างๆ ว่าเป็นอย่างไรในฐานะผู้ใช้สื่อเฟซบุ๊ก ใน 3 ประเด็น คือ

5.5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์

5.5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก

5.5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

ตารางที่ 5.13

แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	พระศักดา สุนทรโร	พระไพศาล วิสาโล	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์	- พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับสถาบันอื่น แต่ต้องใช้ภายในกรอบความเหมาะสมตามสถานะความเป็นพระสงฆ์ - ควรใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อด้านศาสนา		
การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก	- เป็นสิ่งไม่แน่นอนในการเข้าใช้สื่อใหม่ที่อาจจะมาแทนเฟซบุ๊กในอนาคต แต่หากใช้ต้องไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจเทคโนโลยี		
การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	- พระผู้ใหญ่/ฝ่ายปกครองสงฆ์ควรหารือถึงกรอบการใช้เฟซบุ๊กให้เหมาะสม เพราะพระสงฆ์ย่อมต้องใช้ด้วยสติมากกว่าฆราวาส		

5.5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์

จากบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า คำตอบของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปในทิศทางคล้ายกัน ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อะไรที่เปลี่ยนความคิดอาจารย์ จากเฟซบุ๊กที่เป็นโลกของฆราวาส กลายเป็นว่า เราสามารถใช้เฟซบุ๊กในการติดต่อสื่อสาร หรือว่าให้ความรู้ในเรื่องธรรมแก่ประชาชน

พระศักดา สุนทรโร : เฟซบุ๊ก ก็ไม่เคยใช้เท่าไร ถ้าย้อนหลังไป 3 ปี ไม่เกี่ยวข้องเลย แทบไม่รู้จักเลย ว่าเฟซบุ๊กคืออะไร คือ แบบไหน เราก็คิดว่าป็นิ่งๆ มีงานพันกว่างาน เราก็เต็มที่แล้ว เราก็ไม่มีเวลาทำอย่างอื่นแล้ว แต่จนกระทั่งว่า ลูกศิษย์ที่เรียนมหาวิทยาลัย เขาก็มาบอกว่า พระอาจารย์ ดูพระรูปนี้มีข้อคิดดีๆ เชียว แล้วเขาก็เปิดให้ดู เลื่อนขึ้นให้ดู เลื่อนขึ้นๆ เออ มันมีแต่สาระทุกวันๆ ความคิดเรื่องทีบอกว่า เราใช้เฟซบุ๊ก มันไม่ใช่การเล่น แต่อย่างนี้คือ การนำเอาหลักธรรมลงไปอยู่ในนั้น แล้วก็นึกขึ้นว่า ถ้าหากพระรูปนั้น มรณภาพไป สิ่งเหล่านั้น ก็เปรียบเสมือนมรดกทางธรรม ที่ฝากไว้ให้กับลูกหลานได้ศึกษา เป็นแนวทางการดำรงชีวิต สืบไป ก็เลยคิดว่า เราน่าจะลองดูบ้าง นี่คือ จุดประกายที่เห็นพระบางรูปที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ธรรมะ ใช้แล้วมีวินัยในการโพสต์อย่างเสมอต้นเสมอปลาย แล้วก็ไม่มีคำพูดแบบถ้อยๆ สบถกับใครอะไรอย่างนั้น ก็ประมาณนั้น หรือระบายอารมณ์ทางเฟซบุ๊ก... มีแต่เนื้อหาดีๆ

ผู้วิจัย : อาจารย์มีมุมมองอย่างไรกับการที่พระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กในปัจจุบันในภาพรวม มองอย่างไรกับพระสงฆ์ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

พระศักดา สุนทรโร : พระอาจารย์เชื่อว่าสักวัน คงมีการลงทะเบียนการใช้เฟซบุ๊กในวงการสงฆ์ ต้องมีการลงทะเบียน ขึ้นทะเบียนว่า หากคุณจะใช้เฟซบุ๊กได้ อาจจะต้องไปขึ้นทะเบียนกับเจ้าคณะภาค ต้องมีการกรองนิสัยใจคอ อะไรต่างๆ วัตรปฏิบัติ วินัยในการใช้งาน คือทุกอย่างที่เปิดเสรีอยู่พักนึง แต่สุดท้าย มันก็ต้องเข้าสู่ระบบ มีระบบบริหารจัดการ เพราะระบบนั้น จะทำให้เกิดการแก้ปัญหา

- ผู้วิจัย : พระอาจารย์มองว่า เฟซบุ๊ก ทำให้พระสงฆ์เข้ามาในโลกของฆราวาสมากเกินไปหรือเปล่าครับ
- พระศักดา สุนทรโร : แน่นอน พระอาจารย์ก็เลยใช้คำว่า อยากรู้ได้ลูกเสือ ก็ต้องกล้าเข้าถ้าเสือ แต่ 1. เราจะเข้าถ้าเสืออย่างไร เราจึงจะปลอดภัยที่สุด 2. เข้าถ้าเสืออย่างไร ให้คนมองแล้วยังรู้สึกว้า เออเนี่ย คือพระอยู่นะ ใช้งานเฟซบุ๊กอย่างไร เพื่อที่จะให้เกิดประโยชน์ คือใจเราสี่ออกไปให้เป็นประโยชน์ คนมองด้วยสายตา แล้วอันนี้ความจริงที่ปฏิบัติไม่ได้อยู่แล้ว เพราะท่านนั้นโพสต์เนื้อหาแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์ 3. ก้าวขาไปอยู่ในโลกของฆราวาสที่เขาใช้ อยู่ “คือ จริงๆ สิ่งเหล่านี้ เป็นของฆราวาสใช้มัน มันไม่น่าจะใช้ นะ มันคือ ของสาธารณะ” เพราะสมัยพุทธกาล พระสงฆ์ก็อยู่กับพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้าก็อยู่กับพระเจ้าพิมพิสาร กับพระราชากับอำมาตย์ ต่างๆ เหล่านี้ พระพุทธเจ้าก็ก้าวขาไปสู่แวตวของคนที่ชาวบ้านที่กำลังทะเลาะกัน พระพุทธเจ้าบอกว่า โยม อย่าด่ากันเลย ด่ากันก็มีแต่เกิดความทุกข์ใจด้วยกันทั้งคู่ นั่นแหละ นี่ก็คือ พระพุทธเจ้าโพสต์ตัวเองเข้าไปอยู่ในที่โลกของฆราวาสละ เอาตัวเองเข้าไปเกี่ยว ก็คือ ที่โยมถามว่า พระสงฆ์เข้าไปอยู่ในเฟซบุ๊ก โลกของฆราวาสมากเกินไปมั๊ย มองว่า บริบทมันเปลี่ยนไป จากตัวคนในสมัยพุทธกาล มาจนถึงตอนนี้ เราเอาตัวเข้าไปเกี่ยว ใช่ แต่พระพุทธเจ้าเอาตัวเข้าไปเกี่ยวท่ามกลางประชาชนกำลังทะเลาะกัน พระพุทธเจ้าไม่ได้ไปถกจิ๋วร ไปทำทำชิงชิงอะไร คือ 1. เข้าไปด้วยใจที่ชื่อบริสุทธิ์ 2. เข้าไปด้วยกิริยาที่เหมาะสมบริสุทธิ์ 3. เข้าไปด้วยกัจจัตริที่เสมอดันเสมอปลาย พระพุทธเจ้าจะเข้าสังคมแบบนี้ก็ครั้งก็ตามที่ไหนก็แล้วแต่ ก็ยังรักษาปฏิบัติได้นิ่งๆ และถ้าพระก้าวขาเข้าไปในเฟซบุ๊ก ในโลกออนไลน์ ก็เข้าไปในลักษณะเช่นเดียวกัน คือ 1. เนื้อหาที่นำเข้าไปในเฟซบุ๊ก 2. กิริยาในการที่จะถ่ายวิดีโอภาพนิ่ง ที่จะโพสต์ข้อความต้องดูให้เหมาะสม 3. แม้จะมาสืบภายในเบื้องหลังว่า ต่อหน้ากล้องดีแบบนั้น แต่เบื้องหลังกล้องนิสัยใจคอ กิจวัตรเป็นอย่างไร ก็ยังกล้าพร้อมที่จะให้พิสูจน์

- ผู้วิจัย : แสดงว่า มันอยู่กับการคิด การทำ การพูด การกระทำต่างๆ ของพระสงฆ์แต่ละรูป
- พระศักดา สุนทรโร : ใช่
- ผู้วิจัย : และก็ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ จากในอดีต พระได้เข้ามาอยู่สื่อต่างๆ จากธรรมมาศ ไมโครโฟน วิทยู หรือรายการธรรมทุกเช้า วันเสาร์ อาทิตย์ตามช่อง 3 ช่อง 7 อย่างเฟซบุ๊ก ก็เป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่พระสงฆ์มีโอกาสเข้ามา
- พระศักดา สุนทรโร : อืม ใช่ แล้วอีกอย่างหนึ่งก็คือ พระอาจารย์ไม่เคยใช้คำว่า โยม เขาเสพติดโซเซียล อย่างรายการสกุ๊ปข่าวช่อง 7 ที่รายงานว่ พระศักดาบอกว่า โยมสมัยนี้เสพติดโซเซียล ก็เลยเอาธรรมะลงเข้าไปในโซเซียลที่เขานิยมกัน ซึ่งคำว่าเสพติด มันเป็นคำหยาบคายมากในปากพระอาจารย์ที่จะพูดออกไปนะ แต่ก็ยังดีที่พอมโยมพูดหมดตรงนั้น ก็เอาวิดีโอที่พระอาจารย์เคยให้สัมภาษณ์กับพิธีกรว่า พระอาจารย์กล่าวว่า เมื่อคนยุคนี้เมื่อเห็นว่ามีควมจำเป็นต้องใช้สื่อโซเซียลมีเดียกัน ก็เลยเอาธรรมะนำเสนอกลงไปในโซเซียลมีเดีย เพื่อให้โยมเขาได้เห็นธรรมะกันตรงนั้น เพราะเมื่อพระสงฆ์ยืนอยู่ตรงหน้า เขาไม่แหงนหน้ามองพระ แต่เขาก็มมองแต่ในจอ แล้วพระสงฆ์จะยืนอยู่ตรงนั้นได้อย่างไร พระก็ต้องมายืนอยู่ในจอให้เขาเห็นสิ โดยเจตนาว่า โยมแหงนมองพระหน่อยสิ เพื่อเขาจะได้แหงนมอง
- ผู้วิจัย : อย่างมีพระหลายรูปปัจจุบันที่ใช่เฟซบุ๊ก ไลน์
- พระศักดา สุนทรโร : พระอาจารย์ไม่เคยคิด จะอยู่ในความรู้สึกเลย ประมาณว่า พระอาจารย์ยังยึดหลักว่า อยากพยายามรักษาศรัทธาของคนเราไม่ถึงกับอยู่กับเฟซบุ๊กตลอดเวลา อะไรประมาณนี้ คือ อย่างไลน์สด มันก็คือ ยังไงละ คือ จิตมันยังรับไม่ได้ แต่วันนึงมันอาจจะรับได้ก็ได้นะ แต่วันนี้ ประมาณว่า อืม... ยังไงละ ถ่ายทอดสดเลยหรอ แล้วเราก็นำเสนอสดๆ อย่างนี้เลย
- ผู้วิจัย : พระบางรูปอาจจะถ่ายทอดสด ก็จัดตรงตอนเย็น เช่น ทำวัตรเย็น สอนคติธรรมะต่างๆ หรือกิจกรรมตามความเห็นของพระแต่ละรูป
- พระศักดา สุนทรโร : นั่นนะสิ ถ้าถ่ายทอดสด ทำให้เราอาจจะไม่ค่อยมีเวลาเท่าไร ไม่มีโอกาสที่จะมานั่งระวัง เรานั่งสวดมนต์อยู่ก็จริง แต่ว่าข้างหลัง

ขยับตัว ถ้านั่งไม่เรียบร้อย นั่งโยกตัวนั้นนี่ แม้แต่พระนั่งขยับตัว เล็กน้อย ความรู้สึกผู้รับชมก็เริ่มรับรู้ได้ จริงอยู่ ทุกคนเข้าห้องน้ำ อูจจาละ ก็จะมีออก แต่บางเรื่องก็ไม่ต้องขยายในที่สาธารณะจะดีกว่ามัย นี่ก็เหมือนกัน พระเองก็มีเมื่อยขา เมื่อยเท้าบ้าง แต่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องเปิดเผยในที่สาธารณะให้ใครเห็นได้มัย นอกจากนี้ เราไม่สามารถรองภาพก่อนได้ สาม ก็คือมองว่าเป็นการเสพติดโซเซียลเกินไปหน่อย ถึงขั้นต้องไลฟ์ติดตามสังคมถึงขั้นต้องทำขนาดนั้นเลย

ผู้วิจัย : หน้าที่หนึ่ง ของพระสงฆ์ คือ การเผยแผ่พระพุทธศาสนา โซเซียลมีเดียก็เป็นอีกช่องทางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ด้วยเช่นกัน

พระศักดา สุนทรโร : เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระศักดา สุนทรโร หนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นผลกระทบทางคุณธรรม จริยธรรมกับการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับสถาบันอื่น เนื่องจากมองว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารอีกชนิดหนึ่ง ที่เข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางในการเผยแผ่พระธรรมคำสอนต่างๆ ไปยังฆราวาส บุคคลที่สนใจนำไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ยอมรับว่า การใช้งานของพระสงฆ์บางรูปในปัจจุบันเกินงาม ซึ่งจริงๆ แล้ว พระศักดา มองว่าการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ถือเป็นงานอีกด้านหนึ่งตามหน้าที่ของสงฆ์ที่เทคโนโลยีหยิบยื่นมาให้ จึงควรใช้โอกาสนี้ในการนำพาธรรมะเข้าถึงพุทธศาสนิกชนมากกว่าการใช้เพื่อความเป็นส่วนตัว และใช้ไปในหนทางที่ไม่ค่อยเหมาะสมกับสมณะและสถาบันที่ต่างจากฆราวาส เพราะมีเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ศีลข้อปฏิบัติมากำกับน้อยกว่ามาก ทั้งนี้ ในอนาคตมองไปถึงเรื่องที่หน่วยงานกำกับสงฆ์ ควรจัดให้มีการลงทะเบียนถูกต้อง และแนวทางการใช้เฟซบุ๊ก หรือสื่ออื่นๆ ควรไม่ใช่เกินงาม ใช้สื่อใหม่ภายในกรอบที่เหมาะสม

สำหรับพระไพศาล วิสาโล อีกหนึ่งกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นผลกระทบทางคุณธรรม จริยธรรมกับการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า เป็นในทิศทางคล้ายกับพระศักดา ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : อย่างเรื่องที่มีพระเล่นเฟซบุ๊กในเชิงทางโลกเยอะมาก?

พระไพศาล วิสาโล : ทางโลกย์หรือ ไม่เคยดู เรื่องการเมืองหรือ

ผู้วิจัย : ทุกอย่าง เรื่องส่วนตัวเรื่องความรัก เปื้อ ด่า

พระไพศาล วิสาโล : ถ้ามันเยอะเกินงาม มันก็ไม่ดีอยู่แล้วละ

- ผู้วิจัย : คนทั่วไปเค้าจะระบายผ่านเฟซบุ๊ก แต่เมื่อเป็นพระ???
- พระไพศาล วิสาโล : ต้องระมัดระวังต้องเข้าไปในทางที่เตือนสติคน ไม่ได้ใช้เพื่อการประกาศอวดตาดนก็ไม่ควร
- ผู้วิจัย : แต่ปัจจุบันก็มีพระกลุ่มวัยรุ่นที่ประกาศตัวตนชัดเจนนึกจะด่าใคร ก็ด่า?
- พระไพศาล วิสาโล : (หัวเราะ) สมัยนี้คงไม่ค่อยได้รู้เรื่องสามถนสาระบุมั้ง หรือไม่ค่อยรู้ว่าพระควรจะวางตัวเองอย่างไร พระนี้ไม่ควรจะไปหาเรื่องใคร
- ผู้วิจัย : เป็นเพราะเฟซบุ๊กด้วยหรือเปล่า เป็นแบบนี้มันเป็นเรื่องใหม่?
- พระไพศาล วิสาโล : มีส่วนนะ 1. เป็นพระหนุ่มยังไม่ค่อยรู้ธรรมเนียม 2. อาจเป็นเพราะกระแสบรรยากาศเฟซบุ๊กมันเป็นไปอย่างนั้น
- ผู้วิจัย : ขนาดคนทั่วไปยังหลุดได้ในสื่อประเภทนี้แล้วพระ?
- พระไพศาล วิสาโล : อาตมาไม่ค่อยได้ดูนะ มันคงมี
- ผู้วิจัย : จุดไหนในการแสดงความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊ก ที่พระ เณรสามารถทำได้ หรือจุดไหนที่ถือว่าเกินไปแล้ว
- พระไพศาล วิสาโล : การแสดงความคิดเห็นต้องไม่ไปกระพือ หรือกระตุ้นความโกรธ ความเกลียด การใช้ถ้อยแบบ hate speech ก็ไม่ได้เลย ส่วนการใช้วิจารณ์ญาติเกี่ยวกับการเมืองต้องรอบครอบ อย่าไปเชื่อข้อมูลอะไรง่ายๆ ต้องตรวจสอบ จะเหลืองจะแดง หรืออะไรก็แล้วแต่ อาตมาว่า พระเราไม่ควรจะไปผูกติดว่าเป็นเหลืองเป็นแดง ต้องอยู่เหนือมัน ไม่ได้หมายความว่า จะมีความเห็นแบบเหลืองแบบแดงไม่ได้ แต่ให้รู้ว่ามันก็แค่เป็นความเห็น ไม่ไปยึดติดถือมั่นยึดมั่นกับมันจนอยู่เหนือสิ่งอื่น อยู่เหนือความเป็นมนุษย์ ความเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน
- ผู้วิจัย : พระถ่ายทอดสวดมนต์ทำวัตร?
- พระไพศาล วิสาโล : พระที่ใช้เขาคงมีการตกลงกันในกลุ่มของเขา
- ผู้วิจัย : มองอย่างไรพระใช้ facebook live
- พระไพศาล วิสาโล : ถ้าที่ใช้เผยแพร่ธรรมก็โอเค ขึ้นอยู่กับเจตนาและรูปแบบท่าที
- ผู้วิจัย : พระไลฟ์ ไปเที่ยวที่ต่างๆ ชื่อของฝากญาติโยม?
- พระไพศาล วิสาโล : ส่วนใหญ่เขามีวงกาแพ เขาไม่รู้ว่ามันไม่พับบลิค
- ผู้วิจัย : มองปรากฏการณ์อย่างไรบ้าง

- พระไพศาล วิสาโล : ไม่เห็นโทษของมันชัดเจน แต่ต่อไปก็จะเป็นปัญหา ความจริงก็เป็นปัญหาอยู่แล้ว เพราะไม่รู้อะไรควรอะไรไม่ควร อยู่ในเฟซบุ๊ก เห็นคนเค้าทำอะไรก็ทำบ้าง เพราะเห็นบ่อยจนนึกว่าเป็นเรื่องธรรมดา ทั้งที่เป็นพระบางอย่างก็ไม่ควร แต่พอไปคลุกคลีเรื่องแปลกก็กลายเป็นเรื่องธรรมดา อดใจไม่ได้
- ผู้วิจัย : เป็นของใหม่กับพระหรือไม่ อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์
- พระไพศาล วิสาโล : เป็นของใหม่ไหม อาจจะเป็นเพราะว่า พระไม่มีใครสร้างแบบแผนเอาไว้ เพราะฉะนั้นพระก็เลยใช้แบบแผนฆราวาส
- ผู้วิจัย : อาจจะต้องสักพักหรือไม่ เพราะมนุษย์เวลาเจออะไรใหม่ๆ ลองผิดลองถูกสักพักจนเข้าใจมันได้
- พระไพศาล วิสาโล : อย่างนั้นก็ได้อะไรจะเป็นอีกทาง ความไร้มารยาท มันกลายเป็นกระแสหลัก มันกลายเป็นบรรยากาศที่ครอบคลุม ทุกคนก็เลยพลอยไร้มารยาทไปด้วย อยากด่าก็ด่า ตอนนีเฟซบุ๊กเป็นกระแสก้นทั่วโลก ด่ากันและทะเลาะไปหมด ถ้าเป็นกระแสหลักก็จะสร้าง (norm) บรรทัดฐานอีกแบบหนึ่ง คือ คุณมีอิสระเสรีภาพที่จะด่า (ด่าแล้วอาจจะได้ยอดไลค์เยอะกว่า) ในแง่หนึ่งมันอาจจะมีการสร้างมารยาทใหม่ ที่คอยทำให้มันมีระเบียบ อย่างการขับรถสมัยก่อนไม่มีกติกาคือ เดี่ยวนี้มีระเบียบเรื่องการขับรถมากขึ้น การกวดแต่รถ กวดได้ที่ไหนบ้าง มันมีวิวัฒนาการด้านกฎระเบียบที่ทำให้มันมีความเรียบร้อย เฟซบุ๊ก โซเชียลมีเดียอาจจะเป็นแบบนี้ก็ได้ ตอนนี้นักกลัวว่า norm ที่มันจะลงลึก คือ เสรีภาพที่จะพูดอะไรก็ได้ ด่า หรือไป hate speech
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์มองสังคมกัมพูชาอย่างไร สถาบันสงฆ์มีลักษณะเดียวกันด้วยหรือไม่
- พระไพศาล วิสาโล : พระรุ่นใหม่มีพฤติกรรมแบบนี้มากขึ้น แต่พระรุ่นเก่าไม่เป็นแบบนี้
- ผู้วิจัย : การที่พระรุ่นใหม่อิสระได้ เพราะเพิ่งเข้ามาอยู่ในร่มกาสาวพัสตร์ ยังยึดติดกับสังคมก่อนเข้ามา หรือระดับเจ้าอาวาสวัด ไม่ทันโลกโซเชียลทำให้ไม่สามารถควบคุมพระลูกวัดให้เล่นอยู่ในระดับเหมาะสมได้ ทำให้มีอิสระในการเล่น

พระไพศาล วิสาโล : ก็มี ส่วน อย่างพ่อแม่ที่ไม่รู้จักเกมส์ออนไลน์ แต่ลูกเล่นเกมส์ออนไลน์ พ่อแม่ก็ไม่รู้เลย

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระไพศาล วิสาโล กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นผลกระทบทางคุณธรรม จริยธรรมกับการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า การใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ต้องมีความระมัดระวัง ต้องใช้ไปเพื่อการเตือนสติคน ไม่ใช่ใช้เพื่อประกาศตัวตนของตัวเอง เพราะการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์หลายรูปในปัจจุบัน โดยเฉพาะพระรุ่นใหม่ที่ตั้งอกอยู่ในสังคมก้มหน้า บางส่วนมีความคิดเห็นว่าเป็นเมื่อไม่เคยเห็นโทษที่เกิดขึ้นกับพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก ทั้งที่ในหลายพฤติกรรม หรือแนวคิดนั้นในความเป็นจริงมันเป็นปัญหาอยู่แล้ว แต่พอเห็นสังคมบนเฟซบุ๊กทำกันเป็นเรื่องปกติ พระสงฆ์บางส่วนก็ทำตาม เพราะเห็นพฤติกรรมที่เห็นบ่อยนั้นกลายเป็นเรื่องปกติไปแล้ว ทั้งนี้ พระไพศาลไม่ได้ปฏิเสธสำหรับพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพราะมองว่าเป็นเครื่องมือในการช่วยเผยแพร่ศาสนา และเป็นโอกาสที่จะทำให้พระสงฆ์เปิดโลกทัศน์ของตัวเองมากขึ้น แต่ทุกอย่างแล้วต้องกลับมาดูว่า ตัวผู้ใช้คือ พระสงฆ์ มีสถานะแตกต่างไปจากฆราวาส ดังนั้น การใช้งานต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสมมากกว่า

เช่นเดียวกับพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นผลกระทบทางคุณธรรม จริยธรรมกับการเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า พระมหาวุฒิชัยมีความเห็นไม่แตกต่างไปจากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 รูป ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : พระเล่นเฟซบุ๊กไม่ผิด?

พระมหาวุฒิชัย : เออ...ผิดไม่ผิดเนี่ยเป็นเรื่องของเจตนาธรรมณ์ในการใช้ ถ้าเราบอกว่า ผิดชาวบ้านก็ผิดหมดสิ เทคโนโลยีก็เหมือนเงิน ธนบัตรที่อยู่ในมือเรา คุณบอกว่ามีธนบัตรผิดชาวบ้านก็จับไม่ได้ ตัวเทคโนโลยีก็ดี ตัวเงินทองก็ดี จะให้คุณให้โทษก็ต่อเมื่อเราใช้ด้วยท่าทีอย่างไร ใช้อย่างมีสติปัญญาก็เป็นคุณ ใช้อย่างไม่มีสติปัญญาก็เป็นโทษ พระสงฆ์ก็เหมือนกันจะใช้สื่อเหล่านี้ ดูว่าใช้แบบไหน ใช้แบบเป็นนายของมันก็ควร เป็นทาสของมันก็ไม่ควร ตามหลักพุทธแท้เป็นอย่างนี้ อย่าไปตีขลุมว่าใช้แล้วไม่ควร ก็ไม่ควรทั้งโลก โดยตัวเทคโนโลยีเป็นสื่อที่เป็นกลางๆ เราต้องรู้จักใช้

ผู้วิจัย : พระอาจารย์มีความเห็นอย่างไร กรณีพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก เป็นเรื่องส่วนตัว

- พระมหาวุฒิชัย : กรอบมีความชัดเจนอยู่แล้ว เรื่องนี้ไม่ต้องอาศัยพระวินัยใช้ common sense ก็ได้ เพราะโดยสามัญสำนึก ควรจะรู้ว่าอะไรควร อะไรไม่ควรใช้ sense หาความรู้พัฒนาตัวเอง ใช้เพื่อสื่อสารพระธรรมคำสอนอย่างนี้ใช้ได้ แต่ใช้เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนานอย่างที่บ้านใช้ อย่างนั้นถึงอย่างไรก็ไม่ควร
- ผู้วิจัย : พระหลายๆ รูปที่เป็นวัยรุ่นนมาบวช แล้วใช้โซเชียลมีเดียมากเกินไป?
- พระมหาวุฒิชัย : บอกตามตรงว่าน่าเป็นห่วง มีบางรูปที่อัดคลิป ที่เทศนาที่เต็มไป ด้วยความรุนแรง บางรูปที่มีทัศนคติทางการเมืองที่สุดโต่ง เป็นสมณะสารูปเกินความเหมาะสมในการดึง การเตือนธรรมตา แต่กลายเป็นการเลือกข้างอย่างชัดเจน บอกตามตรงว่า น่าเป็นห่วงมาก ไม่ว่าจะเป็นการใช้โซเชียลมีเดียในทางที่ผิด สร้างความเข้าใจผิด เอื้อต่อความรุนแรง เป็นสิ่งที่พระอาจารย์เห็นแล้วเป็นห่วง เพราะพระบางรูปก็อัดคลิป เชื่อมโยงสร้างความเข้าใจผิดในเชิงศาสนาบ้าง สร้างความเข้าใจผิดในเชิงการเมืองบ้าง สร้างความชอบธรรมในสิ่งที่ตัวเองทำว่ามันถูกต้อง ขณะเดียวกันเอาธรรมวินัยเข้าจับมันก็ไม่ค่อยถูก แต่สิ่งที่น่าห่วงมากกว่านั้น คือ การที่สังคมไม่รู้เท่าทันพระเหล่านี้ แล้วก็เลือกเข้าไปสนับสนุน จนกลายเป็นความผิดที่ถูก อันนี้น่าห่วงมาก เมื่อไหร่ก็ตาม สิ่งที่ผิดทำให้เห็นว่าถูกต้อง เพราะมีมวลชนส่วนใหญ่เออออห่อหมกด้วย จะเป็นระเบิดเวลาของคณะสงฆ์ต่อไปในอนาคต เพราะจะสร้างความเข้าใจผิดว่าเขาทำอย่างนั้นอย่างนี้ได้ อย่างเช่นตอนนี้เอาพระพุทธศาสนาไปรับใช้อุดมการณ์ชาตินิยม ใช้อุดมการณ์ทางการเมือง สองอย่างนี้อันตรายมาก ทำให้คนเข้าใจผิดต่อพระพุทธศาสนา ทำให้พระพุทธศาสนานำไปใช้เป็นเครื่องมือลัทธินิยมทางการเมือง และพุทธ ซึ่งเป็นศาสนาแห่งสันติภาพ ก็สุมเสียงที่จะกลายเป็นศาสนาที่นำเข้าสู่ความขัดแย้ง หรือสงครามได้ พระอาจารย์ไปประชุมที่ยูเอ็น ทางผู้บริหารของสำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยสหประชาชาติ คุยกับพระอาจารย์ที่นั่น เขาเป็นชาวพุทธ เขาเป็นห่วงมาก พระสงฆ์เราจะใช้โซเชียลมีเดียไปในทางที่เอื้อ

ต่อความรุนแรง เช่น ในพม่า ก็มี ในไทยก็มีพระบางรูปบอกว่าก็
ใช้พม่าเป็นโมเดลด้วย อันนี้เป็นอันตราย พุดตามตรง ห่วง

ผู้วิจัย : พระจิ้มมือถือเล่นตลอดเวลา?

พระมหาวุฒิชัย : ก็ไม่ควร ถ้าใช้แสวงหาความรู้ เพื่อทำงาน ใช้เพื่อการศาสนา
อันนี้ควร ใช้เพื่อเล่น เพื่อการสนุกสนาน เอามันส์ เพื่อบันเทิง
สนองกิเลสก็ไม่ควร พิจารณาเป็นคณๆ ไป

ผู้วิจัย : พระไปเที่ยวต่างประเทศแล้ว ทำเฟซบุ๊ก ไลฟ์

พระมหาวุฒิชัย : ดูเจตนาเพื่ออะไร ถ้าเจตนาเพื่อแสดงว่ามั่นคง อดิสุล เทห์ ถ้าอย่าง
นั้นก็สมควร ถ้าเจตนาเผยแผ่พระพุทธศาสนา รายงานเนื้อหา
สาระของงานที่ทำอยู่ให้กับคนที่สนับสนุน คนได้เอาใจช่วย ได้
ส่งเสริม อย่างนี้ธรรมดา พระอาจารย์ไปเทศน์ที่ญี่ปุ่น ยุโรป
สหรัฐอเมริกา แล้วลงภาพลงอะไร นี่ก็เป็นหน้าที่ของพระสงฆ์
ตามปกติ ไม่ใช่เรื่องที่ผิดอะไร เพราะเจตนาที่ชัด ต้องการบอก
ให้โลกรู้ว่าพระทำอะไร พระไม่ได้อยู่เฉยๆ พระทำงานหนัก พระ
ทำประโยชน์ให้โลก

ผู้วิจัย : พระโพสต์เรื่องน้ำหอม ความรัก โลก พฤติกรรมคล้ายฆราวาส?

พระมหาวุฒิชัย : บอกตามตรง เป็นการใช้โซเชียลมีเดียในทางไม่ถูกต้อง พระสงฆ์
ควรจะใช้โซเชียลมีเดียในฐานะเป็นเครื่องมือขยายศักยภาพใน
การเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพื่อสร้างประโยชน์และความสุข
แก่ประชาชนและชาวโลกเท่านั้น ใช้เพื่อเรื่องส่วนไม่ควร ใช้โชว์
ไลฟ์สไตล์ตัวเอง ประกาศความน้อยออกน้อยใจของตัวเองต่อ
คนอื่น ไม่ควร ยังไม่ต้องพูดถึงว่าใช้รีวิวลสิ่งต่างๆ ไม่ควรด้วย
ประการทั้งปวง

ผู้วิจัย : ในสังคมมีสังคมกัมพูชา สังคมพระอาจจะมีสังคมกัมพูชาด้วย
มองว่าสังคมไทยปัจจุบัน เกี่ยวกับสังคมกัมพูชาเลยเถิดไปมั๊ย?

พระมหาวุฒิชัย : จะเลยเถิดหรือไม่เลยเถิดไปดูอีกทีว่ากัมพูชานั้นดูอะไร

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

จากบทสัมภาษณ์พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี อีกหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้
เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นผลกระทบทางคุณธรรม จริยธรรมกับ
การเข้าใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัยพบว่า การที่พระสงฆ์เข้ามาใช้เฟซบุ๊ก ถือว่าไม่เป็นเรื่องผิดแต่
อย่างไร แต่การที่พระสงฆ์ใช้โดยขาดสามัญสำนึกว่าครองตนเป็นพระอยู่ ไม่ใช่ฆราวาส และยังมี

พฤติกรรมใช้เฟซบุ๊กไปในทางฆราวาสนั้น เป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม เพราะกรอบความเหมาะสมมีอยู่แล้ว พระสงฆ์ต่างรู้กันดีว่าอะไรดี อะไรงาม อะไรที่ไม่เหมาะสม ซึ่งพระมหาจุฬาลงกรณราชูมิชัยยอมรับว่ามีพระสงฆ์ลักษณะนี้เป็นจำนวนมาก และมีความเป็นห่วงกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในทางที่ไม่ถูกไม่ควร

ในบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อประเด็นคุณธรรม จริยธรรมที่มีต่อผู้ใช้ จากทั้ง 3 รูป ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างแสดงความคิดเห็นในทางเดียวกันว่าพระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับกลุ่มบุคคลในสถาบันอื่น แต่ต้องใช้ภายใต้กรอบความเหมาะสม ตามที่ตนครองตนห่มผ้าเหลืองอยู่ และควรใช้เพื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนา หรือเปิดโลกทรรศน์เพื่อหาความรู้ที่เป็นสาระ มากกว่าจะใช้เพื่อความบันเทิง หรือใช้เพื่อประกาศตัวในแง่ใดแง่หนึ่ง ซึ่งเกิดเป็นภาพที่ไม่ดีงามตามมา โดยเฉพาะในสายตาของฆราวาส

5.5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อเรื่องแนวโน้มการใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊กในอนาคต พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป ประกอบด้วย พระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล พระมหาจุฬาลงกรณราชูมิชัย วชิรเมธี ต่างแสดงความคิดเห็นผ่านบทสัมภาษณ์ไปในทิศทางเดียวกันว่า อนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนว่าสื่อใหม่ใดจะเข้ามาแทนที่เฟซบุ๊กหรือไม่ หรือถ้ามีเข้ามาแทนที่ จะเป็นสื่อประเภทใด เหมาะสมกับที่พระสงฆ์จะเข้าใช้หรือไม่ ต้องอยู่ที่ปัจจัย สภาพแวดล้อม ความพร้อมในตอนนั้นเป็นที่ตั้ง แต่สิ่งที่สำคัญไปกว่านั้น แม้จะมีสื่อใหม่เข้ามาแทนที่หรือไม่ แต่ทุกครั้งที่พระสงฆ์ หรือแม้แต่ฆราวาสทั่วไปเข้าใช้งานจะต้องมีอำนาจเหนือเทคโนโลยี ไม่ปล่อยให้เทคโนโลยีมีอำนาจเหนือผู้ใช้ และต้องรู้ว่าขณะนั้นเราอยู่ในสถานะใดของสังคม แล้วใช้ให้เหมาะสมกับสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ ดังบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

- ผู้วิจัย : พระสงฆ์ก็อาจจะต้องปรับตัว เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน
- พระศักดา สุนทรโร : ใช้อย่างรายงานเจาะประเด็น สเปนเชียล ทางช่อง 7 ก็ขึ้นต้นพาดหัวว่า พระสงฆ์ยุคไอที ความรู้สึกพระอาจารย์รู้สึกแย่มากเลย จะไปปรึกษาใครดีหนอ แต่ก็มีคนเสนอมมมมองกลับมาหาพระอาจารย์ ถามพระอาจารย์ว่า นี่มันยุคอะไร เราก็ตอบว่ายุคออนไลน์ ยุคไอที... เขาก็ตอบเราว่า งั้นถ้าใครเกิดยุคนี้ หมอก็หมอยุคไอที สัปเหร่อวัดก็ยุคไอที เด็กวัดก็ยุคไอที พระสงฆ์ก็พระยุคไอที ไม่ใช่ว่า ท่านไปเสพติด ไปปลื้มกับไอที เพียงแต่ท่านเกิดมาในยุคของที่มันเป็นไอที ก็เลยต้องใช้พระสงฆ์ยุคไอที

ผู้วิจัย : อย่างมีสื่อโซเชียลใหม่เกิดขึ้นเรื่อยๆ แทนที่สื่อเก่า จากอดีตที่นิยมไฮไฟฟ์เป็นอย่างมาก พอเวลาเปลี่ยนไป เฟซบุ๊กก็เป็นที่นิยมอย่างในปัจจุบัน พระอาจารย์จะเปลี่ยนตามด้วยมั้ย เพื่อเปิดช่องทางตามสังคมในตอนนั้น

พระศักดา สุนทรโร : ณ เวลานั้นคงพูดไม่ถูก อยู่กับการปัจจัยแวดล้อมเราด้วยว่าจะสามารถเข้าถึงสิ่งนั้นได้หรือไม่ คือ ส่วนใหญ่พระอาจารย์จะเน้นที่ปัจจุบันมากกว่า ปัจจุบันที่ถึงแม้มันดึงเราไปไหนก็ได้ แต่เรามีหลักอยู่ว่า ถึงมันจะดึงไปไหน แต่เราจะไปพร้อมกับวัตถุประสงค์ที่เรา มี คือ ความดี และมันสมองในการคิดหลักธรรม คำสอนของเรา
(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

ผู้วิจัย : มองว่าเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่เกิดจากการพัฒนาการของสื่อ แต่ก่อนพระอาจารย์จะขึ้นธรรมาส แล้วมาสู่รายการวิทยุ รายการธรรม ทวี จนสูตรทำมาผ่านเฟซบุ๊ก หรือแล้วแต่คนใช้

พระไพศาล วิสาโล : อาตมาไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ได้นานแค่ไหน ฉะนั้น ยังพูดไม่ได้ว่า มันจะกลายเป็นวิธีการมาตรฐานที่ใช้กัน อย่างวิทยุ โทรทัศน์ แต่ว่าถ้าพูดรวม โซเชียลมีเดียเป็นสื่ออีกแนวหนึ่งในการเผยแพร่ธรรมะ แต่ยังไม่แน่ใจว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก เพราะไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ไปอีกนานแค่ไหน 10 ปี จากนี้ไปเป็นเวลาที่ยาวนานสำหรับวงการอินเทอร์เน็ต 10 ปีข้างหน้าอาจจะไม่มีเฟซบุ๊กแล้วก็ได้ อาจจะมีที่แยกว่าเฟซบุ๊ก ใครจะไปรู้
(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

ผู้วิจัย : อนาคตสื่อเปลี่ยนไป อาจจะไปเปลี่ยนจากเฟซบุ๊กเป็นอะไรสักอย่าง ในอนาคตช่องทางสื่อสารของศาสนาควรเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยี?

พระมหาวิมลชัย : ไม่มีปัญหา ถ้าเราใช้มันเป็นไวยากรณ์ของการเผยแผ่ ถ้าเราใช้มันอย่างมีสติ และเพื่อจะเตือนเรื่องนี้ พระอาจารย์เพิ่งทำปริศนาธรรมขึ้นใหม่ที่เชียงใหม่ ไร่เชิญตะวัน ด้านหลังวิหารดิน มีสิ่งสองตัว ในอริยาบถเหยียบไอแพดทั้งคู่ และตัวหนึ่งเหยียบแองกรีเบิร์ดด้วย และตัวแองกรีเบิร์ดมีโลโก้โซเชียลมีเดียทั้งเฟซบุ๊ก ไลน์ แอปเปิ้ล ซัมซุง เงินดอลลาร์ครบทั้งหมด และ

สิ่งอีกตัวหนึ่งเหยียบโลกด้วย เป็นปริศนาธรรมว่าเราต้องรู้จักใช้โซเชี่ยลมีเดีย ในฐานะเป็นนายเหนือเทคโนโลยี ไม่ใช่ฐานะคนตกเป็นทาสของเทคโนโลยี ฉะนั้น ตัวนี้ฝากเอาไปประกอบด้วยการเตือนสังคมเราและเป็นหลักไมล์ของเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ว่า เราสร้างสิ่งที่ดีขึ้นขึ้นมาในขณะที่โซเชี่ยลมีเดียมีอิทธิพลกับคนทั้งโลก

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

5.5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

จากบทสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่อเรื่องการกำกับ ดูแลของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ที่มีต่อผู้ใช้ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป ประกอบด้วย พระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ต่างแสดงความคิดเห็นผ่านบทสัมภาษณ์ไปในทิศทางเดียวกันว่า เห็นด้วยกับแนวทางการดูแลความเหมาะสมในการใช้เฟซบุ๊ก เพราะปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กได้ แต่การใช้เฟซบุ๊กให้เหมาะสม อยู่ในกรอบของพระสงฆ์ ทางสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ รวมถึงคณะสงฆ์ชั้นผู้ใหญ่จะต้องมีการคุยกัน ไม่ถึงขั้นเป็นข้อห้าม แต่ควรทำเป็นกรอบแนวทางการใช้งาน ว่าการใช้งานลักษณะใดของพระสงฆ์ที่เข้าข่ายไม่เหมาะสม เพื่อให้การใช้งานของพระสงฆ์ที่มีกรอบของการถือศีลมากกว่าฆราวาสเป็นในทิศทางที่ดีงาม

ผู้วิจัย : พระอาจารย์มองยังไง กับที่สำนักงานพระพุทธศาสนาบอกว่าพระสงฆ์เล่นสื่อใหม่อย่างไฮวไฟ เฟซบุ๊กได้ แต่ต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสม

พระศักดา สุนทรโร : เป็นเรื่องที่ดีที่หน่วยงานควบคุมกำกับดูแล แต่พระอาจารย์ถามว่า อยู่ในกรอบความเหมาะสม คำว่าเหมาะสมนั้นคืออะไร เพราะพระสงฆ์แต่รูปแน่นอน ต่างคงมีกรอบความคิดเป็นของตัวเอง ว่าสิ่งนั้น สิ่งนี้ที่ทำอยู่ ถือว่าเหมาะสมแล้ว แล้วอย่างนี้จะทำอย่างไร หากทำเป็นรูปธรรมให้พระสงฆ์เห็นมากขึ้น มันน่าจะดีกว่า เช่น พระสงฆ์รูปนั้นลงรูปไม่ค่อยงาม อันนี้แหละไม่เหมาะสม แล้วก็ยกเป็นตัวอย่าง เป็นเคสๆ ให้เห็นชัดไปเลย จะดีกว่า เอาจันให้เห็นภาพไปเลย

(พระศักดา สุนทรโร, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2559)

- ผู้วิจัย : หน้าที่สำนักงานพระสงฆ์ ออกมาบอกว่าเล่นได้แต่ต้องเล่นในกรอบคิดอย่างไร?
- พระไพศาล วิสาโล : ก็เห็นด้วย เพราะกรอบสมณะสาธูป เรื่องของการใช้คำ การแสดง ความเห็นเรื่องรูปที่โพสต์ต่างๆ อาตมาว่ามันก็ต้องมีกรอบ
- ผู้วิจัย : อย่างนี้ก็ยากที่จะควบคุมต้องแล้วแต่ดุลยพินิจของพระแต่ละรูป
- พระไพศาล วิสาโล : จริงๆ คณะสงฆ์ต้องมีการมาคุยเรื่องนี้กันจริงจัง ไม่ได้หมายถึง ต้องออกกฎระเบียบแต่ต้องคุยกันว่าควรจะเป็นอย่างไร แต่คณะสงฆ์ก็ไม่สนใจ
- ผู้วิจัย : ถ้ามาคุยกันจริงจะกลายเป็นมาออกกฎระเบียบ เพราะจะมานั่ง คุยกัน สุดท้ายอย่างหน่วยงานมาคุยกัน จบที่การออกกฎ เพราะ เป็นรูปธรรมมากที่สุด แล้วพอปฏิบัติจริงแล้วทำไม่ได้
- พระไพศาล วิสาโล : คณะสงฆ์ต้องเห็นความจำเป็นที่จะต้องมาคุยกันเรื่องนี้ รวมทั้ง ต้องมองไประยะข้างหน้า ไม่ใช่ไปมองตามปัญหา
- ผู้วิจัย : พระอาจารย์เห็นความจำเป็นที่ต้องมานั่งคุยกัน
- พระไพศาล วิสาโล : ใช่ เพื่อรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายเพื่อจะได้โอเค อาจจะมีการวางไคต์ไลน์ สำหรับพระทั้งรุ่นใหม่และรุ่นเก่า พระรุ่นเก่า อย่างเจ้าอาวาสก็จะสามารถนำข้อไคต์ไลน์มาบอกแก่พระรุ่นใหม่ ให้ความรู้หรือมีวิจารณ์ญาณในการใช้
- ผู้วิจัย : แต่ถ้าไม่ออกกฎระเบียบสังคมก็วิจารณ์ว่า พระคุยกันอย่างเดียว สุดท้ายไม่นำไปสู่อะไร แต่หากคุยกันสุดท้ายอาจจะนำไปสู่ การห้ามเล่นเฟซบุ๊ก ซึ่งจะสุดโต่งไปหรือไม่
- พระไพศาล วิสาโล : มันอยู่ที่ว่าด้านหนึ่งเป็นไคต์ไลน์ ด้านหนึ่งเป็นกฎระเบียบ แต่เป็นกฎระเบียบที่มันค่อนข้างจะหลวม
- ผู้วิจัย : ให้มันมาพบกันระหว่างไคต์ไลน์ และกฎระเบียบ
- พระไพศาล วิสาโล : บางอย่างที่มีมันน่าเกลียดจริงๆ ก็ควรที่จะห้ามเลย อย่าง hate speech ก็ไม่ควร

(พระไพศาล วิสาโล, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2559)

- ผู้วิจัย : ต้องมานั่งคุยถึงกฎคณะสงฆ์กันใหม่?
- พระมหาวิมลชัย : พระอาจารย์คิดว่าเป็นความรับผิดชอบของสำนักพุทธฯ และ มหาเถรสมาคม ที่จะต้องเข้ามานั่งคุยกัน เพื่อหากรอบ เพื่อหา กติกา ที่เหมาะที่ควร ที่ดีทั้งาม ปล่อยไปอย่างนี้เป็นอันตราย

มาก พระอาจารย์คิดว่าไม่ควรจะทำเป็นกฎอะไร ควรจะทำลักษณะเป็นจรรยาบรรณมากกว่า เหมือนองค์กรสื่อต่างๆ ก็มีจรรยาบรรณของเขา เป็นกรอบและทิศทางกว้างๆ ว่าอะไรได้อะไรไม่ได้ อย่างเป็นทางการเมือง นายกรัฐมนตรีมากราบพระอาจารย์ พระอาจารย์จะเอาของที่ระลึกให้ ถ้ามว่าเกิน 3 พันบาทไหม หากเกินรับไม่ได้ผิดกฎหมายนักการเมือง ควรจะมีจรรยาบรรณประมาณนี้เป็นกรอบกว้างๆ ว่าอะไรได้อะไรไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเราเป็นสมณะ เรื่องพวกนี้เป็นเรื่องสำคัญ สมณะนั้นต้องฟังทั้งพระธรรมวินัย และฟังทั้งบัญญัติทางสังคม หมายความว่า ฟังพระธรรมวินัย ซึ่งจำกัดกรอบการใช้ชีวิตของสมณะ ฟังกฎหมายบ้านเมือง ซึ่งจำกัดกรอบการใช้ชีวิตของฆราวาสทั่วไป พร้อมกันนั้นต้องฟังโลกวัชชะ สิ่งในโลกดิเตียนไม่ควรทำ พระต้องฟัง พระต้องฟังอย่างน้อย 3 เรื่อง คือ ฟังวินัยของพระพุทธเจ้า ฟังกฎหมายบ้านเมือง เช่น นำข้อความอันเป็นที่เข้าสู่คอมพิวเตอร์ก็ไม่ควร และฟังสังคม ที่เรียกกันว่า โลกวัชชะ คือ ถ้าโลกดิเตียนก็ทำไม่ได้ ถ้าเราใช้ 3 เรื่องนี้เป็นพื้นฐานในการใช้โซเชียลมีเดียก็เห็นเองว่า เส้นแบ่งอยู่ตรงไหน ความเหมาะสมความควรคืออะไร อะไรได้และอะไรไม่ได้

(พระมหาภูฒิชัย วชิรเมธี, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2559)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า คุณธรรม จริยธรรมที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในฐานะผู้ใช้จากทั้ง 3 รูป ประกอบด้วย พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับกลุ่มบุคคลในสถาบันอื่น แต่ต้องอยู่ในกรอบการใช้งานที่เหมาะสมตามสถานะความเป็นพระสงฆ์ แต่การใช้เฟซบุ๊กให้เหมาะสมนั้น สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ รวมถึงคณะสงฆ์ชั้นผู้ใหญ่จะต้องมีการคุยกัน วางกรอบแนวทางการใช้งาน ว่าการใช้งานลักษณะใดของพระสงฆ์ที่เข้าข่ายไม่เหมาะสม เพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรมการใช้งานของพระสงฆ์ที่ดิงตามต่อไป เนื่องจากพระสงฆ์โดยพื้นฐานต้องมีสติไตร่ตรอง ครุ่นคิดก่อนใช้ ระวังการใช้ และประเมินถึงอนาคตที่จะเกิดขึ้นจากผลลัพธ์ที่ได้ใช้ลงไป ส่วนอนาคตจะมีสื่อใหม่มาแทนที่เฟซบุ๊ก แล้วพระสงฆ์จะเข้าใช้งานหรือไม่นั้น กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป ต่างแสดงความเห็นผ่านบทสัมภาษณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ต้องอยู่ที่ปัจจัย สภาพแวดล้อม ความพร้อมในตอนนั้นเป็นที่ตั้ง แต่สิ่งที่สำคัญไปกว่านั้น แม้จะมีสื่อใหม่เข้ามาแทนที่หรือไม่ แต่ทุกครั้งที่พระสงฆ์ หรือแม้แต่ฆราวาสทั่วไปเข้าใช้งานจะต้องมีอำนาจเหนือเทคโนโลยี ไม่ปล่อยให้เทคโนโลยีมีอำนาจเหนือผู้ใช้

บทที่ 6

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) เพื่อตอบปัญหาคำถามวิจัยว่า การใช้อินเทอร์เน็ตกรณีการบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์จะมีลักษณะอย่างไร และเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่า ยังไม่ปรากฏงานวิจัยของ ไทยชั้นใด ที่ทำการศึกษาถึงกลุ่มพระสงฆ์กับการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กโดยตรง แม้จะปรากฏงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างพระสงฆ์กับสื่อใหม่ค่อนข้างมากแต่ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นทางโลกย์และความเป็นทางธรรมของพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กโดยตรง โดยลงลึกถึงลักษณะการใช้งาน และเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น จะมีงานวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน คือ งานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสมของพระสงฆ์ ของพินิจ ลาภธนานนท์ และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่, 2557, น. 44-53) ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาในส่วนเกี่ยวกับผู้รับสาร จากงานวิจัยของ สมศรี จินะวงษ์ (2532) ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัย และการรักษาศีลของพระสงฆ์” ขณะที่งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวสาร อย่างในงานวิจัยเรื่อง “การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน กับการเปิดรับข่าวสารและความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชน” ของสุจิตรา เหลือชูเกียรติ (2543) และงานวิจัยของ ดริณ จักรพันธุ์ อินทร์อุดม (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเผยแพร่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ไทยผ่านสื่อใหม่ : กรณีศึกษาเว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม”

แม้งานวิจัยดังที่ได้ยกตัวอย่างในข้างต้น จะศึกษาพระสงฆ์กับสื่อในบริบทต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตกับพระสงฆ์ในด้านเกี่ยวกับผู้ใช้งาน ผู้รับสาร หรือแม้แต่ตัวสาร แต่งานวิจัยดังกล่าวยังมีข้อจำกัด กล่าวคือ ยังไม่สามารถให้คำตอบในเชิงลึกได้ว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการใช้งานอย่างไร ทิศนคติกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นเช่นไร เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับปรากฏการณ์สื่อมวลชนในชีวิตประจำวันที่ใช้แนวทางศึกษาด้วยวัฒนธรรมศึกษา พบว่า เพื่อหาคำตอบในเชิงลึกมากขึ้น ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางของ David Morley ที่นอกจากจะวิเคราะห์ตัวสารควบคู่ไปกับผู้รับสารแล้ว ยังมองขยายไปถึงบริบททางสังคมอีกด้วย หากเปรียบเทียบกับกรนำมาวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊กในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้หมายถึง พระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งในแง่

ของภูมิหลังผู้รับสาร รวมถึงบริบทแวดล้อมรอบตัวผู้รับสาร ทั้งปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม ระดับ การมีชื่อเสียงทางสังคม ตลอดจนมุมมองในเรื่องผู้รับสารที่สามารถเป็นได้ทั้งผู้กระทำ (active) และ ผู้ถูกกระทำ (Passive) ได้ในเวลาเดียวกัน ถือเป็นไปในทิศทางเดียวกับกรณีผู้ใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊กที่สามารถเลือกเป็นผู้กระทำ และเป็นผู้ตั้งรับได้ในเวลาเดียวกัน

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเชื่อว่า การศึกษาผ่านแนวทางวัฒนธรรมศึกษานี้ จะสามารถหาคำตอบที่ครอบคลุมงานวิจัย การศึกษาเรื่อง การใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ต ของพระสงฆ์ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบวัฒนธรรมศึกษา ผ่านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เป็นหลัก จากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก 2 กลุ่ม กล่าวคือ 1. กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา และ 2. กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมนอกจากนี้ ยังได้สำรวจเนื้อหา (Survey Research) จากเนื้อหาบนสแตตัส และรูปภาพที่โพสต์บนบัญชีเฟซบุ๊กพระสงฆ์ที่ต้องการศึกษา เป็นส่วนประกอบในการศึกษางานวิจัย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ตัวแปรเรื่อง “กระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาส (Secularization) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) ซึ่งมีสถาบันศาสนาจะเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ครอบครัว ศิลปะ แต่กลับถูกสถาบันทางเศรษฐกิจ เคลื่อนเข้ามาเป็นแกนกลาง กลายเป็นสังคมที่เน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) เรียกสังคมนี้ว่า สังคมสมัยใหม่ สังคมทุนนิยม สังคมอุตสาหกรรม ประกอบกับก่อนหน้านี้ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ที่ศึกษา เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ สื่อมวลชน ความทันสมัย และการรักษาศีลของพระสงฆ์” ของ สมศรี จินะวงษ์ (2532) พบว่า พระภิกษุมีการเปิดรับสื่อสารมวลชนมากพอสมควร โดยเปิดรับหนังสือพิมพ์มากที่สุด ซึ่งเป็นสื่อที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อสาระและทำให้สะดวกใจ มากกว่าสำหรับผู้ทรงศีลที่จะเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ ที่มีที่ท้าวว่าเป็นสื่อบันเทิง (ผิดศีลถ้าจะเปิดดู)

นอกจากนี้ เฟซบุ๊กถือเป็นสื่อสมัยใหม่ และมีความบันเทิงที่หลากหลายมากกว่า สื่อโทรทัศน์ และเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในหมู่พระสงฆ์ปัจจุบัน ขณะเดียวกันผลการวิจัย เรื่อง “ความทันสมัย” นั้น ยังพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความทันสมัย กล่าวคือ ยิ่งเปิดรับสื่อมาก ก็ยิ่งมีความคิดอ่านทันสมัย หากทว่าไม่พบความสัมพันธ์กับการรักษาศีล หมายความว่า ภิกษุกลุ่มที่ทันสมัยอาจจะรักษาศีลมากหรือน้อยก็ได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ขึ้น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ 1. กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา และ 2. กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

สำหรับขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม

ต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม 4 รูป และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาอีก 3 รูป แล้วทำการสัมภาษณ์ ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ มีกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ทั้งหมด 7 รูป โดยผู้วิจัยได้เสนอให้ข้อมูลสำคัญ (Key information) แก่กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 7 รูป และผู้วิจัยได้ขออนุญาตล่วงหน้าที่จะขอสัมภาษณ์พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากทุกรูปต่างมีกิจนิมนต์ในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาบางรูปต้องใช้เวลาราว 3-4 เดือนจึงจะได้สัมภาษณ์ นอกจากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยยังได้สังเกตแบบไม่เป็นทางการ (Information Observation) เกี่ยวกับอากัปกริยา น้ำเสียงของกลุ่มตัวอย่างระหว่างที่ทำการสัมภาษณ์ และข้อมูลที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบใช้วิเคราะห์ผลอีกช่องทางหนึ่ง

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ โดยนำแนวคิดของ David Morley ซึ่งพื้นฐานเดิมของแนวคิดนี้ ใช้วิเคราะห์ผู้ชมโทรทัศน์นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์พระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ โดยมีข้อสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม

โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมทั้ง 4 รูป คือ พระมหาโสภณ พระมหาฐิติพงษ์ พระชนพล พระมหาพร้อมบุญ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 33 ปี, 30 ปี, 34 ปี และ 28 ปี ตามลำดับ ถือเป็นช่วงวัยที่สามารถเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ไม่ยาก นอกจากนี้ พระแต่ละรูปล้วนแต่มีการศึกษา จึงมีความรู้ความสามารถในการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ประกอบกับวัดที่จำพรรษาต่างอยู่ในพื้นที่เขตเมืองหลวงของประเทศ ซึ่งมีความเจริญและเต็มไปด้วยสังคมเทคโนโลยีที่ทันสมัย ถือเป็นปัจจัยทำให้คนในสังคมมีโอกาสเปิดรับสื่อใหม่เป็นกลุ่มแรกๆ ได้ตลอดเวลา จึงไม่แปลกที่พระสงฆ์กลุ่มนี้จะตามเทคโนโลยีสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กไม่ทัน จึงถือเป็นกลุ่มที่รับเทคโนโลยีได้เร็ว เพียงแต่พระสงฆ์แต่ละรูป อยู่ในสถานะและความสามารถในการวางตัวทางสังคมแตกต่างจากฆราวาสทั่วไป ต้องครองตนในสมณผู้ถือศีล 227 ข้อ หลีกหนีความวุ่นวายทางสังคมทางโลกย์ และมีความเลื่อมใสศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา จึงบวชเป็นพระ แม้บางรูปจะเคยจำวัดอยู่ต่างจังหวัด แต่พระสงฆ์ทุกรูปต่างเติบโตและจำวัดในวัยที่บรรลุนิติภาวะอยู่ในเขตเมืองทั้งสิ้น

นอกจากนี้ พระสงฆ์แต่ละรูปยังมีหน้าที่หลักเกี่ยวกับการดูแลเว็บไซต์ หรือการเผยแพร่ข้อมูลของวัด ตลอดจนข้อมูลศีลธรรมดีงามของพระพุทธศาสนา โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ต เท่ากับว่า การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นโดยหน้าที่ การที่พระสงฆ์จะมีโอกาสรู้จักเข้าถึงเฟซบุ๊ก จึงเป็นเรื่องที่ไม่ยากเลย ประกอบกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังมีโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แน่แน่นอนว่า ย่อมสามารถพร้อมเข้าถึงสื่อโซเชียลบนโลกอินเทอร์เน็ตได้อยู่แล้ว ทำให้เวลาว่างของพระสงฆ์ส่วนใหญ่ นอกจากการทำกิจกรรมที่ชอบส่วนตัวอย่างการประพันธ์ การท่องเว็บไซต์เกี่ยวกับพระพุทธรูปสวยงาม แล้ว กิจกรรมที่ทุกพระทุกรูปต่างทำเหมือนกันคือ การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตาม แม้จุดเริ่มต้นของการใช้งานจะมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ หรือหน้าที่ของพระสงฆ์แต่ละรูป แต่ท้ายที่สุดแล้วพระสงฆ์ทุกรูปต่างรู้จักเฟซบุ๊กตั้งแต่ยุคแรกๆ ที่สื่อประเภทนี้เข้ามาในเมืองไทย

โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาทั้ง 3 รูป คือ พระศักดา สุนทรโร พระไพศาล วิสาโล และพระมหาวิมลชัย วชิรเมธี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 43 ปี, 59 ปี และ 44 ปีตามลำดับ ได้รับปริญญาหมาบัณฑิตกิตติมศักดิ์ และดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ ถึงแม้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 รูป จะมีอายุและจำนวนพรรษามากกว่ากลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม แต่ปรากฏว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ต่างรู้จักสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กไม่ต่างกัน เนื่องจากเป็นพระที่มีชื่อเสียงทางสังคม เป็นที่รู้จักของพุทธศาสนิกชน การที่สื่อใหม่เข้ามาในสังคมยุคโซเชียลมีเดียนี้ ศาสนาจึงต้องขยับเคลื่อนตาม พระสงฆ์เหล่านี้จึงมีเจ้าหน้าที่ ลูกศิษย์ลูกหาของวัด หรือแม้แต่ตัวพระสงฆ์เองอย่างพระศักดา ที่คอยนำพระธรรมคำสอนต่างๆ ของพระแต่ละรูป เผยแพร่ลงบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้เลื่อมใสศรัทธาได้อ่าน และนำไปปรับประยุกต์ใช้ระหว่างการเดินทางชีวิตจริง

เมื่อสื่อดังกล่าว เข้ามามีบทบาท ย่อมทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ ซึ่งพื้นฐานแต่ละรูปมีระดับการศึกษาสูงอยู่แล้ว จึงสามารถเข้าใจสามารถใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กได้ดี ถึงแม้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างจะไม่ได้จำกัดอยู่ในวัดเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ศูนย์รวมความทันสมัยในทุกด้านก็ตาม แต่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต่างรู้จักเฟซบุ๊กตั้งแต่สื่อนี้เข้ามาเมืองไทยช่วงแรกๆ สามารถก้าวทันสื่อใหม่ได้ตามกระแสสังคมเมือง และสังคมโลก

ประกอบกับ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ ต่างเป็นที่ยอมรับของสังคมอยู่แล้ว เป็นเรื่องธรรมดาที่ฆราวาสต้องการเข้าถึงหลักธรรมคำสอนของพระสงฆ์กลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่นเดียวกับพระสงฆ์แต่ละรูปต่างล้วนมีเป้าหมาย เผยแพร่พุทธศาสนาอยู่เป็นนิจ พระสงฆ์กลุ่มนี้จึงไม่ปฏิเสธที่จะยอมรับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยกระจายคำสอนทางพระพุทธศาสนาไปยังพุทธศาสนิกชน แต่ในส่วนการใช้เครื่องมือเครื่องมือบนเฟซบุ๊กนั้น จะมีเพียงแต่

พระศักดา ที่มีความเพียรเรียนรู้วิธีการใช้งานด้วยตนเอง จนเข้าใจการใช้งานได้อย่างดี ขณะที่พระไพศาล กับพระมหาวุฒิชัย จะไม่ค่อยชำนาญในการใช้เครื่องมือเครื่องมือนับเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เนื่องจากมีลูกศิษย์ หรือเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือ แม้ว่าพระไพศาลจะมีเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นของตนเองก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมรวมแล้ว พระสงฆ์ตัวอย่างข้างต้น ต่างมีความสามารถเข้าใช้งานเฟซบุ๊กในขั้นพื้นฐานได้ และพระสงฆ์ทุกรูปต่างมีเป้าหมายเดียวกัน คือ การเผยแพร่พระพุทธศาสนา ไปยังฆราวาสที่ให้ความเคารพนับถือตน

1.2 จุดยืนของพระสงฆ์

จุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีทัศนคติต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ว่า พระสงฆ์เองก็มีสิทธิและเสรีภาพเท่าเทียมกับฆราวาสในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก เพราะเฟซบุ๊กเป็นแหล่งข้อมูลจากทุกหมวดความรู้ สามารถทำให้รับข่าวสารได้ทันโลก ประกอบกับสังคมไทยก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 หากศาสนาไม่ก้าวทันฆราวาส โอกาสที่บทบาททางศาสนาจะเริ่มหายไปจากสังคมก็เป็นได้ เนื่องจากปัจจุบันหลายคนเข้าถึงศาสนาผ่านทางโลกออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะสังคมยุคใหม่ ด้วยการติดตามเพจเฟซบุ๊กพระสงฆ์ชื่อดังต่างๆ หรือพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กมีโอกาสเผยแพร่คำสอนต่างๆ ผ่านเฟซบุ๊กของตัวเอง นอกจากนี้ ยังเห็นว่าสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือที่ดี ที่ศาสนาจะหันเข้ามาใช้เป็นตัวแทนพระสงฆ์ สื่อไปยังพุทธศาสนิกชนได้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น ในรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ทำให้ลดช่องว่างระหว่างกันลง ดีกว่ารอให้ฆราวาส โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน หันหน้าเข้าหาวัดเมื่อมีเรื่องทุกข์ใจ หรือเมื่อมีโอกาสเข้าวัด ซึ่งก็เป็นระยะเวลาหลายๆ ครั้ง แต่กับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก สามารถแทรกเข้าไปอยู่กับผู้ใช้ได้อยู่เรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม พระสงฆ์มีลักษณะการใช้งาน วัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างกันออกไป จึงมีทั้งพระสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กในทางดี นำเคารพ และพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กในทางที่ฆราวาสเองก็ตั้งข้อสงสัย ว่าพระสงฆ์ใช้งานในลักษณะหนึ่งๆ นั้น เหมาะสมกับสถานภาพแล้วหรือไม่ แต่สุดท้ายแล้วขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานว่าจะนำไปใช้ในทางใด

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ยังมีจุดยืนต่อกรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก คือ พบว่า จริงๆ แล้วพระพุทธศาสนาไม่ได้ห้ามพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊ก เพียงแต่เมืองไทยตีกรอบมากเกินไป โดยได้เปรียบเทียบให้เห็นภาพอย่างพระในเมียนมาร์ ศรีลังกา ไม่จำเป็นต้องโกนคิ้ว ขณะที่พระวินัยเกิดขึ้นเมื่อ 2,600 ปีมาแล้ว แต่เฟซบุ๊กเพิ่งเกิดขึ้น ดังนั้น จะใช้อะไรมาเป็นเกณฑ์ หรือบรรทัดฐานวัดว่าพระรูปนี้ใช้เฟซบุ๊กถูกหรือผิด หากต้องการควบคุม ต้องสร้างเกณฑ์ขึ้นมาวัดเป็นรูปธรรมได้ และต้องเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับในหมู่คณะสงฆ์ที่เล่นเฟซบุ๊กด้วยเช่นกัน

เพราะมองว่า การใช้เฟซบุ๊กในหมู่พระสงฆ์นั้นก็เหมือนกับการใช้เฟซบุ๊กของคนทั่วไป เพียงแต่พระสงฆ์เป็นอีกสถานะหนึ่งทางสังคม จึงถูกจับตามองมากเป็นพิเศษ

จุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มีทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นสื่อโซเชียลที่คนทั่วโลกต่างใช้กัน ในยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน และศาสนาก็เข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊ก เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงระหว่างศาสนากับฆราวาสเข้าไว้ด้วยกัน ในยุคที่พระสงฆ์ต่างเห็นเหล่าฆราวาสหลุดอยู่ในโลกเสมือนจริงบนโทรศัพท์มือถือ โฟนเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นแนวทางป้องกันพุทธศาสนิกชน เดินถอยห่างจากพุทธศาสนาออกไปเรื่อยๆ จึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางการสื่อสารเข้าไปสู่โลกเสมือนจริงเหล่านี้ด้วยสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก เพื่อสามารถเข้าถึง เข้าถึงฆราวาสให้ได้มากที่สุด เป็นการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) แต่ก็เห็นว่าพระสงฆ์ไม่ควรใช้บนพื้นฐานของกิเลส ซึ่งจะทำให้ไม่มีความแตกต่างไปจากการใช้งานของฆราวาส ต้องมีความชัดเจนในเจตนารมณ์ที่จะเข้าใช้งาน นอกจากนี้ ยังได้เปรียบเทียบเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เสมือนเป็นมรดกที่เก็บคติธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา ไว้สำหรับสอนต่อในภายภาคหน้าอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อสืบทอดไว้ให้คนรุ่นหลังต่อไป อย่างไรก็ตาม พระไพศาล วิสาโล ยังมีมุมมองวิเคราะห์ต่อสื่อใหม่ในอนาคตอีกว่า สื่อใหม่จะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถึงแม้ว่าทุกวันนี้ เฟซบุ๊กจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงในเมืองไทย และทั่วโลก แต่ในอนาคต เป็นสิ่งไม่แน่นอนว่าจะมีสื่อใหม่มาแทนเฟซบุ๊กหรือไม่

นอกจากนี้ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังมีจุดยืนในกรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ว่า ศาสนาจะถูกสังคมมองอย่างไร ก็ขอให้ขึ้นอยู่กับพระสงฆ์ ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแต่ละรูป โดยพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กต้องคำนึงถึงสมณะของตนเองเป็นลำดับแรก ต้องมีวินัยในการใช้อย่างเหมาะสม ต้องใช้เพื่อเตือนสติผู้คน ไม่ใช่เพื่อการประกาศตัวตนของตนเองให้สังคมได้รับรู้ ซึ่งไม่มีความจำเป็นและไม่ใช่งานของสงฆ์ เฟซบุ๊กก็เหมือนผู้ใช้กำลังถือนิคมอยู่ แต่อยู่ที่ว่าจะใช้ผิดไปในทางดั่งาม หรือใช้ผิดไปในทางตรงกันข้าม ยิ่งเป็นพระสงฆ์ด้วยแล้ว สิ่งสำคัญ คือ ต้องรู้ว่าใช้เพื่อเจตนารมณ์ใด ต้องควบคุมสติระหว่างการใช้งานให้เหมาะสมมากกว่าฆราวาส และในอนาคตเห็นว่า พระสงฆ์ฝ่ายปกครองควรมีการหารือถึงแนวทางการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ รวมถึงสื่อใหม่ที่อาจเกิดขึ้น และมาแทนที่เฟซบุ๊ก

ตารางที่ 6.1

แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสื่อเล่นกันทั่วโลก - พระสงฆ์เป็นมนุษย์ที่มีสิทธิเสรีภาพ - พระสงฆ์มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับคนใช้ - มีข้อมูลครอบคลุมทุกหมวด - มีทั้งเรื่องดี ไม่ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสื่อที่เชื่อมโยงโลกเป็นหนึ่งเดียว - เป็นเครื่องมือเชื่อมระหว่างศาสนากับฆราวาส - ไม่เคยมีแบบแผนการใช้เฟซบุ๊กในศาสนา จึงใช้แบบแผนฆราวาสเป็นแนวทาง - เสมือนมรดกทางธรรม - บ่งบอกตัวตนของผู้ใช้ - เป็นเครื่องแปลงสารจากเข้าใจยากให้เข้าใจง่าย
กรอบกติกาความเหมาะสมการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีวินัยในการเล่นอย่างเหมาะสมตามสถานะพระสงฆ์ - ปลาตายตัวเดียวเหินไปหมด มีบทลงโทษน่าจะเหมาะสมกว่าห้ามเล่น - เกณฑ์ บรรทัดฐานการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ หากกำหนดออกมา พระสงฆ์ต้องรับได้ - พระวินัยเกิดก่อนเฟซบุ๊ก พระสงฆ์สามารถใช้งานได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องมีวินัยในการเล่นอย่างเหมาะสมตามสถานะพระสงฆ์ - คณะสงฆ์ปกครองควรหาหรือถึงแนวทางการใช้เฟซบุ๊กที่เหมาะสมของพระสงฆ์ปัจจุบัน และสื่อใหม่ในอนาคต - ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเตือนสติ ไม่ใช่ประกาศตัวตนผู้ใช้ - ฟังวินัยพระพุทธเจ้า ฟังกฎหมาย บ้านเมือง ฟังสังคม

1.3 การเข้าถึงตัวบท

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมและกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในเรื่องการเข้าถึงตัวบท แบ่งเป็น ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ดังต่อไปนี้

ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เพราะพื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เนื่องจากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต่างรู้จักไฮไฟว์ ซึ่งเป็นสื่อโซเชียลใหม่ที่เข้ามาเมืองไทย ก่อนที่เฟซบุ๊กจะเป็นที่นิยมในปัจจุบัน กล่าวได้ว่าเป็นกลุ่ม Early Adopter หรือกลุ่มคนหัวก้าวหน้า ที่ยินดีเปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลา ประกอบกับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต่างมีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัดอยู่แล้ว โอกาสการเข้าใช้งานจึงง่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีพื้นฐานความสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา เนื่องจากมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนพร้อมใช้บริการ ส่วนเรื่องปัจจัยการได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก เป็นปัจจัยที่มีเพียงพระธนพล และพระมหาพร้อมบุญ ที่เข้าใช้เฟซบุ๊ก เพราะมีคนรู้จักชวน ส่วนอีก 2 รูป คือ พระมหาโสภณ และพระมหาวิฑูริพงษ์ สนใจเข้าใช้เฟซบุ๊กด้วยตนเองตั้งแต่แรก

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยพระศักดา สุนทรโร กับพระไพศาล วิสาโล มีปัจจัยสนับสนุนเดียวกัน คือ การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก เพื่อเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก และสื่อเฟซบุ๊ก เป็นสื่อแรกที่เข้าใช้งาน จากบรรดาสื่อโซเชียลมีเดีย แม้แต่เว็บไซต์ไฮไฟว์ก็ไม่เคยใช้มาก่อน ส่วนพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่รู้จักสื่อโซเชียลเป็นอย่างดี และมีพื้นฐานใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เผยแผ่พระธรรมคำสอนมานานแล้ว อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 3 รูปใช้เฟซบุ๊ก เพราะมองว่าเป็นเครื่องมือช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนา เนื่องจากเห็นว่าเทคโนโลยีคือ อำนาจที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมไทย มีอำนาจต่อระบบความคิดของคนในสังคม ด้วยเทคโนโลยีเชื่อมโลกเป็นหนึ่งเดียว สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีที่เร็วและแรงสุด

ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ปัจจัยแรก คือ ความต้องการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ ประการต่อมา เพื่อไว้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นระหว่างกัน ประการที่สามมองว่าเข้าใช้เฟซบุ๊ก ทำให้ได้เจอเพื่อนเก่าๆ ที่ไม่ได้เจอกันมานาน จะใช้ช่องทางนี้ เพื่อจะได้ติดต่อเพื่อน หรือคนรู้จักอีกครั้ง ประการที่สี่ เพราะไม่ต้องการพลาดความเคลื่อนไหวของเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ตลอดจน

ข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมืองในแง่มุมต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และประการสุดท้าย ต้องการตอบสนองตัวเอง

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ประกอบด้วย เป็นเครื่องมือเผยแพร่พระพุทธศาสนา ในแง่มุมต่างๆ และอีกประการ ไว้สำหรับเขียนหนังสือ เรื่องสั้น บทความทางวิชาการ บันทึกเรื่องราวต่างๆ ที่ตนเองสนใจ

ตารางที่ 6.2

แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวบท ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ปัจจัยภายนอก	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นฐานเคยใช้เว็บไซต์ไฮไฟว์ จึงเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก - มีหน้าที่ดูแลเว็บไซต์เฟซบุ๊กของวัด - สะดวกในการเข้าถึง เฟซบุ๊กได้ตลอดเวลา เนื่องจากมีโทรศัพท์มือถือ สมาร์ท โฟนพร้อมเปิดใช้บริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน - เป็นกลุ่ม Early Adopter - การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก 	<p>พื้นฐานรู้จักสื่อโซเชียลมีเดีย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การได้รับคำชักชวนจากคนรู้จัก และเป็นสื่อโซเชียลมีเดียแรกที่ใช้ทำงานเป็นเครื่องมือใช้ทำงานเผยแพร่ศาสนา
ปัจจัยภายใน	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องมือเผยแพร่ศาสนา - ไม่ต้องการพลาตความเคลื่อนไหวของเพื่อนบน เฟซบุ๊กตลอดจนข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองในแง่มุมต่างๆ - ความต้องการได้เจอเพื่อนเก่า - ความต้องการได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - ต้องการตอบสนองตัวเอง 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องมือเผยแพร่ศาสนา - เขียนเรื่องสั้น บทความทางวิชาการ บันทึกเรื่องราวต่างๆ

2. การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้

2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

จากการสัมภาษณ์ถึงความสามารถในการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่าง พระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำเนื้อหาได้ดี โดยเฉพาะเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเป็นพิเศษ แต่หากเป็นเนื้อหาที่ไม่ค่อยสนใจเท่าใด ระดับความสามารถในการจดจำเนื้อหาเหล่านั้นก็จะลดหลั่นลงไปตามลำดับ

ตารางที่ 6.3

แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ความสามารถในการจดจำเนื้อหา	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถจดจำเนื้อหาที่ตนเองสนใจ ทั้งกลุ่มเฉพาะ และเพจบน เฟซบุ๊ก - สามารถจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับบัญชี เฟซบุ๊กของตนเอง เช่น ลักษณะการตั้งสเตตัส ยอดกดไลค์ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุจำนวน ยอดกดไลค์มากหรือน้อยขึ้นกับ ปัจจัยใดบ้าง เป็นต้น - ความสามารถจดจำเพื่อนบนเฟซบุ๊ก 	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถจดจำเนื้อหาเกี่ยวกับบัญชี เฟซบุ๊กของตนเอง เช่น ลักษณะการตั้งสเตตัส ยอดกดไลค์ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุจำนวน ยอดกดไลค์มากหรือน้อยขึ้นกับ ปัจจัยใดบ้าง เป็นต้น - ความสามารถจดจำเพื่อนบนเฟซบุ๊ก

2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

จากการสัมภาษณ์ ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) บนหน้าเว็บไซต์ เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ทั้ง 2 กลุ่ม มีความเข้าใจเนื้อหาที่ตนสนใจในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก โดยสามารถแบ่งประเด็นความเข้าใจใน 2 กรณี คือ กรณีฟังก์ชันการใช้งาน และกรณีเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

กรณีฟังก์ชันการใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม พบว่า มีความเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ดี ทั้งการปรับเปลี่ยนรูปภาพโปรไฟล์ การเปลี่ยนภาพพื้นหลัง การโพสต์สเตตัส วิดีโอ การโพสต์รูปภาพต่างๆ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดจะเรียนรู้จากจุดเริ่มต้นที่ใช้งานเฟซบุ๊กใหม่ๆ จากนั้นก็ลองผิดลองถูก ประกอบกับถามเพื่อนที่ใช้งานเฟซบุ๊กเหมือนกัน จนเข้าใจด้วยตนเอง

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาพบว่า มีระดับความเข้าใจ และใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กแตกต่างกันออกไป โดย พระศักดิ์ สุนทร มีความเข้าใจฟังก์ชัน เครื่องมือต่างๆ ในระดับดี ทั้งการปรับเปลี่ยนรูปภาพโปรไฟล์ การเปลี่ยนภาพพื้นหลัง การโพสต์สเตตัส วิดีโอ การโพสต์รูปภาพต่างๆ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดจะเรียนรู้จากจุดเริ่มต้นที่ใช้งานเฟซบุ๊กใหม่ๆ จากนั้นก็ลองผิดลองถูก ประกอบกับถามเพื่อนที่ใช้งานเฟซบุ๊กเหมือนกัน จนเข้าใจด้วยตนเอง ส่วนพระไพศาล วิสาโล และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี พอเข้าใจฟังก์ชัน เครื่องมือต่างๆ สามารถรู้ถึงความเคลื่อนไหว และใช้งานในชีวิตประจำวันได้ แต่ไม่ได้เชี่ยวชาญจนใช้ได้คล่อง นอกเหนือไปจากนี้ พระมหาวุฒิชัยเอง จะให้น้ำหนักกับลูกศิษย์ในการดูแลเพจเฟซบุ๊กมากกว่า เพราะพระมหาวุฒิชัยไม่สนใจจะใช้เฟซบุ๊กส่วนตัว เนื่องจากมีภารกิจอื่น ต้องทำอีกมากมาย

กรณีเนื้อหาที่ปรากฏบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก รู้ทันคำศัพท์ที่มาเรื่อยๆ ไปเร็วต่างๆ กระแสความนิยมของสังคมกลุ่มหนึ่ง ณ ช่วงเวลาได้เป็นอย่างดี ถือเป็นไปในลักษณะทิศทางความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพราะแม้แต่รูปแบบการนำเสนอ ทั้งคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด ภาพถ่ายเซลล์ต่างๆ กลุ่มตัวอย่างรู้ทัน เพียงแต่การจะใช้งานเครื่องมือใด เพื่อให้เนื้อหาของตนเอง ปรากฏหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กมากนักน้อยเพียงใด ในรูปแบบใดนั้น ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ในทิศทางเดียวกันว่าอยู่ที่ความเหมาะสม เพราะด้วยตนเองครองสมณเพศอยู่

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เกี่ยวกับความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผู้วิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างต่างรู้ทัน เข้าใจเนื้อหา คำศัพท์ที่มาเรื่อยๆ ไปเร็วต่างๆ กระแสความนิยมของสังคมกลุ่มหนึ่ง ณ ช่วงเวลาได้เป็นอย่างดี เป็นการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) หรือแม้แต่รูปแบบการนำเสนอ ทั้งคลิปวิดีโอ การถ่ายทอดสด หรือเฟซบุ๊ก ไลฟ์นั้น เพียงแต่การจะใช้งานเครื่องมือใด เพื่อให้เนื้อหาของตนเอง ปรากฏหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กมากนักน้อยเพียงใด ในรูปแบบใดนั้น ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ในทิศทางเดียวกันว่าอยู่ที่ความเหมาะสม อยู่ที่เจตนาการใช้งาน เพราะด้วยตนเองครองสมณเพศอยู่ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง

พระสงฆ์ทุกรูป ต่างสรุปตรงกันในฟังก์ชันเฟซบุ๊ก ไลฟ์ เป็นเรื่องไม่เหมาะสม หากพระสงฆ์จะเข้ามาใช้งาน นอกจากไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สักเท่าใดแล้ว ความสามารถในการกลั่นกรองความคิดก่อนสื่อสาร ออกมายังมีน้อย อาจเผลอเลอหลุดแสดงกิริยาอาการไม่เหมาะสมตามวิถีพระสงฆ์พึงจะเป็นย่อมเกิดขึ้นได้ง่ายมากขึ้น ยิ่งถ้าแสดงเป้าหมายเพื่อความเป็นส่วนตัว ยิ่งไม่ใช่หน้าที่ของพระสงฆ์ การใช้เฟซบุ๊ก ไลฟ์ในทางส่วนตัว ยิ่งสะท้อนว่าพระสงฆ์ติดโซเชียลมากเกินไป และหากไม่มีต้นทุนทางสังคม มีความน่าเชื่อถือมากพอ ไม่มีต้นทุนทางปัญญา ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ส่วนรวม มีความเป็นกลาง แต่ใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนนั้น ยิ่งไม่ควร พระสงฆ์ควรยังคงรักษาไว้ซึ่งศักดิ์ศรี กลั่นอายุความเป็นพระ ให้ฆราวาสมองพระสงฆ์ยังคงศักดิ์สิทธิ์ นำเคารพกราบไหว้

ตารางที่ 6.4

แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ความเข้าใจฟังก์ชันการใช้งาน	- กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทุกรูปสามารถเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์ เฟซบุ๊กได้ดี	กรณีพระศักดิ์ สุนทรโ - สามารถเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ดี กรณีพระไพศาล วิสาโล - พอเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ กรณีพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี - พอเข้าใจและใช้เครื่องมือ ฟังก์ชันต่างๆ บนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพราะมีเจ้าหน้าที่ดูแล
ความเข้าใจเนื้อหา	- สามารถเข้าใจเนื้อหา คำศัพท์มาเร็วไปเร็ว รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ ข้อมูลต่างๆ ทันทีสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้นๆ บนเฟซบุ๊ก ได้เป็นอย่างดี	- สามารถเข้าใจเนื้อหา คำศัพท์มาเร็วไปเร็ว รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ ข้อมูลต่างๆ ทันทีสถานการณ์ ณ ช่วงเวลานั้นๆ แต่จะใช้หรือไม่อย่างไร ต้องดูที่เจตนา ความเหมาะสมเป็นหลัก เพราะครองตนในสมณเพศ

2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

การตีความหมายจากสารของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กทั้งที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันออกไป สำหรับแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่คล้ายคลึงกันมากถึง 3 รูป จากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ 4 รูป หรือเกินกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเห็นคล้ายกันในประเด็นดังต่อไปนี้ ภาพลักษณ์ของเฟซบุ๊กเป็นแหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลต่างๆ ภาพลักษณ์ของ เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้แม้แต่พระสงฆ์ ถือเป็นสิทธิของพระสงฆ์ เพื่อให้รู้เท่าทันโลกย์ เพียงแต่ต้องนำแนวคิดแบบโยนิโสมนสิการ หรือมีสติไตร่ตรองระหว่างใช้งาน และมีจำนวนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเห็นคล้ายกันว่าเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ช่วยเผยแพร่วรรณธรรม รวมถึงเป็นเว็บไซต์เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก อย่างไรก็ตาม ยังมีมุมมองความคิดถึงภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ส่วนตัวจะทำอะไรก็ได้ เพราะถือเป็นพื้นที่อิสระทางความคิดเห็นเดียวกันเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีแนวทางการรับรู้ความหมายจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก คือ มีทั้งสิ่งที่เป็นจริง ขณะเดียวกันย่อมมีสิ่งลวงเกิดขึ้น คู่ขนานกันไป ขึ้นอยู่กับผู้ใช้ว่าต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ข้อมูลด้านใด แล้วก็เสนอไปเช่นนั้น นอกจากนี้ พื้นฐานความรู้จักกันกับเพื่อนในสังคมโลกแห่งความเป็นจริงจะเป็นปัจจัยแรก ที่จะทำให้สามารถตัดสินข้อมูลของเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กรายนั้น หรือข้อมูลที่ปรากฏบนสังคมเฟซบุ๊กว่ามีความจริง หรือมีสิ่งลวงซ่อนอยู่ ซึ่งผู้ใช้อังต้องรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ข้อมูลกระแสดังๆ ที่ปรากฏบนสังคมเฟซบุ๊กในช่วงเวลานั้นๆ

การตีความหมายจากสารของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่วรรณธรรม

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่วรรณธรรม มีแนวทางการรับรู้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊กทั้งที่คล้ายคลึงกันทั้ง 3 รูป คือ สื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่วรรณธรรม เฟซบุ๊กมีอิทธิพลทำให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น ทำให้ศาสนาต้องปรับตัวเข้าหาพุทธศาสนิกชน ผ่านการสื่อสารบนหน้าจอโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน นอกจากนี้ เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน ประเด็นย่อยที่เป็นความเห็นแตกต่างกัน ประกอบด้วย เฟซบุ๊กเป็นเสมือนเครื่องมือทำงาน ใช้แปลงสารยากให้เข้าใจง่าย เป็นเว็บไซต์มีสาระ สามารถใช้เป็นเครื่องมือเก็บมรดกทางศาสนาบนโลกออนไลน์ เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตน

ผู้ใช้งาน เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นแหล่งขะข่าวสารที่เต็มไปด้วยความรู้สึกต่างๆ เฟซบุ๊ก เป็นสะพานเชื่อมระหว่างพุทธศาสนากับฆราวาส

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มีแนวทางรับรู้ความหมายจากบริบทเนื้อหา และสังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก คือ เฟซบุ๊กเป็นสังคมที่หลากหลาย มีความคิดแตกต่างกันไป มีทั้งบวกและลบ สิ่งจริงและสิ่งลวง นานาจิตตัง ผู้ใช้ต้องมีสติไตร่ตรองเรื่องราวต่างๆ ที่เข้ามา ยิ่งเป็นพระสงฆ์ หากเรื่องที่เข้ามาเป็นเรื่องที่ทำให้ขุนข้องหมองใจ ก็ควรปล่อยวาง เฟซบุ๊กเป็นเสมือนเครื่องแปลงค่าจากเรื่องผิด กลายเป็นเรื่องที่ชอบธรรมทางสังคม หากเรื่องนั้นถูกทำซ้ำๆ ผู้ใช้เฟซบุ๊กส่วนใหญ่เห็นด้วยในทิศทางเดียวกัน ทำให้โลกทัศน์ของผู้ใช้เฟซบุ๊ก แคลง นอกจากนี้ เฟซบุ๊กเป็นเหมือนลมหายใจของผู้ใช้ ถือเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง เพราะผู้ใช้ต่างมีความอิสระที่จะกล้าแสดงความคิดเห็นต่างๆ ในด้านรุนแรง เฟซบุ๊กทำให้คนในยุคสื่อออนไลน์ ทั้งตัวจริงและตัวปลอมเกิดขึ้นมากมาย

ตารางที่ 6.5

แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนา - เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - เป็นเว็บไซต์ให้อิสระทางความคิด - ทุกสถาบันทางสังคมมีสิทธิ์เท่าเทียมกันในการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก - แหล่งรวบรวมข่าวสารข้อมูลต่างๆ - ใช้ติดตามชีวิตทางโลกย์ - เป็นเว็บไซต์ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นช่องทางหนึ่งในการช่วยเผยแผ่พระพุทธศาสนา - เป็นเว็บไซต์แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - เป็นเว็บไซต์ให้อิสระทางความคิด - ทุกสถาบันทางสังคมมีสิทธิ์เท่าเทียมกันในการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก - เป็นเว็บไซต์บ่งบอกตัวตนผู้ใช้งาน - มีอิทธิพลให้มนุษย์สันโดษ โลกส่วนตัวสูงมากขึ้น - เป็นเหมือนดาบสองคม - เป็นแหล่งขะข่าวสารที่เต็มไปด้วยความรู้สึก - เป็นเว็บไซต์ที่สร้างมุมมองคับแคบแก่ผู้ใช้

ตารางที่ 6.5

แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก (ต่อ)

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
บริบทเนื้อหา และ สังคมบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	- สามารถรับรู้คุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กเป็นเพียงสื่อกลางเท่านั้น ส่วนข้อมูล หรือสังคมเฟซบุ๊กจะจริงหรือลวง มีปัจจัยต่างๆ ประกอบมากมาย	- สามารถรับรู้คุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กเป็นเพียงสื่อกลางเท่านั้น ส่วนข้อมูล หรือสังคมเฟซบุ๊กจะจริงหรือลวง มีปัจจัยต่างๆ ประกอบมากมาย

2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ถึงการมีปฏิกริยาตอบสนองต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีปฏิกริยาตอบสนองต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่เสมอ แต่ปฏิกริยาตอบสนองดังกล่าว จะเป็นการตอบสนองอยู่ในแค่โลกเสมือน (Virtual Reality) ไม่ได้ขยายออกไปสู่โลกความเป็นจริง (Physical Reality)

ตารางที่ 6.6

แสดงการเปรียบเทียบปฏิกริยาตอบสนอง (Response) ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ภาพรวมการมีปฏิกริยาตอบสนองต่อเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	มีปฏิกริยาตอบสนองอยู่เสมอ	มีปฏิกริยาตอบสนองอยู่เสมอ

3. การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

3.1 ความสนใจในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีความสนใจเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่ตลอดเวลา โดยจะเข้าใช้เฟซบุ๊กเมื่อมีเวลาว่าง เพื่อเข้าติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนเว็บไซต์เฟซบุ๊กตามความสนใจของแต่ละรูป พร้อมทั้งมีการตั้งเป้าหมายในการตั้งสเตตัสโพสต์บนเฟซบุ๊กในแต่ละวันแตกต่างกันออกไป สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์มีความสนใจ มีความถี่สม่ำเสมอในการเปิดรับเว็บไซต์ทุกวัน ในช่วงเวลาที่มีโอกาส ส่วนในเรื่องการโพสต์ เฟซบุ๊กนั้น ส่วนใหญ่ยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธรรมะ

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่าไม่ค่อยมีความสนใจในการเปิดรับเว็บไซต์เฟซบุ๊กมาก เพราะมีภารกิจที่ต้องทำในแต่ละวันค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงทางสังคม จึงมีกิจกรรมมาก แต่หากจะเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ก็จะใช้ในบางโอกาสที่ต้องการเข้าไปตรวจเช็คข้อมูล หรืองานวิชาการที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ ไม่ปรากฏเนื้อหาเพื่อความบันเทิง

ตารางที่ 6.7

แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ระดับความสนใจในการเปิดรับ	สนใจเปิดรับเฟซบุ๊กระดับมาก โดยเฉพาะการตั้งสเตตัส และการติดตามข้อมูลข่าวสารตามหน้าเพจเฟซบุ๊กต่างๆ (Early adopter)	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ค่อยสนใจในการเปิดรับเฟซบุ๊ก (Early majority) แบ่งเป็น กรณีพระศกดา สุนทรโ - สนใจในการเปิดรับ ในช่วงจะโพสต์คำสอนลงเฟซบุ๊กในแต่ละวัน ช่วงเช้าและช่วงเย็น กรณีพระไพศาล วิสาโล - สนใจในการเปิดรับบ้าง เมื่อมีโอกาสและสัญญาณอินเทอร์เน็ตเน้นเนื้อหาวิชาการที่สนใจพิเศษ กรณีพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี - สนใจในการเปิดรับบ้างครั้งคราว

3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่า มีการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งเรื่องการประเมินตนเอง เกี่ยวกับการพัฒนาจากเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ การคิดวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจตัดสินใจบนเฟซบุ๊กแต่ละครั้ง การเข้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์และชื่นชอบเป็นการส่วนตัวในการใช้เฟซบุ๊ก การเลือกจะแชร์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อตนเองในภายหลัง การตั้งค่าเป็นสาธารณะมากกว่าจะเลือกตั้งค่าเป็นส่วนตัว การเข้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ต่อตนเองในฐานะครองตนเป็นพระสงฆ์ในภายหลัง ตลอดจนการตั้งค่าเป็นสาธารณะมากกว่าจะเลือกตั้งค่าเป็นส่วนตัว

ตารางที่ 6.8

แสดงการเปรียบเทียบการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
การคิดไตร่ตรองขณะบริโภค	- คิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก อาทิ การประเมินตนเอง เกี่ยวกับการพัฒนาจากเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ การคิดวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจตัดสินใจบนเฟซบุ๊ก การตั้งค่าเป็นสาธารณะมากกว่าจะเลือกตั้งค่าเป็นส่วนตัว เป็นต้น	- คิดไตร่ตรองขณะบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก อาทิ การประเมินตนเอง เกี่ยวกับการพัฒนาจากเฟซบุ๊กส่วนตัวเป็นเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ การคิดวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจตัดสินใจบนเฟซบุ๊ก การตั้งค่าเป็นสาธารณะมากกว่าจะเลือกตั้งค่าเป็นส่วนตัว เป็นต้น

3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่า มีช่วงเวลาที่บริโภคแตกต่างกันออกไปตามโอกาสและเวลาว่าง โดยกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จะระบุชัดเจนว่า หากมีโอกาสหรือมีเวลาว่างจะเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่เสมอ และจำนวน 3 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างจะมีกิจกรรมทำระหว่างการใช้เฟซบุ๊ก ส่วนกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จะไม่เข้าใช้งานเฟซบุ๊กทุกครั้งที่มีโอกาส

และเวลาว่าง แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยเป้าหมายการจะเข้าใช้งานของพระสงฆ์แต่ละรูป และระหว่างการบริโภคเฟซบุ๊ก จะมีสมาธิอยู่กับเฟซบุ๊กเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 6.9

แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่ใช้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรงใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ช่วงเวลาที่ใช้บริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก	ไม่กำหนดเวลาตายตัว เล่นเสมอ เมื่อมีโอกาส บางครั้งมีกิจกรรมอื่นทำระหว่างบริโภคเฟซบุ๊ก อาทิ ดูโทรทัศน์ เลี้ยงสุนัข	<ul style="list-style-type: none"> - แล้วแต่โอกาสและเวลาว่าง ไม่มีเวลาแน่นอน กรณีของพระศักดิ์ดา สุนทรโ - โพสต์สแตตัสคำสอนเข้า-เย็น กรณีของพระไพศาล วิสาโล - แล้วแต่โอกาส และสัญญาณอินเทอร์เน็ตพร้อมใช้งาน ไม่ได้มีใจจดจ่อที่จะต้องเข้าใช้งานทุกครั้งที่ว่างและมีโอกาส กรณีของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี - เป็นบางครั้งบางคราว ไม่ได้มีใจจดจ่อที่จะต้องเข้าใช้งานทุกครั้งที่ว่างและมีโอกาส

3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรงใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมพบว่า มีกิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก แต่จะไม่ใช้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โดยจะเป็นกิจกรรมเลี้ยงสุนัข ดูโทรทัศน์ หรือแม้แต่คุยกับเพื่อนหรือคนรู้จัก ส่วนกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จะพบว่า ไม่ปรากฏกิจกรรมที่ทำระหว่างการบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ตารางที่ 6.10

แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างการบริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
กิจกรรมที่ทำระหว่าง การบริโภคสื่อ	<ul style="list-style-type: none"> - ดูโทรทัศน์ - เลี้ยงสุนัข - คุยกับเพื่อนหรือคนรู้จัก 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีปรากฏ เพราะเข้าใช้เฟซบุ๊ก เฉพาะตอนที่ต้องการตั้งสเตตัสโพสต์ คติธรรม คำสอน

4. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้สื่อ

4.1 บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์ในบทบาทหน้าที่ และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่มีต่อตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ผ่านแง่มุมต่างๆ ว่าเป็นอย่างไร จากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้ เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย บันทึกลง เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ และเพื่อแสดงถึงสิทธิที่เท่าเทียม

สำหรับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้ เป็นอีกช่องทางช่วยในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา และเพิ่มความรู้ต่างๆ จากสังคมเสมือนบนเว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ระหว่างกัน เพื่อสนองความใฝ่รู้ในเนื้อหาที่สนใจ เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ

4.2 ผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางสังคม

ผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่มีต่อสายสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มี 2 ประการ กล่าวคือ 1. รักษาสายสัมพันธ์ทางสังคม พร้อมทำให้สายสัมพันธ์มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น โดยที่รูปแบบการติดต่อผ่านสื่อใหม่ ยังไม่สามารถเข้าไปทำลายช่องทางการสื่อสารในรูปแบบเดิมได้ 2. การติดต่อสื่อสารแบบเดิม หรือการเห็นหน้าค่าตาระหว่างกันบนโลกความจริง เป็นสายสัมพันธ์ที่สามารถวัดประเมินความจริงใจได้มากกว่า เมื่อเทียบกับการประเมินจากสังคมบนโลกเสมือน ที่เกิดจากการผสมผสานการใช้งานของสื่อใหม่ ส่วนกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มองเฟซบุ๊กเป็นเพียงเครื่องมือเผยแพร่ศาสนา

ตารางที่ 6.11

แสดงการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่และผลกระทบของเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
บทบาทหน้าที่ต่อผู้ใช้สื่อ	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนบนเฟซบุ๊ก และรักษาความสัมพันธ์กับคนรู้จัก แต่ไม่ค่อยมีโอกาสได้พบกันในชีวิตประจำวัน - เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน - เพื่อตอบสนองความต้องการผ่อนคลาย บันเทิง - เพื่อดูข้อมูลความเคลื่อนไหวเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก - เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ - เพื่อแสดงถึงสิทธิที่เท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ระหว่างกัน - เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแง่มุมต่างๆ - เพื่อสนองความใฝ่รู้ในเนื้อหาที่สนใจ
ผลกระทบความสัมพันธ์ทางสังคม	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องมือช่วยที่ช่วยเพิ่มช่องทางการสื่อสาร แต่ละระดับความสัมพันธ์ ความไวใจระหว่างกัน - ยังต้องอาศัยพื้นฐานความรู้จักเป็นปัจจัยหลัก 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่เกิดความสัมพันธ์ต่อกันในสังคมเสมือน เนื่องจากมองเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา - เป็นเครื่องมือช่วยที่ช่วยเพิ่มช่องทาง การสื่อสาร

5. ผลกระทบคุณธรรม จริยธรรมต่อผู้ใช้สื่อ

5.1 การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมพบว่า การเข้าใช้งานเฟซบุ๊กในฐานะพระภิกษุสงฆ์สามารถทำได้เป็นปกติ เหมือนกับกลุ่มบุคคลในสถาบันอื่น เพราะมนุษย์ย่อมมีความเท่าเทียมกัน ประกอบกับในประวัติศาสตร์พุทธศาสนา ไม่มีพุทธบัญญัติจากพระพุทธเจ้าระบุดำห้ามพระสงฆ์ใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก ขณะที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างเองต่างระบุว่าไม่ได้ใช้เพื่อการส่วนตัวเพียงอย่างเดียว แต่จะใช้งาน เฟซบุ๊กเพื่อด้านศาสนาด้วย ทั้งผ่านเฟซบุ๊กส่วนตัว และเพจเฟซบุ๊กของวัดที่แต่ละรูปดูแลอยู่ ทั้งนี้ ความเสียหายจากพระสงฆ์บางรูปที่ใช้เฟซบุ๊ก

ในทางเสื่อมเสีย กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่ามีจริง แต่ไม่ควรเหมารวมกับพระสงฆ์ที่ใช้ในทางดีงาม ควรพิจารณาแยกเป็นพระสงฆ์แต่ละรูป อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่กำกับดูแลสถาบันสงฆ์ หากต้องการออกกฎกติกาเกี่ยวกับการใช้งานของพระสงฆ์ ย่อมสามารถทำได้ แต่ต้องเป็นกฎกติกาที่ยอมรับของคณะสงฆ์ แต่หากจะห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กเลยนั้น จะไม่เห็นด้วย

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่าการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กในฐานะพระภิกษุสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับกลุ่มบุคคลในสถาบันอื่น แต่ต้องใช้ภายใต้กรอบความเหมาะสม ตามที่ครองตนห่มผ้าเหลืองอยู่ และควรใช้เพื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนา หรือเปิดโลกทัศน์ เพื่อหาความรู้ที่เป็นสาระ มากกว่าจะใช้เพื่อความบันเทิง หรือใช้เพื่อประกาศตัวในแง่ใดแง่หนึ่ง ซึ่งเกิดเป็นภาพที่ไม่ดีงามตามมา โดยเฉพาะในสายตาของฆราวาส

5.2 การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม พบว่า ยังคงใช้สื่อใหม่ประเภทอื่น หากอนาคตสื่ออื่นเข้ามาแทนที่การใช้งานเฟซบุ๊กในปัจจุบัน โดยที่สื่ออื่นเป็นที่ยอมรับ ได้รับความนิยมนิยมจากสังคมในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา พบว่าอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนว่าสื่อใหม่ใดจะเข้ามาแทนที่เฟซบุ๊กหรือไม่ แต่หากมีสื่อใหม่เข้ามาแทนที่สุดท้ายแล้วจะเข้าใช้งานสื่อใหม่หรือไม่ ต้องพิจารณาจากปัจจัยสภาพแวดล้อม ความพร้อมในตอนนั้นเป็นที่ตั้ง สำคัญกว่าการจะเข้าใช้งานหรือไม่ คือ พระสงฆ์ หรือแม้แต่ฆราวาส จะต้องมีอำนาจเหนือเทคโนโลยี ไม่ปล่อยให้เทคโนโลยีมีอำนาจเหนือผู้ใช้

5.3 การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ต่อเรื่องการกำกับ ดูแลของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติที่มีต่อผู้ใช้ พบว่า ปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กได้ แต่การใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ต้องอยู่ในกรอบความเหมาะสม และในความเป็นจริงปัจจุบันจะมีทั้งพระสงฆ์ที่นำเสนอด้านดี และด้านที่สังคมเกิดข้อสงสัย แต่ไม่ควรเหมารวมทั้งหมดว่า พระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กแล้วเป็นเรื่องที่ไม่ดี การมีกฎกติกาสามารถทำได้ แต่ต้องเป็นที่ยอมรับของพระสงฆ์ด้วย

กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เห็นด้วยหากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ กำหนดแนวทางการดูแลความเหมาะสมในการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ เพราะปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์เล่นเฟซบุ๊กได้ แต่การใช้เฟซบุ๊กให้เหมาะสม อยู่ในกรอบของพระสงฆ์ ทางสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ รวมถึงคณะสงฆ์ชั้นผู้ใหญ่จะต้องมีการคุยกัน ไม่ถึงขั้นเป็นข้อห้าม แต่ควรทำเป็นกรอบแนวทางการใช้งาน ว่าการใช้งานลักษณะใดของพระสงฆ์ที่เข้าข่ายไม่เหมาะสม เพื่อให้การใช้งานของพระสงฆ์ที่มีกรอบของการถือศีลมากกว่าฆราวาสเป็นในทิศทางที่ดีงาม

ตารางที่ 6.12

แสดงการเปรียบเทียบการเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์ การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก และการกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติที่มีต่อผู้ใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊ก

เกณฑ์การเปรียบเทียบ	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม	กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
การเข้าใช้งานในฐานะพระภิกษุสงฆ์	<ul style="list-style-type: none"> - พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับสถาบันอื่น เนื่องจากไม่มีพุทธบัญญัติระบุนำพระสงฆ์ใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก - ใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อด้านศาสนา - ไม่ควรเหมารวมพระสงฆ์ที่ใช้ในทางดีงาม ร่วมกับพระที่ใช้ในทางเสื่อมเสีย - หากต้องการออกกฏกติกา สามารถทำได้ แต่ต้องเป็นที่ยอมรับของคณะสงฆ์ แต่ห้ามใช้เฟซบุ๊กไม่สมควร - ความเท่าเทียมกันของมนุษย์ 	<ul style="list-style-type: none"> - พระสงฆ์สามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้เป็นปกติเหมือนกับสถาบันอื่น แต่ต้องใช้ภายในกรอบความเหมาะสมตามสถานะความเป็นพระสงฆ์ - ควรใช้งานเฟซบุ๊ก เพื่อด้านศาสนา
การใช้สื่อใหม่ที่เปลี่ยนผ่านจากเฟซบุ๊ก	<ul style="list-style-type: none"> - พร้อมเปิดรับสื่อใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นสิ่งไม่แน่นอนในการเข้าใช้สื่อใหม่ที่อาจจะมาแทนเฟซบุ๊กในอนาคต แต่หากใช้ต้องไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจเทคโนโลยี
การกำกับ ควบคุมของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ	<ul style="list-style-type: none"> - ยุคไอทีเข้ามามีบทบาท ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กได้ ความไม่เหมาะสมหรือไม่ ขอให้พิจารณาเป็นรายบุคคล - การออกกฏกติกาดูแลพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊ก ต้องเป็นกติกากฎที่พระสงฆ์ยอมรับได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ยุคไอทีเข้ามามีบทบาท ไม่สามารถห้ามพระสงฆ์ใช้เฟซบุ๊กได้ ความไม่เหมาะสมหรือไม่ ขอให้พิจารณาเป็นรายบุคคล - พระผู้ใหญ่/ฝ่ายปกครองสงฆ์ควรหารือถึงกรอบการใช้เฟซบุ๊กให้เหมาะสม เพราะพระสงฆ์ยอมต้องใช้ด้วยสติมากกว่าฆราวาส

6.2 อภิปรายผล

สื่อเฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นในปัจจุบัน จนได้รับความนิยมจากผู้คนในสังคมสูงเป็นอันดับหนึ่งของโลกก็ว่าได้ ด้วยคุณสมบัติผ่านฟังก์ชันใช้งานที่มีหลากหลายตามไลฟ์สไตล์แต่ละบุคคล เป็นสื่อที่สามารถสื่อสารได้แบบสองทางระหว่างผู้ใช้งานกับเพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก ที่สามารถตอบโต้กัน ด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่นนี้เอง ทำให้ผู้ใช้งานสามารถที่จะนำเสนอข้อมูลความคิดเห็นส่วนตัว ในรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือแม้แต่การถ่ายทอดสดบนบัญชีเฟซบุ๊กของตนเอง เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน เมื่อใดก็ได้ตามที่ต้องการ และควมมีอิสรภาพในการใช้งานอย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้การนำเสนอข้อมูลความคิดเห็นบางอย่างอาจไม่เหมาะสม เพราะความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือด้วยเหตุผลอื่นใดก็ตาม ทำให้หลายครั้ง เพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊กหรือบุคคลภายนอก ต่างเข้ามาแสดงความคิดเห็น ตีติง ตักเตือน จนบางครั้งกลายเป็นกระแสโด่งดังบนโลกโซเชียลมีเดีย และทำให้สำนักข่าวต่างๆ หยิบยกขึ้นไปนำเสนอต่อสาธารณชนในวงกว้าง แต่หากมองในทางพระพุทธศาสนาแล้ว เฟซบุ๊กก็มักถูกกำหนดคุณค่าให้เป็น “สื่อแบบทางโลกย์ (Secular media)”

พระสงฆ์เอง ถือเป็นอีกสถาบันทางสังคมของไทย ที่เข้ามาใช้เฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก จากการที่ผู้วิจัยได้สำรวจโลกความเป็นจริงเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดียในสังคมปัจจุบัน พบว่าพระสงฆ์เข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊กอันเป็นสื่อในทางโลกย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ระดับใช้สื่อเฟซบุ๊กเพื่อการเผยแพร่ศาสนาเป็นหลัก ต่อต้านการใช้ในลักษณะทางโลกย์ พระสงฆ์ที่เริ่มมีการต่อรองระดับเบื้องต้น และมีแนวโน้มใช้เฟซบุ๊กในลักษณะโลกียะ และอีกกลุ่ม เป็นพระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊กในลักษณะเป็นโลกียะมากๆ ไม่ต่างไปจากฆราวาสทั่วไป ไม่รู้เท่าทันเลย จึงใช้แบบไร้ทิศทาง และลืมไปว่ากำลังครองตนอยู่ในสถาบันสงฆ์อยู่ เพราะฉะนั้นจึงนำไปสู่การศึกษาของผู้วิจัย เรื่อง การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสมัยใหม่อย่างเฟซบุ๊กของพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือการติดต่อสื่อสารประเภทหนึ่ง ที่ฆราวาสนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีวัตถุประสงค์การใช้แตกต่างกันออกไป ทั้งเสพเพื่อความบันเทิง เพื่อความรู้ เพื่อถึงข้อมูลข่าวสารของสังคมที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ตลอดจนระบายมุขจากด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งบางรายอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือเพื่อเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งในทิศทางที่เป็นลบต่อตนเอง ตลอดจนบุคคลใกล้ชิด และถ้ายิ่งผู้ใช้เป็นผู้นำทางความคิดของคนในสังคมด้านใดด้านหนึ่ง ก็ย่อมมีผลต่อความคิดเห็นของคนติดตามในสังคมนั้นด้วย

เช่นเดียวกับพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งประพฤติปฏิบัติตนในทางธรรม ละแล้วซึ่งกิเลส ตัณหาทางโลกย์ แต่พระสงฆ์ส่วนหนึ่งได้สนใจเข้ามาเสพสื่อใหม่ ประหนึ่งว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในกิจวัตรประจำวันของสงฆ์ แม้จะเป็นลักษณะขัดแย้งระหว่างเฟซบุ๊กซึ่งเป็นเครื่องมือทางโลกย์ กับการใช้สื่อ

ดังกล่าวของพระสงฆ์ที่ครองตนในทางธรรม ซึ่งพยายามเข้ามาต่อรองใช้งานเฟซบุ๊กทั้งที่ยังเน้นเนื้อหาที่นำเสนอทางธรรมล้วนๆ หรือมีทางโลกย์ประกอบด้วยก็ตาม เพราะด้วยคุณสมบัติอันโดดเด่นของสื่อใหม่ และกลายเป็นที่นิยมของคนในสังคมโลกอย่างมากนั้น ส่งผลให้สื่อเฟซบุ๊กได้รับความนิยมจากหมู่พระสงฆ์ไม่ต่างกัน และมีพระสงฆ์จำนวนไม่น้อยที่ใช้สื่อเฟซบุ๊กในทางโลกียะมากๆ

หนาวา!! รู้สึกว่าช่างนอก หิมะ จะตก...(^_^) อี้



242 Likes 6 Comments

ภาพที่ 6.1 ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในลักษณะทางโลกย์



ภาพที่ 6.2 ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในลักษณะทางโลกย์

จากภาพตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ในลักษณะเป็นโลกียะดังกล่าว ไม่ได้แปลว่า พระสงฆ์ที่ใช้สื่อเฟซบุ๊กทุกรูป จะเข้ามาใช้เฟซบุ๊กในด้านที่โลกียะเพียงอย่างเดียว เพราะในงานวิจัยที่ ผู้วิจัยศึกษา ยังพบว่า พระสงฆ์หลายรูปสามารถเปลี่ยนสื่อเฟซบุ๊กซึ่งเป็นทางโลกย์ให้เป็นสื่อในทาง ธรรมได้ และเป็นโจทย์ที่เราสนใจหาทางแนวทางคำตอบว่า พระสงฆ์บุคลากรทางธรรม จะแปลงสื่อ ทางโลกย์อย่างเฟซบุ๊กให้กลายเป็นสื่อทางธรรมได้อย่างไร

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยอาศัยแนวคิดและการวิเคราะห์ของ David Morley ซึ่งศึกษาผู้รับสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก มีข้อค้นพบว่า โทรทัศน์ในตัวของมันเองจะไม่มี ความหมายใดๆ เลย หากปราศจากซึ่งผู้ชมที่ได้ทำการเชื่อมโยงประสบการณ์ชีวิต ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และความรู้สึกนึกคิด ที่แตกต่างหลากหลายของพวกเขาเข้าไปมีส่วนร่วมกับการบวนการของการตีความรายการโทรทัศน์เหล่านั้น ดังนั้น ภายใต้สถานการณ์ทางสังคม ณ เวลา และสถานที่หนึ่งๆ เงื่อนไขทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม มีส่วนสัมพันธ์อย่างสำคัญต่อการทำความเข้าใจกิจกรรมการชมรายการโทรทัศน์ (ระพีพร ทศรัฐ, 2552) ผู้วิจัยจึงจึงนำแนวคิดดังกล่าวนำมาประยุกต์ใช้ในเรื่องที่น่าสนใจศึกษากับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เพราะหากกล่าวตามแนวคิดของ Morley ย่อมถือว่า เฟซบุ๊ก ในตัวของมันแล้วไม่ได้มีความหมายใดๆ เช่นกัน เหมือนกับโทรทัศน์ที่ Morley ได้ยกเป็นกรณีตัวอย่าง

ข้อค้นพบประการแรก: อัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก

ในงานวิจัย การใช้เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์ ผู้วิจัยค้นพบตัวแปรที่มีผลกับการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันออกไปกับของ Morley โดยผู้วิจัยค้นพบ “สิทธิความเท่าเทียมทางสังคม” เป็นตัวแปรที่เข้ามาเป็นตัวกำหนด การเข้าใช้งานสื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับอีกหนึ่งตัวแปร นั่นคือ “รูปแบบสื่อ (form/media)” ซึ่งข้อค้นพบนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด แห่งสำนักโตรอนโต (Toronto) ตามแนวคิดของ Marshall McLuhan ที่ระบุถึงสื่อกับประสบการณ์ของมนุษย์ โดย McLuhan ไม่สนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์กับอะไร” (what we experience) แต่กลับสนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์ต่อโลกอย่างไร” (how we experience the world) ทำให้แนวคิดนี้ของ McLuhan ไม่ได้สนใจ “เนื้อหาของข่าวสาร” (content) หากแต่สนใจ “รูปแบบของสื่อ” (form/media) ดังข้อสรุปสั้นๆ ของเขาที่ว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็กลายเป็นสารแล้ว” (Media is the Message) เนื่องจาก McLuhan คิดว่าเพียงแค่การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว

ดังนั้น รูปแบบสื่อน่าจะเป็นตัวแปรแรกๆ ที่เข้ามากำหนดการเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยชิ้นนี้แล้ว เท่ากับว่า รูปแบบของสื่อ และสิทธิความเท่าเทียมทางสังคม เข้ามามีบทบาทกับการเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในช่วงเวลาว่าง โอกาสที่เหมาะสม ตลอดจนลักษณะการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธานุภาพ

ภายหลังจากผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงภูมิหลังทางด้านเศรษฐกิจ สังคมของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้

เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจต่างเป็นอัตลักษณ์พิเศษร่วมกันจากทั้ง 2 กลุ่มนี้ คือ ตัวแปร “สถานะทางสังคม” ซึ่งพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต่างมีต้นทุนความรู้ทางวิชาการเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว พื้นที่จำวัดอยู่ในเขตเมือง จึงมีต้นทุนทางเศรษฐกิจ โอกาสการเข้าถึงสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กจึงมีอยู่ในระดับสูง ทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใช้งานเฟซบุ๊กได้ ประกอบด้วยสถานะความเป็นพระสงฆ์ มีภาระหน้าที่แตกต่างไปจากฆราวาสในทางโลกย์ กล่าวคือไม่มีความแน่นอนในการปฏิบัติงาน แต่จะขึ้นอยู่กับกิจนิมนต์ เพื่อร่วมงานต่างๆ ตามที่ฆราวาส หรือหน่วยงานองค์กรต่างๆ นิมนต์ไปร่วม ซึ่งภารกิจนิมนต์จะมากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสมศักดิ์ศรี ความมีชื่อเสียง และเขตพื้นที่ตั้งของวัดของพระสงฆ์แต่ละรูป

ถึงอย่างไรก็ตาม ด้วยความไม่แน่นอนในเรื่องกิจนิมนต์ ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้พระสงฆ์มีโอกาสเข้าถึงเฟซบุ๊ก ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยสื่อใหม่ ถือเป็นอีกประเด็นที่ทำให้พระสงฆ์เข้าใช้งานเฟซบุ๊ก เนื่องจากสื่อใหม่นี้เพิ่งเข้ามาแพร่หลายในเมืองไทย และมีลักษณะ “ทางโลกย์” อย่างเต็มตัว เริ่มตั้งแต่ต้นกำเนิดของอินเทอร์เน็ต จากยุคสงครามและถูกทหารนำมาใช้ ก่อนถูกนำไปใช้ในมิติข่าวสารธุรกิจ การค้า และในยุคปัจจุบัน สื่อใหม่ถูกเชื่อมกับมิติทางศาสนาในสังคมไทย เนื่องจากสถาบันพุทธศาสนาในสังคมไทยไม่ได้ใช้แบบแผน “กีดกัน” หรือ “เข้าแทนที่” ระหว่างสิ่งเก่ากับสิ่งใหม่

เมื่อสังคมไทยชำนาญเรื่องการผนวกสิ่งใหม่ๆ จึงไม่น่าแปลกที่บรรดาสื่อใหม่ๆ จะถูกนำมารับใช้ศาสนาอย่างไม่ขัดเขิน เช่น การบันทึกพระไตรปิฎกลงบน CD-ROM หรือกรณีที่พระสงฆ์ใช้สื่อออนไลน์สมัยใหม่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ในการเผยแพร่พระธรรมคำสอนตามหลักพุทธศาสนาในปัจจุบัน ดังนั้น กลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาซึ่งทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง ต่างครองตนภายใต้ศีลธรรมพระวินัยกำกับอยู่ เป็นอีกสถานะหนึ่งทางสังคม ที่ต่างไปจากฆราวาสในทางโลกย์ แต่สามารถเข้าใช้สื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กได้ เพราะด้วยศาสนาพุทธและสังคมไทย ไม่กีดกันการสิ่งใหม่เข้ามาแทนที่สิ่งเก่า แม้แต่เฟซบุ๊กซึ่งเป็นเครื่องมือที่สังคมทางโลกย์ใช้ติดต่อสื่อสารกันก็ตาม สอดคล้องกับคำอธิบายของ Graham Murdock เรื่องการพัฒนาแบบคู่ขนาน

นอกจากเอกลักษณ์ หรือตัวแปรเรื่องสถานะทางสังคมที่มีผลต่อการใช้ หรือบริโศก เว็บไซต์ เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์แล้ว ผู้วิจัยยังค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กทั้ง 2 กลุ่ม ยังมีอัตลักษณ์ร่วมกันที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ “ความเป็นพระสงฆ์” เนื่องจากพระสงฆ์มีความแตกต่างจากฆราวาสคนทั่วไป เพราะต้องรักษาศีลถึง 227 ข้อ จำเป็นต้องตระหนักถึงความเหมาะสมระหว่างการครองตนในผ้าเหลือง การรักษาความศักดิ์สิทธิ์ ครองตนในวิถีพระสงฆ์ ยิ่งถ้าเป็นเรื่องสีกาด้วยแล้ว ถือเป็นเส้นทางคู่ขนานกัน ไม่เหมาะสมหากพระสงฆ์จะเข้ามาข้องเกี่ยวกับสีกา ซึ่งการใช้งานเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ มีความเป็นไปได้อยู่แล้วว่า พระสงฆ์จะมีโอกาสที่เข้า

ใกล้ชิดสีกาในทางอ้อม ผ่านการเป็นเพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว และด้วยเครื่องมือบนเฟซบุ๊ก ซึ่งมีช่องทางข้อความส่วนตัวอยู่ด้วยนั้น ก็ยังเปิดโอกาสให้การติดต่อสื่อสารระหว่างพระสงฆ์กับสีกาในช่องทางแชทส่วนตัวมีมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการรักษาศีล การคงไว้ซึ่งความศักดิ์สิทธิ์ความเป็นพระสงฆ์อาจลดลง

งานวิจัยของ สมศรี จินะวงษ์ (2532) ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัย และการรักษาศีลของพระสงฆ์” ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับพระสงฆ์กับเปิดรับสื่อภายใต้กรอบศีลธรรมตามหลักพุทธศาสนานั้น พบว่า พระภิกษุสงฆ์ไทยสามารถจะเปิดรับสื่อให้มากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความทันสมัย โดยที่ยังคงสามารถรักษาศีลของพระภิกษุได้ แต่จะมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ไม่สามารถระบุได้ สอดคล้องกับการที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ที่ระบุตรงกันว่า ปล่อยวางในเรื่องการเป็นเพื่อนกับเพศหญิง โดยจะไม่แอดสีกาเป็นเพื่อนก่อน เพราะจะดูไม่งามในฐานะที่ครองตนเป็นพระสงฆ์อยู่ ยกเว้นหากสีกาขอเป็นเพื่อนบนเฟซบุ๊ก ก็จะพิจารณาเป็นรายบุคคล โดยดูบริบทบัญชีเฟซบุ๊กของสีการายนั้นประกอบ รวมถึงไม่แชททางเฟซบุ๊ก หากไม่รู้จักหรือไม่ใช่เรื่องจำเป็น ส่วนเพจเฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างบางรูป เป็นหน้าที่ลูกศิษย์ เจ้าหน้าที่วัด ตลอดจนชัดเจนว่าไม่ยุ่งเกี่ยวกับช่องทางแชท โดยการไม่เปิดอ่านข้อความ พระสงฆ์กลุ่มนี้จึงไม่ได้ยุ่งเกี่ยวกับสีการะหว่างการใช้งานเฟซบุ๊ก ยังคงรักษาสถานภาพความเป็นพระสงฆ์ไว้อยู่ แต่มีความเป็นไปได้สำหรับพระสงฆ์ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้ อาจใช้ช่องทางเฟซบุ๊กส่วนตัวแชทคุยหรือมีปฏิริยาด้านใดด้านหนึ่ง ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก เพื่อติดต่อสื่อสารกับสีกา

นอกจากอัตลักษณ์ หรือตัวแปรเรื่องสถานะทางสังคม และความเป็นพระสงฆ์ ที่มีผลต่อการใช้ หรือบริโภคเว็บไซต์เฟซบุ๊กแล้ว ผู้วิจัยยังค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทั้ง 2 กลุ่ม ยังมีเอกลักษณ์ที่สำคัญร่วมกันอีกประการ กล่าวคือ การเป็น “ผู้กล้า” ในการเปิดรับวัฒนธรรมการสื่อสารรูปแบบใหม่ ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีเครื่องมือเทคโนโลยีสื่ออันทันสมัย มาเป็นตัวเชื่อมให้เฟซบุ๊กสามารถติดต่อกันได้แม้อยู่ห่างกันคนละซีกโลก กลายเป็นที่สนใจของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาด้วยทัศนคติที่ดี หรือแม้แต่ในอนาคต อาจจะมีสื่อใหม่อื่นเข้ามาแทนที่สื่อเฟซบุ๊ก ก็ยินดีที่จะพิจารณาเปิดรับสื่อใหม่นั้นๆ

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่พร้อมเปิดรับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้สื่อกับนวัตกรรมสื่อใหม่ของกลุ่มคน ตามที่ Everett Rogers ได้จำแนกไว้ 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1. กลุ่มชอบของใหม่ (innovator) หรือกลุ่มล้ำสมัย และ 2. กลุ่มรับเร็วส่วนแรก (Early adopter) หรือกลุ่มนำสมัย 3. กลุ่มรับเร็วส่วนมาก (Early majority) หรือกลุ่มทันสมัย 4. กลุ่มรับช้าส่วนมาก (Late majority) หรือกลุ่มตามสมัย และ 5. กลุ่มล้ำหลัง (Laggard) หรือกลุ่มล้ำสมัย

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยพบว่า การใช้งานเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม กล่าวคือ สำหรับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม มีพฤติกรรมการใช้งานสอดคล้องกับแนวคิดของ Everett Rogers เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้สื่อ กับนวัตกรรมสื่อใหม่ของกลุ่มคน ในส่วนของกลุ่มรับเร็วส่วนแรก (Early adopter) หรือกลุ่มนำสมัย ที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบทดลองของใหม่ที่เข้ามาในสังคม และมีบทบาทเป็นผู้นำทางความคิด ชักชวนผู้อื่นให้เข้ามาใช้งานอย่างเฟซบุ๊ก เหมือนกับที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊ก ตั้งแต่เฟซบุ๊กเข้ามาในเมืองไทยใหม่ๆ เป็นช่วงเวลาเดียวกันกับที่เว็บไซต์ไฮไฟกำลังได้รับความนิยมน้อยลง

ส่วนกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มีพฤติกรรมการใช้งานสอดคล้องกับกับแนวคิดของ Everett Rogers เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้สื่อกับนวัตกรรมสื่อใหม่ของกลุ่มคน ในส่วนของ กลุ่มรับเร็วส่วนมาก (Early majority) หรือกลุ่มทันสมัย เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมเร็ว เมื่อรับนวัตกรรมจากผู้นำความคิดแล้ว จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังที่พระสงฆ์กลุ่มนี้ได้ให้ความสนใจเข้าใช้เฟซบุ๊ก แม้จะไม่ได้เป็นกลุ่มแรกที่จะเข้าหาสื่อใหม่ทันทีที่เข้ามาเมืองไทยตั้งแต่ช่วงแรกๆ แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธการใช้เฟซบุ๊ก เมื่อเฟซบุ๊กเริ่มเป็นที่ยอมรับคนในสังคมใช้งานมากขึ้น พระสงฆ์กลุ่มนี้ก็พร้อมเปิดรับ และเข้าใช้งาน เฟซบุ๊กอย่างเต็มใจ

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษา “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์” ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบประการแรกว่า “สิทธิความเท่าเทียมทางสังคม” เป็นตัวแปรที่เข้ามาเป็นตัวกำหนดการเข้าใช้งานสื่อเว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับอีกหนึ่งตัวแปร นั่นคือ “รูปแบบสื่อ (form/media)” เป็นตัวทดสอบ ได้เป็นตัวแปรหลักที่เข้ามากำหนดการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ร่วมกับ ความเป็นพระสงฆ์ ซึ่งพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กนี้ จะมีเอกลักษณ์ของความเป็นพระสงฆ์ร่วมกัน คือ เป็นอีกสถานะหนึ่งทางสังคม เป็นสถานะที่ครองตนภายใต้กรอบพระธรรมวินัย ถ้อยศีล 227 ข้อ ไม่สามารถข้องเกี่ยวกับสีกาได้ มีสติในการไตร่ตรองระหว่างการใช้งาน และคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะตามมามากกว่าฆราวาสทั่วไปในสังคมทางโลกย์ ที่ยังมีความสามารถในการยับยั้งชั่งใจต่างๆ น้อยกว่า ส่วนในเชิงเทคโนโลยีสมัยใหม่นั้น พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เป็นกลุ่มนำสมัย (Early adopter) ส่วนกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา มีพฤติกรรมการใช้งานแบบรับเร็วส่วนมาก (Early majority) หรือกลุ่มทันสมัย

ข้อค้นพบที่สอง: เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เครื่องมือรักษาสายสัมพันธ์เดิม และสานสายสัมพันธ์ใหม่

ตามทัศนะของ David Morley ที่มองผู้รับสาร ทั้งในแง่ที่เป็นฝ่ายกระทำ (active) และในแง่ที่เป็นฝ่ายตั้งรับ (passive) นั้น ในการศึกษา “การใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กทางอินเทอร์เน็ตของพระสงฆ์”

ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่างมีความกระตือรือร้น (active user) ในการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม (social bond) ของตนไว้โดยใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือสังเกตได้จากเมื่อเฟซบุ๊กเข้ามาเมืองไทย และเกิดเป็นชุมชนสังคมออนไลน์ มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือกิจกรรมกิจกรรมต่างๆ ที่สนใจในเรื่องเดียวกันขึ้นมา พระสงฆ์แม้จะสังกัดอีกสถาบันทางสังคม นอกจากมีความสัมพันธ์กับหมู่มวลดพระสงฆ์ด้วยกันเป็นนิจออยู่แล้ว แต่พระสงฆ์เองยังคงมีปฏิสัมพันธ์กับฆราวาสที่อยู่ในสังคมทางโลกอยู่ด้วย ดังนั้น เมื่อเฟซบุ๊กเครื่องมือการติดต่อสื่อสารที่สังคมโลกใช้กัน เริ่มมีบทบาทสำคัญและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น พระสงฆ์จึงเข้ามาใช้สื่อเฟซบุ๊ก นอกจากไว้ใช้ติดตามข้อมูลต่างๆ แล้ว ยังเข้ามาใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับทั้งพระสงฆ์ด้วยกันเอง และติดต่อกับฆราวาสที่อยู่ทางโลกย์

พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างได้ใช้สื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งถือเป็นพื้นที่ในการสื่อสารกับสังคมแบบทางตรง ช่วยสานสายสัมพันธ์กับคนรู้จักเดิม แม้จะอยู่ในพื้นที่ และหรือเวลาที่ต่างกัน แต่การเข้าใช้สังคมเฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสาร หรือทราบความเคลื่อนไหวระหว่างกันอยู่เสมอ ทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างสามารถรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อน คนรู้จัก แม้ไม่ได้เจอกันก่อนหน้านั้นมานานแล้วไว้ได้ ขณะเดียวกัน พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังสานสัมพันธ์ใหม่ๆ กับคนอื่นๆ ระหว่างการใช้งานเฟซบุ๊ก ทำให้มีคนรู้จักในสังคมเฟซบุ๊กเพิ่มมากขึ้น แต่สำหรับแนวทางสานความสัมพันธ์เดิม และเพิ่มสายสัมพันธ์ใหม่นั้น จะขึ้นอยู่กับความคิด และวิธีใช้งานของพระสงฆ์แต่ละรูป ทำให้มีความแตกต่างกันบ้าง กล่าวคือ สำหรับพระสงฆ์ที่ใช้บัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว จะใช้บัญชีส่วนตัวในการขอแอดเป็นเพื่อน หรือรับแอดจากผู้อื่นขอเข้ามาเป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊ก ส่วนพระสงฆ์ที่มีเพจเฟซบุ๊กนั้น เนื่องจากพระสงฆ์กลุ่มนี้ชื่อเสียงทางสังคมอยู่แล้ว ดังนั้น การสร้างเพจเฟซบุ๊กขึ้นมา เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับคนเดิมให้สามารถติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ ได้ตลอด ขณะเดียวกัน ยังเป็นโอกาสให้กับคนอื่นๆ ที่ไม่ได้ติดตาม หรือรู้จักมาก่อน สามารถเข้ามาติดตามเพจเฟซบุ๊กได้ ถือเป็นโอกาสสานสัมพันธ์ใหม่อีกช่องทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในการสานสายสัมพันธ์เดิม และเพิ่มสายสัมพันธ์ใหม่ดังกล่าว สื่อเฟซบุ๊กเองเสมือนเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารแบบทางตรงระหว่างผู้ใช้งาน กับผู้ร่วมบัญชีเฟซบุ๊ก ให้มีโอกาสพบปะและคงความสัมพันธ์ระดับต่างๆ เหล่านั้นไว้

อย่างไรก็ตาม สำหรับการสร้างสายสัมพันธ์ใหม่บนสังคมเว็บไซต์เฟซบุ๊กนี้ จะเป็นสิ่งแปลกใหม่และเป็นสิ่งที่สร้างความตื่นเต้นได้มากกว่าชีวิตประจำวันที่ได้พบเจอ โดยกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ได้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กสานสายสัมพันธ์ใหม่กับคนแปลกหน้าบางกลุ่ม (stranger) เช่น ผู้ที่มีลักษณะความชอบคล้ายคลึงกับตนในเรื่องๆ หนึ่ง แต่กระนั้น กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์เหล่านี้ ก็ไม่ได้สานสายสัมพันธ์ใหม่กับคนแปลกหน้า โดยปราศจากการคิดไตร่ตรองแต่อย่างใด ในทางตรงกันข้าม พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างกลับย้อนเข้าไปตรวจสอบข้อมูลบนหน้าบัญชีเว็บไซต์เฟซบุ๊กส่วนตัวของคุณ

รายนั้นๆ รวมถึงมีการตั้งคำถาม (sceptical) ต่างๆ กับสิ่งที่พบเห็นบนหน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่เสมอว่าเป็นจริงหรือไม่ และมีความเป็นไปได้มากเพียงใดที่ข้อมูล ตลอดจนตัวบุคคลรายนั้นๆ เป็นสิ่งลวงแนวทางดังกล่าว ถือเป็นทักษะในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ก่อนตัดสินใจสานสายสัมพันธ์กับคนแปลกหน้า

การที่พระสงฆ์มีการพิจารณา ไตร่ตรอง การสานสัมพันธ์กับคนในสังคมเฟซบุ๊ก หรือสร้างสายสัมพันธ์กับคนในสังคมเฟซบุ๊กก็ตาม เนื่องจากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างนี้ ยังมีวิธีการใช้งานตามแนวทางคำสอนทางพระพุทธศาสนาเข้ามาประกอบ ประกอบไปด้วย แนวคำสอนแบบโยนิโสมนสิการตามหลักพุทธธรรมมาพิจารณาไตร่ตรองด้วยสติ สัมผัสัญญะระหว่างใช้งานด้วยทุกครั้ง เนื่องจากรู้ตัวตนว่ายังครองสมณสาธูปเป็นพระสงฆ์อยู่ นอกจากนี้ ยังวางเฉย ปล่อยวางตามแนวทางอุเบกขา เมื่อพบเห็นว่าบุคคลที่สื่บค้น หรือเป็นเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กนั้น มีแนวทางใช้ชีวิตที่ยังยึดติดอยู่กับอกุศลมูล 3 ซึ่งประกอบด้วย โลภะ โทสะ โมหะ เนื่องจากพระสงฆ์เองยังพึงสำรวม ครองตนตามวิถีมัชฌิมาปฏิปทา หรือมรรคมืองค์ 8 เดินทางสายการไม่เอนเอียงไปเห็นชอบ หรือคัดค้านกับอุดมการณ์ใดๆ ที่นำมาสู่ความทะเลาะ เบาะแว้ง แดกแยกระหว่างกัน แม้แต่ในสังคมเว็บไซต์เฟซบุ๊กก็ตามที่ หรืออาจกล่าวได้ว่า พระสงฆ์ได้นำหลักธรรมตามแนวทางพระพุทธศาสนาเข้ามาปรับกับการใช้เฟซบุ๊กของตนเอง

นอกจากนี้ ยังพบว่า เมื่อพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง ได้ตัดสินใจสานสายสัมพันธ์กับบุคคลที่พึงพอใจหรือไว้ใจแล้วในระดับหนึ่ง แต่กลับพบว่า การสานสายสัมพันธ์นั้นจะเป็นเพียงการสานสายสัมพันธ์แคในโลกรเสมือน (virtual reality) บนสังคมเว็บไซต์เฟซบุ๊กเท่านั้น ไม่มีการสานสายสัมพันธ์ล่วงเลยออกมายังชีวิตจริง (physical reality) ยกเว้นแต่บุคคลนั้นรู้จักกันมาก่อน หรือมีเรื่องราวเหตุการณ์ที่ทำให้ยกระดับความสัมพันธ์ในโลกความเป็นจริง ทำให้พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่าง จำเป็นต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนด้วยสติสัมปชัญญะ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะในโลกแห่งความเป็นจริง หากพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต้องการสานสายสัมพันธ์กับคนแปลกหน้าทันที อาจเกิดความเสียหายในเรื่องความไม่ปลอดภัยต่างๆ เป็นอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้เฟซบุ๊กเอง แต่สำหรับโลกเสมือนจริงแล้ว พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างสามารถหลีกเลี่ยงภัยต่างๆ ที่จะเข้ามาได้ปลอดภัยมากกว่าโลกความจริง และยังมีเวลาพินิจพิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยง ผลดี ผลร้ายต่างๆ ได้มากกว่าด้วย

ดังนั้น ในข้อค้นพบนี้ ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า สังคมปัจจุบัน ซึ่งอยู่ในรูปแบบของสังคมมวลชน (mass society) ที่ผู้คนมากมายในสังคมต่างอยู่กันด้วยสายสัมพันธ์ที่เปราะบาง มีแนวโน้มเป็นสังคมเดี่ยวมากขึ้น หลังทุนนิยมเข้ามามีบทบาทในสังคมไทย ขณะเดียวกัน สถาบันศาสนาก็เริ่มมีบทบาทน้อยลง โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ เป็นสังคมที่แม้แต่พระสงฆ์เองยังอ้อมายอมรับว่าคนไทยเดินถอยหนีออกจากวัดมากขึ้นทุกที กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ ดำรงตนตามหลักพุทธศาสนาจึงเข้ามาใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก เพื่อพยายามรักษาสายสัมพันธ์เดิมของตนไว้ ไม่ว่าจะเป็พระภิกษุสงฆ์ด้วยกันเอง หรือเป็นฆราวาสญาติโยมก็ตามที่ เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างศาสนากับฆราวาสให้สามารถสื่อสารถึงกันได้ตลอด ยังสามารถใกล้ชิดพระพุทธศาสนาได้เสมอ แม้ตัวตนไม่ได้ก้าวเข้าไปในวัดกราบกราน

พระพุทธรูป หรือแม้แต่ฟังเทศน์ คติข้อคิดจากพระสงฆ์ก็ตาม เพราะเนื้อหาคำสอน คำเปรียบเปรยให้
ได้ปรับใช้ในวิถีชีวิตประจำวันได้ถูกบรรจุไว้ในเพลงเพชบุรี หรือบัญชีเพชบุรีส่วนตัวไว้หมดแล้ว

และเหตุผลต่อมา ที่ทำให้พระสงฆ์เข้าใช้เว็บเพจเพชบุรีนั้น เพราะต้องการสร้างสายสัมพันธ์
กับคนแปลกใหม่ๆ ไม่รู้จักกันมาก่อน บนเว็บไซต์เพชบุรีด้วยกัน เพื่อขยายความสัมพันธ์ทางสังคม
เพชบุรีให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นที่ทราบกันดีว่า สังคมสื่อโซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทกับคนในสังคม
มากขึ้น โดยเฉพาะผู้คนในสังคมเมือง มีโอกาสห่างจากวัดมากกว่าสังคมในชนบท การเข้าใช้เพชบุรี
หนึ่งในสื่อโซเชียลที่ได้รับความนิยมจากคนในสังคม ย่อมมีโอกาสทำให้ผู้คนอีกมากที่ยังไม่เข้าถึง
ศาสนา มีโอกาสใกล้ชิดกับพุทธศาสนามากขึ้น เมื่อพระสงฆ์ที่เสมือนตัวแทนสืบทอดสถาบันศาสนา
เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการขยายคำสอนไปยังเหล่าฆราวาส แต่ถึงอย่างไรก็ตาม แม้การสาน
ความสัมพันธ์ใหม่จะเกิดขึ้นได้ง่าย แต่ในเรื่องความไว้เนื้อเชื่อใจนั้น พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังคงเห็น
ความสัมพันธ์แบบรู้จักกันเป็นทุนเดิม น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้มากกว่าอยู่ดี เมื่อเทียบกับเพื่อนใหม่ที่เพิ่ง
สานสัมพันธ์บนสังคมเพชบุรี

**ข้อค้นพบที่สาม: เว็บไซต์เพชบุรี เป็นเครื่องมือสร้างความชอบธรรม รักษา
สถานภาพสถาบันศาสนาให้คงความเป็นแกนกลางของสังคม**

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ หรือบริโภคเว็บไซต์ เพชบุรีของกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองใช้
เพชบุรีให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเพชบุรี เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา
ผู้วิจัยค้นพบว่า “การคงสถาบันศาสนาเป็นแกนกลางของสังคม” ถือเป็นอีกปัจจัยที่พระสงฆ์กลุ่ม
ตัวอย่างเข้ามาใช้งานเพชบุรี ด้วยเหตุผลที่สังคมสมัยใหม่ก้าวเข้าสู่สังคมทุนนิยมมากขึ้น ตามแนวโน้ม
การเติบโตทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่มีสื่อสมัยใหม่เข้ามา
มีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนมากขึ้น ทั้งเรื่องข้อมูลข่าวสาร การค้าขาย หรือแม้แต่การเรียนการ
สอน สามารถใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือติดต่อเชื่อมโยงเข้าถึงเรื่องเหล่านี้ได้มากขึ้น ทำให้สถาบันทาง
เศรษฐกิจถูกเปรียบเสมือนเป็นแกนกลางทางสังคม เปลี่ยนไปจากในอดีตที่สถาบันทางศาสนาเป็นแกน
ทางกลางทางสังคม สอดคล้องกับทัศนะของ Peter Berger (1967) ที่ได้ระบุไว้ว่า สังคมยุคอดีต ศาสนา
ถือเป็นสถาบันแกนกลางของสังคม ทำหน้าที่กำกับดูแลสถาบันอื่น ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง
ครอบครัว การศึกษา การปกครอง ฯลฯ ครั้นเวลาเปลี่ยน จนสังคมพัฒนาสู่ยุคใหม่ ด้วยกระบวนการ
กลายเป็นโลกียะมากขึ้น (Secularization) สถาบันศาสนาจึงเริ่มถอยออกจากตำแหน่งศูนย์กลางของ
สังคม โดยมีสถาบันอื่น เข้าไปครองตำแหน่งแทน เช่น สถาบันเศรษฐกิจที่เข้าไปควบคุมกำกับดูแล
สถาบันอื่นๆ (ในกรณีของสังคมไทย การเคลื่อนย้าย “วัด” ที่เคยเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาเป็น
“ศูนย์การค้า” เป็นรูปธรรมที่สะท้อนค่ากล่าวข้างต้นได้เป็นอย่างดี)

และในโลกยุคสมัยใหม่ (Modern world) โดยเฉพาะสังคมที่พัฒนาเป็น “สังคมข่าวสาร”
(Information society) สถาบันที่ก้าวสู่ตำแหน่งศูนย์กลางของยุคสมัยสารสนเทศ นั่นคือ สถาบัน

สื่อมวลชน ฉะนั้น หากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นไปโดยธรรมชาติ/ยถากรรม รูปแบบความสัมพันธ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ น่าจะเป็นรูปแบบที่สถาบันใหม่ (สื่อมวลชน) เข้าไปแทนที่ (Substitution) สถาบันเดิม (ศาสนา) เช่น คนรุ่นใหม่จะใช้เวลาไปวัดน้อยลงอย่างมาก โดยเวลาส่วนใหญ่จะถูกใช้ไปกับการเปิดรับสื่อสมัยใหม่ เช่น โรงภาพยนตร์ สถาบันบันเทิง

การที่สถาบันศาสนาและสถาบันสื่อมวลชนต่างก็ “เคยเป็น” และ “กำลังเป็น” สถาบันแกนกลางหลักของสังคม ที่ถูกจัดวางรูปแบบความสัมพันธ์ให้แข่งขันช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสังคม และพื้นที่ในจิตใจของผู้คน การช่วงชิงพื้นที่เป้าหมายเดียวกันน่าจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ 2 สถาบันไม่ค่อยลงลอยกัน กลายเป็นอุปสรรคที่ต้องเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2554, น. 19-20)

เมื่อแนวโน้มเป็นไปในลักษณะข้างต้น พุทธศาสนาโดยพระสงฆ์จึงต้องเข้ามาใช้เครื่องมือสื่อ ที่ถูกเปรียบเสมือนจะเข้ามามีบทบาทเป็นแกนกลางของสังคม เป็นเครื่องมือเผยแพร่พระพุทธศาสนา และคงรักษาให้สถาบันศาสนาเป็นแกนกลางของสังคมไว้เช่นเดิม ไม่ถูกสถาบันสื่อสารมวลชน หรือแม้แต่สถาบันทางเศรษฐกิจ เข้ามามีบทบาท จนยึดอำนาจของสถาบันศาสนาไป ดังนั้น พระสงฆ์จึงถือเป็นตัวแทนของพุทธศาสนา ซึ่งทำหน้าที่ปกป้องศาสนาให้คงอยู่ ขณะเดียวกันต้องทำหน้าที่เผยแพร่ศาสนาให้แผ่ขยายออกไปไม่สิ้นสุด พระสงฆ์จึงเข้ามาใช้สื่อซึ่งเป็นเครื่องมือของสังคมทางโลกย์ในการเผยแพร่ ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ตามวิวัฒนาการของสื่อ แต่ตั้งสื่อสิ่งพิมพ์เรื่อยมาจนถึงสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊กในปัจจุบัน

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่เข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก เพื่อเป็นเครื่องมือสื่อเฟซบุ๊กในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา นี้ ถือเป็นการใช้เครื่องมือสื่อที่เปลี่ยนไปตามตามยุคสมัย โดยที่กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ต่างเห็นว่า สามารถเข้าถึงฆราวาสญาติโยมในสังคมไทยปัจจุบันได้ โดยเฉพาะสังคมยุคใหม่ที่ไม่มีโอกาสได้เข้าวัด หรือมีโอกาสที่จะเข้าถึงพระธรรม คำสอนตามหลักพุทธศาสนาได้ดี เหมือนกับในอดีตที่ผ่านมา และในอนาคต หากยังมีสื่อใหม่เข้ามาแทนที่สื่อเฟซบุ๊ก พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยังจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่จะใช้สื่อใหม่ที่อาจจะแทน เฟซบุ๊กนั้น เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พุทธศาสนาต่อไป เพื่อคงสถาบันศาสนาให้เป็นแกนกลางทางสังคม สามารถแทรกซึมคำสอนผ่านสื่อโซเชียลให้กับผู้ใช้งาน หรือฆราวาสได้มีโอกาสซึมซับตลอดเวลา

การยังคงสถานภาพสังคมแบบเน้นศาสนา ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) ของพระสงฆ์ แม้พระสงฆ์จะเข้าใช้สื่อเฟซบุ๊กบนสังคมที่เน้นทางโลกย์ เป็นฆราวาส (Secular world) จากงานวิจัยชิ้นนี้ พระสงฆ์ยังคงสถานภาพความเป็นพระสงฆ์ที่เน้นศาสนา แต่เพียงเข้ามาหยิบเครื่องมือสื่อเฟซบุ๊กที่อยู่บนทางโลกย์ เข้ามาใช้งาน เพื่อเชื่อมประสานคนทางโลกย์ให้เคียงคู่กับไปศาสนา ในยุคสมัยสังคมที่มีการขับเคลื่อน เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

ผู้วิจัยพบว่า ยังมีข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้งานเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม แม้จะเห็นเฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา แต่กลับยังไม่สามารถแยกเทคโนโลยีการสื่อสารออกจากเรื่องส่วนตัวได้ทั้งหมด โดยยังใช้ฟังก์ชันบนเฟซบุ๊ก เพื่อตอบสนองความชอบส่วนตัวคู่ขนานไปด้วย ผ่านรูปแบบต่างๆ ที่เฟซบุ๊กมี อาทิ การแชทคุยเรื่องส่วนตัวระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาส การใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กไลฟ์ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา อาทิ การใช้เฟซบุ๊ก ไลฟ์ ระหว่างไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ การกดติดตามเพจข้อมูลความบันเทิง นอกเหนือไปจากเรื่องธรรมะ และไม่ค่อยปรากฏว่าติดตามเรื่องข่าวสารบ้านเมือง แต่จะเป็นเพจเฟซบุ๊กที่ชอบส่วนตัวเป็นพิเศษ อาทิ เพจพระเครื่อง เพจออกแบบตกแต่งอาคาร เพจเกี่ยวกับขายของออนไลน์ต่างๆ เพจเกี่ยวกับความบันเทิงต่างๆ

รวมถึงการโพสต์สแตตัสข้อความบนบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว จะยังผสมเนื้อหาธรรมะกับความคิดเห็นส่วนตัวในประเด็นต่างๆ ที่เป็นไปในลักษณะทางโลภ์ แตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา แทบไม่มีเรื่องการติดตามเพจเฟซบุ๊กต่างๆ และส่วนใหญ่จะยังให้น้ำหนักกับเนื้อหาธรรมะ การโพสต์สแตตัสบนเฟซบุ๊กยังคงเป็นเนื้อหาธรรมะในแง่มุมต่างๆ เป็นหลัก เพราะมองว่า เฟซบุ๊กเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ใช้ทำงานทางพุทธศาสนา ไม่ใช่ไว้สำหรับเล่น จึงไม่ได้ให้น้ำหนักเฟซบุ๊ก เพื่อเข้าถึงความบันเทิงส่วนตัว

ส่วนเรื่องความถี่การเข้าใช้งานเฟซบุ๊กนั้น พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จะมีความถี่ในการเข้าใช้งานมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา กล่าวคือ พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกจะเข้าใช้งานทันทีที่มีโอกาสในทุกๆ ครั้ง ตลอดจนมีความสม่ำเสมอในช่วงเวลาที่แน่นอน นอกจากการเข้าใช้งานระหว่างวัน อาทิ เข้าใช้ช่วงเวลาก่อนจำวัด ช่วงเวลาก่อนออกไปกิจนิมนต์ข้างนอกวัด ขณะที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา จะเข้าใช้งานเมื่อมีโอกาสมิเวลาว่าง แต่ไม่ใช่ทุกครั้งที่มีโอกาส และเวลาว่างจะเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก เนื่องจากมีภารกิจหรือต้องการหาความรู้ทางวิชาการต่างๆ ผ่านช่องทางอื่นนอกเหนือจากเฟซบุ๊ก และโดยเฉลี่ยพระสงฆ์กลุ่มหลังนี้ จะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กในแต่ละครั้งไม่เกินครึ่งชั่วโมง

นอกจากนี้ ในเรื่องกติกา กรอบการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ยังพบว่า หากเป็นกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม เห็นว่า ไม่มีความจำเป็นต้องมีกรอบ กติกาจากหน่วยงานกำกับในการควบคุมการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ ขอให้พิจารณาการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์เป็นรายรูปดีกว่า เพราะยังมีพระสงฆ์อีกมากที่ใช้งานเฟซบุ๊กด้วยความเหมาะสม ประกอบกับในอดีตกาลที่ผ่านมา ไม่มีข้อบัญญัติจากพระธรรมวินัยที่กำหนดห้าม

พระสงฆ์ใช้งานเฟซบุ๊ก แต่ทั้งนี้ หากหน่วยงานกำกับดูแล ต้องการออกกฎกติกา ต้องเป็นกฎ กติกา ที่ พระสงฆ์ยอมรับได้ด้วย ส่วนกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือ เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เห็นว่า กลุ่มพระผู้ใหญ่ ที่กำกับดูแลพระสงฆ์ ควรหันหน้าเข้าหาหรือถึงแนวทางการใช้งานเฟซบุ๊กของ พระสงฆ์ ไม่จำเป็นถึงขั้นต้องออกเป็นกฎระเบียบ แต่เพียงวางแนวทางการใช้งานให้อยู่ในกรอบความ เหมาะสม ตามวิถีที่พระสงฆ์พึงปฏิบัติ



การใช้งานเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม
ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

จุดร่วมของ
ทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง

การใช้งานเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก
เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาพระพุทธศาสนา

- เน้นความเป็นส่วนตัว (Personal Interests)
- มองเฟซบุ๊กไว้สำหรับเล่น
- ใช้ติดตามความเคลื่อนไหวในทางโลกย์
- กลุ่มนำสมัย (Early adopter)
- รู้เท่าทันสื่อ แต่ต่อรองระดับปานกลาง
- ทิศทางการสื่อสารแบบสองทาง
- ยอมรับกฎ กติกา แต่พระสงฆ์ต้องยอมรับได้
- เข้าเฟซบุ๊กทุกครั้ง เมื่อมีโอกาสและเวลา
- ขึ้นอยู่กับผู้ใช้แต่ละราย
- พร้อมเข้าใช้สื่อใหม่ เมื่อความนิยมเข้ามาแทนที่เฟซบุ๊ก

- สิทธิความเท่าเทียมใน
การใช้เฟซบุ๊ก
- นำหลักพุทธศาสนาประกอบ
ระหว่างใช้งาน อาทิ โยนิโส
มนสิการ อุเบกขา สัมมาสติ
เป็นต้น
- เจตนาการใช้งาน

- สื่อสาธารณะ (Public Interests)
- มองเฟซบุ๊กไว้สำหรับใช้ทำงาน
- เป็นเครื่องมือเผยแพร่พระพุทธศาสนา
- กลุ่มทันสมัย (Early majority)
- รู้เท่าทันสื่อ แต่ต่อรองระดับสูง
- ทิศทางการสื่อสารแบบทางเดียว
- เสนอวางกรอบใช้งานเฟซบุ๊กสำหรับพระสงฆ์
- แล้วแต่โอกาส และเป้าหมายที่จะเข้าใช้งาน
- เปรียบเสมือนดาบสองคม
- พิจารณาปัจจัยโดยรอบ ก่อนตัดสินใจเข้าใช้สื่อใหม่
หากมีเข้ามาแทนที่เฟซบุ๊ก

ภาพที่ 6.3 แสดงถึงจุดร่วมและจุดต่างการใช้งานเฟซบุ๊กระหว่างกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมกับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา

จากภาพการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น จะพบว่า แม้เฟซบุ๊กจะเป็นสื่อทางโลกย์ แต่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างต่างเห็นตรงกันว่า พระสงฆ์ย่อมมีสิทธิเท่าเทียมกับคนในสถาบันอื่นๆ ในสังคม ที่สามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ เพียงแต่การใช้งานย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ในฐานะพระสงฆ์แล้วย่อมใช้งานเฟซบุ๊ก พร้อมกับพึงประมาณตนอยู่เสมอว่าตนถือศีล 227 ข้ออยู่ ทำให้เห็นว่า พระสงฆ์ได้นำหลักพระพุทธศาสนา ศีลธรรมมาเป็นแนวทางกำกับตนเองระหว่างใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ทั้งการปล่อยวาง พึ่งเฉยตามหลักอุเบกขา เมื่อเห็นความคิดแตกแยกในสังคม เฟซบุ๊ก การใช้แนวทางโยนิโสมนสิการ สัมมาสติมาเป็นข้อเตือนใจ พิจารณาไตร่ตรองระหว่างการใช้งานเฟซบุ๊ก เป็นต้น

โดยพบว่า สำหรับคุณลักษณะของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม แม้จะมีกัลยาณมิตรใช้เฟซบุ๊กในทางโลกย์ผสมอยู่บ้างระหว่างการใช้งานในชีวิตประจำวัน พบว่า พระสงฆ์กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความนำสมัย (Early adopter) มีความสนใจในเทคโนโลยีสื่อเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปทั้งสิ้น เมื่อใดที่สื่อสมัยใหม่เข้ามาเมืองไทย กลุ่มพระสงฆ์นี้ จะมีความพร้อมเปิดรับสื่อโซเชียลใหม่ๆ ในทันที แต่ขณะเดียวกัน ยังคำนึงถึงสถานะที่ห่มผ้าเหลืองเป็นภิกษุสงฆ์อยู่ จึงทำให้พระสงฆ์กลุ่มนี้ยังคงมีกัลยาณมิตรแนะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะผ่านทางบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัวอยู่

แม้ว่าลักษณะการใช้งานทางโลกย์จะปรากฏให้เห็นค่อนข้างชัด แต่ก็ยังมีเนื้อหาทางธรรมนำเสนอยู่ด้วย โดยการนำเสนอในทางโลกย์นั้น จะมีทั้งการโพสต์ข้อความเสียดสีทางสังคม ภายใต้บริบทเหตุการณ์ต่างๆ อาทิ การนำเสนอความคิดเห็นต่างๆ การโพสต์รูปท่องเที่ยว การโพสต์รูปสัตว์เลี้ยง การเสียดสีทางสังคมผ่านมุมมองส่วนตัว การนำเสนอขายของ การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง การแชร์วีดิโอตลกขบขัน การถ่ายเฟซบุ๊กไลฟ์ เป็นต้น โดยการโพสต์ดังกล่าว ยังไม่ได้แสดงความชัดเจนโดดเด่น จนเกิดการตั้งคำถามจากคนทั่วไป ว่าเหตุใดพระสงฆ์จึงโพสต์เฟซบุ๊กแบบนี้ ขณะเดียวกัน แม้จะมีการนำเสนอข้อมูลความคิดเห็นในลักษณะทางโลกย์ แต่พระสงฆ์กลุ่มนี้ ยังคงมีการนำเสนอทางธรรมอยู่ด้วย ทั้งผ่านรูปภาพกิจกรรมที่ได้ทำทางพิธีสงฆ์ต่างๆ การนำเสนอข้อความ รูปภาพอันเป็นคติสอนธรรม ให้คนร่วมเฟซบุ๊กได้เห็น การแต่งคำประพันธ์เป็นบทกลอนสอนใจ การแชร์หรือโพสต์กิจกรรม ปฏิทินกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เพื่อนร่วมเฟซบุ๊กทราบ เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ 2 ใน 4 รูป ยังใช้ตำแหน่ง (มหา) ทางพระพุทธศาสนาเป็นคำขึ้นต้นในชื่อ เฟซบุ๊กอีกด้วย ซึ่งสะท้อนถึงตัวตนว่าครองตนทางพุทธศาสนาอยู่

สำหรับกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา โอกาสการดึงเฟซบุ๊กเครื่องมือสื่อสารในทางโลกย์เข้ามาใช้ในทางธรรมย่อมมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพราะด้วยพระสงฆ์กลุ่มนี้ต่างมีจำนวนพรรษาบวชตั้งแต่ 14 พรรษา เรื่อยยาวไปจนถึง 26 พรรษา ย่อมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนว่าพระสงฆ์กลุ่มนี้เลื่อมใสในพระพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว เมื่อใดที่มีช่องทางสื่อ

ใหม่ๆ เข้ามาในสังคมไทย พระสงฆ์กลุ่มนี้ ย่อมมีความพร้อมจะแปลงสารตามหลักพระพุทธศาสนาให้เข้าใจง่าย เพื่อนำเสนอให้กับฆราวาสที่เลื่อมใสศรัทธาได้มีโอกาสได้รับคำสอนต่างๆ แม้จะต้องพิจารณาข้อดี ข้อเสียของสื่อนั้นๆ นานกว่ากลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรมเล็กน้อยก็ตามที่ จึงถือได้ว่าพระสงฆ์กลุ่มนี้จัดอยู่ในกลุ่มทันสมัย (Early majority)

การใช้งานของพระสงฆ์กลุ่มหลังนี้ มีความแตกต่างค่อนข้างชัดเจนจากกลุ่มแรก นอกจากเรื่องชื่อเฟซบุ๊กที่ระบุชัดเจนว่าครองตนเป็นพระสงฆ์ ด้วยการตั้งชื่อมีคำว่า “พระ” ขึ้นต้นแล้ว เนื้อหาบทความ ข้อความ รูปภาพต่างๆ ล้วนแต่นำเสนอเกี่ยวเนื่องกับพุทธศาสนาทั้งสิ้น ทั้งในแง่ของข้อคิดคติเตือนใจ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางศาสนา กิจวัตรที่ได้ปฏิบัติตามวาระงานต่างๆ การหยิบยกเนื้อหาจากสังคมทางโลกที่กำลังเป็นกระแสในช่วงเวลาขณะนั้น มาเปรียบเทียบ และสะท้อนแนวทางการปฏิบัติตามแนวคิดทางศาสนา เพื่อเรียกสติของคนใช้งาน

จะเห็นได้ว่า พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างยึดแนวทางการใช้เฟซบุ๊กตามหลักพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานไม่มากนักน้อยแล้วนั้น สื่อเฟซบุ๊กเองซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารในทางโลกย์ และเปรียบเสมือนเป็นสนามรบที่ถูกใช้เผชิญหน้ากันระหว่างโลกศักดิ์สิทธิ์ (Sacred world) สังคมแบบเน้นศาสนาของพระสงฆ์ หลังจากพระสงฆ์เข้ามาใช้งานกับโลกสามัญชนคนธรรมดา หรือฆราวาส (Secular world) ตามแนวทางเรียกในทางพุทธศาสนา ว่าสุดท้ายแล้วนั้น พระสงฆ์ที่เข้ามาใช้งานเฟซบุ๊กจะหลุดเข้ามาอยู่ในทางโลกย์หรือไม่ ในงานวิจัยนี้ ได้พบว่า พระสงฆ์สามารถใช้สื่อเฟซบุ๊กเครื่องมือจากทางโลกย์ ให้สามารถนำมาใช้ในทางธรรมได้ แม้คุณลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม จะแตกต่างกันออกไปก็ตาม และระดับการให้ความสำคัญการนำเสนอเนื้อหาเฟซบุ๊กจะแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน

อาจกล่าวได้ว่า พระสงฆ์โดยหลักแล้วต้องพึงปฏิบัติตามพระวินัย แต่พอเข้ามาใช้งานในโลกเสมือนอย่างเฟซบุ๊ก ก็จะมีพระสงฆ์บางส่วนที่ใช้ความเป็นปุถุชนติดตัวมาตั้งแต่ก่อนบวช นำเสนอด้านที่ไม่พึงปฏิบัติตามระเบียบวินัยที่ควรเป็น เนื่องจากพระสงฆ์จะถือว่าเฟซบุ๊กเป็นตัวปลดปล่อยการแสดงออกผ่านความคิดและพฤติกรรมส่วนตัว จึงใช้งานแบบโลกียะ แต่ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับพระสงฆ์แต่ละรูปว่าจะใช้เฟซบุ๊กในทางโลกียะโดดเด่นมากน้อยเพียงใด เพราะเฟซบุ๊ก เป็นที่สิ่งที่เกิดขึ้น สร้างขึ้นในโลกเสมือน ที่ใครจะเป็นผู้ประดิษฐ์นิตยตนเอง หรือแม้แต่แสดงตนในแง่โดยย่อสามารถพึงทำได้ ไม่มี ความคาดหวังของสังคมมาตีตราว่าเป็นพระสงฆ์ เป็นครู หรือเป็นผู้ให้การปกครอง แต่กลับเป็นพื้นที่ที่สามารถแสดงความเห็น แสดงตัวตนของผู้ใช้งานด้วยความอิสระ จึงปรากฏให้เห็นว่ามีทั้งพระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม แต่ก็ยังมีพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาอีกส่วนหนึ่ง ที่สามารถดึงเฟซบุ๊กซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารทางโลกย์ เข้ามาใช้ในทางธรรมผ่านการเผยแพร่ศาสนาในแง่มุมต่างๆ ไปยังฆราวาสที่อยู่ทางโลกย์ได้

สำหรับพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ต่างมีคุณสมบัติด้วยคุณวุฒิ วิทยุฒิ บทบาทหน้าที่ทางสังคม การเป็นที่รู้จักของเหล่าฆราวาส รวมถึงจำนวนพระภิกษุ นับแต่ที่บวชได้ร่ำกาสาวพัสตร์ แตกต่างกันไป จึงทำให้แนวความคิดการใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ทั้ง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างกันตามกล่าวคือ

ด้านเป้าหมายการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จะมีเป้าหมายการใช้งานโดยที่เน้นความเป็นส่วนตัว (Personal Interests) ด้วยการมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเอง เพื่อความสะดวกในการใช้งาน และมีอิสระในการคิด การตั้งสเตตัสบนเฟซบุ๊ก โปสต์รูปภาพ การตอบคอมเมนต์ต่างๆ โดยไม่ต้องคำนึงถึงสังคมส่วนใหญ่มากนัก ถึงแม้จะตั้งค่าบัญชีเป็นสาธารณะ แต่ก็ยังเป็นพระสงฆ์ที่ไม่ได้มีจำนวนผู้ติดตามเยอะ เหมือนกับเพจเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ ยังสามารถติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางแชทส่วนตัวกับเพื่อนบนสังคมเฟซบุ๊กได้ โดยที่ไม่มีใครเข้ามายุ่งเกี่ยว เหมือนกับเพจเฟซบุ๊กที่อาจมีเจ้าหน้าที่หลายคนช่วยกันดูแล ส่วนกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนานั้น จะเป็นลักษณะเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ (Public Interests) ที่เปิดโอกาสให้ใครต่อใครที่สนใจในพระธรรมคำสอน หรือติดตามพระสงฆ์รูปนั้นๆ อยู่แล้ว ได้สามารถเข้าไปใกล้พระสงฆ์และคำสอนของพระรูปนั้นๆ ได้ง่ายขึ้น ซึ่งพระสงฆ์ในกลุ่มนี้ มีเป้าหมายชัดเจนอยู่แล้วว่าใช้เฟซบุ๊ก เพื่อการเผยแพร่ศาสนา จึงไม่มีเรื่องส่วนตัวในเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งพระสงฆ์บางรูปจะมีเจ้าหน้าที่ดูแล มีเข้าไปตรวจสอบเนื้อหาก่อนโพสต์ลง เฟซบุ๊ก หรือพระสงฆ์บางรูปไม่ได้ตรวจสอบปล่อยให้เป็นที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันไป สะท้อนให้เห็นว่าพระสงฆ์กลุ่มนี้ ไม่ค่อยสนใจเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก และเข้าใช้งานเมื่อมีเป้าหมายที่ใช้ชัดเจน จึงเป็นความโดดเด่นที่เห็นได้ว่าจะ เป็นในลักษณะใช้งานมากกว่า ต่างจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ที่จะเข้าใช้งานทุกครั้งที่มีโอกาสและเวลาว่าง และจะเน้นหนักไปทางเล่น เพื่อความบันเทิง ค้นหาข้อมูลที่น่าสนใจตามความชอบส่วนตัวมากกว่า

นอกจากนี้ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ยังมีความสนใจใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในทางโลกย์ เพื่อให้สามารถรู้เท่าทันกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาในสังคมในแง่มุมต่างๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวของเพื่อนร่วมบัญชีเฟซบุ๊กตามความสนใจของแต่ละรูป ต่างจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเท่าใด แต่จะยึดใช้เครื่องมือนี้เป็นอีกช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลทางพระพุทธศาสนาเป็นหลักหวังใช้สื่อเฟซบุ๊กเป็นสะพานเชื่อมระหว่างศาสนากับฆราวาสให้เข้าใกล้กันง่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตามพระสงฆ์กลุ่มหลังนี้ ยังมองว่าแม้เฟซบุ๊กจะเป็นเครื่องมือช่วยสื่อสารศาสนาไปยังสังคมทางโลกย์ แต่ขณะเดียวกัน ถือเป็นดาบสองคม ถึงแม้จะมีข้อดีเพียงใด แต่หากใช้โดยขาดสติก็จะเป็นดาบที่จะกลับมาแทงผู้ใช้งานได้ โดยเฉพาะพระสงฆ์ที่ต้องพึงระวังการใช้งานมากกว่าคนปกติทั่วไป ขณะที่กลุ่ม

ตัวอย่างพระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม แม้จะมีความเห็นในลักษณะเดียวกันอยู่บ้าง แต่เห็นว่าสุดท้ายแล้ว การใช้งานผลลัพธ์จะออกมาดี หรือเป็นภาพลักษณ์ที่เสียหายแก่ผู้ใช้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับตัวผู้ใช้งานเป็นสำคัญ ว่าจะมีวิจารณญาณใช้งานมากเพียงใด ตั้งใจใช้ไปในทิศทางใดที่สุดแล้วแต่

อย่างไรก็ดี กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เห็นว่า หน่วยงานที่ปกครองสงฆ์ ควรหารือถึงแนวทางการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ให้มีกรอบการใช้งานไปในทิศทางเดียวกัน เพราะยังเห็นว่า พระสงฆ์อีกเป็นจำนวนมากที่ยังใช้เฟซบุ๊กไปในทางไม่ตรงาม ขณะที่พระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม กลับเห็นว่า หากจำเป็นต้องออกมาเป็นกฎ เป็นกรอบการใช้งานเฟซบุ๊กนั้น ต้องเป็นกติกาที่พระสงฆ์เองสามารถยอมรับได้ด้วย ซึ่งมองว่าเป็นเรื่องยากมาก เพราะต่างคนต่างมองการใช้งานเฟซบุ๊กบนพื้นฐานความถูกต้องของแต่ละรูป ยากจะที่จับต้องเป็นรูปธรรม ยกเว้นว่าเป็นการใช้งานที่เห็นว่าเป็นโลกียะชัดเจน ตรงนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ควรเข้าไปว่ากล่าวตักเตือน ตามข้อระเบียบวินัยที่พระสงฆ์พึงยึดถือปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม ในอนาคตหากมีสื่อใหม่เข้ามาแทนที่สื่อเฟซบุ๊กนั้น จะมีการใช้งานหรือไม่ สำหรับกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ยินดีเปิดรับสื่อใหม่เหล่านั้นทันที เพราะถือว่าเมื่อสื่อมีการพัฒนา พระสงฆ์เองก็ต้องเดินตามทันสื่อใหม่เหล่านั้นด้วย เพื่อให้ทันกับสังคมที่ก้าวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ต่างจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่างเห็นว่า พึงต้องพิจารณาสื่อเหล่านั้นร่วมกับปัจจัยสภาพแวดล้อม บริบทต่างๆ ในขณะนั้นก่อน จึงค่อยพิจารณาตัดสินใจว่าใช้สื่อใหม่ที่เข้ามาแทนเฟซบุ๊กในอนาคตหรือไม่ เพราะเป็นเรื่องที่ยังไม่เกิดไม่สามารถด่วนสรุปได้ว่า จะเปิดรับสื่อเหล่านั้นหรือไม่ เพราะอาจจะมีข้อเสียมากกว่าข้อดีก็เป็นได้

ระดับการต่อรองของพระสงฆ์กับการใช้งานเฟซบุ๊ก

กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า พระสงฆ์จะมีระดับการใช้งานเฟซบุ๊กแตกต่างกันออกไป ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ กล่าวโดยสรุปแล้ว จะสามารถจำแนกกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้งานเฟซบุ๊กได้ ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มพระสงฆ์กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

ตามหลักการทั่วไปในโลกฆราวาสกับการใช้งานเฟซบุ๊กนั้น ทุกคนย่อมมีความอิสระในการใช้งานตามความชอบส่วนตัว รวมถึงความสามารถในการแสดงออกผ่านมุมมองความคิดเห็น การแชร์ การโพสต์ต่างๆ ได้เต็มที่ ทั้งเรื่องส่วนตัว เรื่องสาธารณะ ทั้งเนื้อหาที่เหมาะสม ตลอดจนเนื้อหา อารมณ์ที่รุนแรง ส่ออนาคต หรือประพาดพิงในทางที่สังคมต่างเห็นพ้องต้องกันว่าไม่ดีไม่งาม แต่สำหรับพระสงฆ์ซึ่งครองตนอยู่ในทางธรรม มีศีล 227 ข้อมาเป็นกรอบการใช้งานแล้ว แน่นอนว่าหากฆราวาสทั่วไปเข้ามารับรู้ เห็นการใช้งานที่ไม่เหมาะสม ย่อมเกิดเป็นข้อคำถามขึ้นมา ยกเว้นจะไปในทางที่ถูกที่ควร ข้อมูลจากงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า การใช้งานของพระสงฆ์ต่างมีระดับการใช้แตกต่าง

กันออกไป โดยทุกรูปต่างมีมุมมองความคิดการใช้เฟซบุ๊กบนเหตุผลส่วนตัว พระสงฆ์ทุกรูปไม่ได้ใช้สื่อเฟซบุ๊ก เพื่อสื่อสารเนื้อหาทางธรรมเพียงอย่างเดียว

ระดับการต่อรองของพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือเผยแพรศาสนา

ความแตกต่างการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่แตกต่างกันนี้เอง ทำให้เกิดเป็นประเด็นในเรื่องความรู้เท่าทันเกิดขึ้น กล่าวได้ว่า กลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพรศาสนา นั้น จะเป็นกลุ่มที่มีการต่อรองระดับสูง หมายความว่า แม้พระสงฆ์ที่เข้ามาใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งถือเป็นเครื่องมือในทางโลกย์ ที่เหล่าฆราวาสต่างใช้ในเรื่องเกี่ยวกับความบันเทิง เริงรมย์เป็นหลัก แต่พระสงฆ์กลุ่มนี้ก็กลับมีความพยายามต่อรองในระดับสูงกับสังคมทางโลกย์ เพื่อดึงเฟซบุ๊กที่อาจเปรียบได้ว่าเป็นสังคมในโลกเสมือน ที่สร้างความผ่อนคลายสำหรับฆราวาส ผ่านชุมชนออนไลน์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ระหว่างกัน มาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารเนื้อหาทางธรรม ทั้งคติธรรมสอนใจ คำคม ข้อคิดต่างๆ แล้วใช้เครื่องมือนี้เป็นตัวส่งเนื้อหาต่างๆ ที่ต้องการสื่อสาร กลับไปยังสังคมโลกเสมือน สังคมออนไลน์อีกที

ในบทสัมภาษณ์ส่วนหนึ่งพระศักดา ระบุว่า “ทุกวันนี้ เวลาคนเห็นพระเล่นสื่อเฟซบุ๊ก พระอาจารย์จะไม่ใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้คำว่า เล่น เพราะสิ่งที่เราใช้อยู่มันไม่ใช่ของเล่น เรากำลังทำงานอยู่ เป็นงานเผยแผ่หลักธรรมแบบตรงๆ เลย โดยนำเอาของสูงมาแปลงค่าให้มันฟังง่ายที่สุด ให้คนเข้าถึงง่ายที่สุด วันหนึ่งที่พระอาจารย์ตายไป ลูกศิษย์ลูกหลานก็จะได้รับความรู้สึบไป ไม่ว่าจะมันจะอยู่นานแค่ไหน ไม่มีใครรู้ แต่เราก็ฝังความรู้นี้ลงในเฟซบุ๊กแล้ว เป็นมรดกที่เราทิ้งไว้ให้เขา” นอกจากนี้ ยังเน้นให้เห็นชัดถึงความสำคัญที่เข้ามาใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพรศาสนา โดยเปรียบเทียบให้เห็นภาพว่า “เพราะเมื่อพระสงฆ์ยืนอยู่ตรงหน้า เขาไม่แหงนหน้ามองพระ แต่เขาก็มองแต่ในจอ แล้วพระสงฆ์จะยืนอยู่ตรงนั้นได้อย่างไร พระก็ต้องมายืนอยู่ในจอให้เขาเห็นสิ โดยเจตนาว่า โยมแหงนมองพระหน่อยสิ เผื่อเขาจะได้แหงนมอง”

เช่นเดียวกับคำให้สัมภาษณ์พระไพศาล ตอนหนึ่งระบุว่า “อาตมาไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ได้นานแค่ไหน ฉะนั้นยังพูดไม่ได้ว่า มันจะกลายเป็นวิธีการมาตรฐานที่ใช้กันเหมือนอย่างวิทยุ โทรทัศน์ แต่ถ้าพูดรวม โขเชียยลมีเดีย เป็นสื่ออีกแนวหนึ่งในการเผยแพรธรรมะ แต่ยังไม่บอกไม่ได้ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก เพราะไม่แน่ใจว่าเฟซบุ๊กจะอยู่ไปอีกนานแค่ไหน 10 ปี จากนั้นไปเป็นเวลาที่ยาวนานสำหรับวงการอินเทอร์เน็ต 10 ปีข้างหน้าอาจจะไม่มีเฟซบุ๊กแล้วก็ได้ อาจจะมีที่แย่ หรือดีกว่าเฟซบุ๊ก ใครจะไปรู้” ไม่ต่างจากพระมหาวุฒิชัย ที่ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “อาจารย์ไม่ได้นำเทคโนโลยีมาซัพพอร์ตเรื่องส่วนตัว และโดยส่วนตัวอาตมาภาพก็ไม่มีเวลาพอที่จะไปทำเช่นด้วย ฉะนั้น ที่ใช้เทคโนโลยีอยู่นี้คือ เครื่องมือศักยภาพเผยแผ่พระธรรมคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเท่านั้น”

คำให้สัมภาษณ์เหล่านี้ เป็นเสมือนเน้นย้ำให้เห็นชัดว่า การเข้ามาหิบบิมเฟซบุ๊กจากสังคมทางโลกย์ ก็เพื่อให้ศาสนาคงอยู่ต่อไป เพราะเมื่อประชาชนเข้าวัด ไกลชิดศาสนาลดน้อยลงไป

เท่ากับว่าคนในสังคม โดยเฉพาะในสังคมเมืองก็มีช่องว่างห่างห่างกับศาสนามากขึ้นเรื่อยๆ จนสุดท้าย ศาสนาอาจเป็นเพียงสัญลักษณ์ที่ระดับสังคมไว้เท่านั้น พระสงฆ์จึงเห็นว่า ถ้าไม่หยาบจับเพชฌัญญ์ ไม่ปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไป ศาสนาก็จะเริ่มหมดความสำคัญลง ดังนั้น พระสงฆ์ชื่อดังและเป็นที่รู้จักทางสังคม อาจกล่าวได้ว่าเข้ามาเป็นตัวแทน โดยใช้ชื่อเสียงที่มีเป็นพื้นฐาน เข้าใกล้ประชาชนให้ได้มากที่สุด และตลอดเวลา พร้อมกับตั้งชื่อบนบัญชีเพชฌัญญ์ ด้วยการขึ้นต้นด้วยคำว่า “พระ” ทั้งพระไพศาล พระมหาภูมิจัย พระศักดา เพื่อเป็นการแสดงสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่ง ที่จะแสดงตัวตนว่าเป็นตัวแทนทางศาสนาอย่างแท้จริง แม้จะอยู่ในบริบทใด เครื่องมือสื่อสารใดๆ ก็ตาม เมื่อเห็นชื่อเหล่านี้ จะรับรู้ทันทีว่านี่คือ บุคคลตัวแทนทางศาสนา

พระสงฆ์ทราบดีว่าสังคมไทยปัจจุบันเป็นสังคมก้มหน้า เพชฌัญญ์เปรียบเสมือนเป็นปัจจัยที่ห้า ที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ หากการนำเสนอเนื้อหาทางธรรม พร้อมกับเน้นย้ำด้วยการใช้ชื่อตัวตนของพระสงฆ์ประสบความสำเร็จ ด้วยการที่ฆราวาสยังได้เห็นคติธรรมคำสอน กิจกรรมที่ทางศาสนาต่างๆ เห็นชื่อพระสงฆ์ ผ่านสังคมออนไลน์อยู่เรื่อยๆ เท่ากับว่า บทบาทของศาสนาก็ยังมีอำนาจในทางสังคม เพราะประชาชนก็ยังคงมีการพูดถึง มีการกดไลค์ มีการกดแชร์ข้อความดังกล่าว เป็นการเผยแพร่ทางอ้อมไปยังกลุ่มคนอื่นๆ อีกมากมาย

การดำเนินตามแนวทางเช่นนี้ นอกจากปกป้องศาสนาให้ยังมีบทบาทและเป็นการคานอำนาจกับสถาบันอื่นๆ ทางสังคม มีความสามารถในการต่อรองแล้ว ยังเป็นเพราะพระสงฆ์กลุ่มดังกล่าว หวาดระแวงว่าจะถูกแย่งบทบาทหน้าที่ไปจากสังคม โดยมีสื่อใหม่อย่างเพชฌัญญ์ และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปทางสังคม เข้ามาเป็นปัจจัยที่อาจทำให้ฆราวาสถอยห่างออกจากสถาบันศาสนาไปเรื่อยๆ ดังบทสัมภาษณ์ส่วนหนึ่งของพระมหาภูมิจัยที่ระบุว่า “ในสังคมออนไลน์ ในสื่อใหม่ที่มายึดพื้นที่ในชีวิตประจำวันของเรา และแน่นอน มันได้แย่งบทบาทของเราในสังคมด้วย” ดังนั้น พระสงฆ์ชื่อดัง จึงจำเป็นต้องเข้ามาช่วยปกป้องศาสนาและปกป้องบทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์ในการเผยแพร่ความรู้ แนวคิดให้กับคนในสังคม ก่อนที่จะถูกสังคมออนไลน์เข้ามาซัดจุกด้วยการเข้ามาแย่งชิงพื้นที่สื่อเพชฌัญญ์ ด้วยแนวคิด ข้อมูลต่างๆ พระสงฆ์เองก็ต้องรีบเข้ามาแย่งชิงพื้นที่ตรงนี้ เพื่อให้สถาบันศาสนาและตนเองในฐานะตัวแทนทางพุทธศาสนา ยังคงมีบทบาทและมีอำนาจต่อรองกับสถาบันอื่นหรือสังคมอื่นๆ ที่ใช้พื้นที่ออนไลน์ในการดึงแนวร่วมความคิดให้เห็นคล้อยไปในทิศทางเดียวกันอย่างหนักในปัจจุบัน

สำหรับศาสนิกชนที่เข้ามาอ่าน รู้สึกว่าตนอยู่ในภาวะที่ไม่สบายใจ เมื่อได้อ่านข้อความทางศาสนานั้นๆ แล้ว ก็ารู้สึกผ่อนคลาย และเลื่อมใสศรัทธาในคำสอนของพระสงฆ์รูปนั้นมากขึ้น และเมื่อฆราวาสหลายๆ คน รู้สึกศรัทธาต่อคำสอนหนึ่งๆ ของพระสงฆ์รูปนั้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากทำให้ศาสนายังคงมีบทบาทสำคัญ และเป็นเสมือนที่ยึดเหนี่ยวทางสังคมเหมือนเดิมแล้ว ตัวพระสงฆ์รูปนั้นๆ เอง ก็จะได้ชื่อเสียงได้เพิ่มบารมีความน่าเชื่อถือ เลื่อมใสศรัทธาด้วยเช่นกัน ทำให้สามารถ

รักษาชื่อเสียงไม่ให้หายไปจากสังคม แต่ตรงกันข้าม กลับเป็นการตอกย้ำให้ฆราวาสในสังคมออนไลน์ ได้รับรู้ และกล่าวถึงอยู่เรื่อยๆ โดยเฉพาะหากมีการแชร์สเตตัสเฟซบุ๊กของพระสงฆ์รูปนั้นมากเท่าใด ยอดการกดไลค์มากเท่าใด ก็ยิ่งเป็นการรักษาชื่อเสียงให้อยู่กับคนในสังคมได้นานมากขึ้น และเมื่อชื่อเสียงยังคงอยู่ กิจกรรมต่าง ๆ ก็จะมีอย่างต่อเนื่อง ด้วยเพราะคนศรัทธา จึงอยากจะทำบุญไปในงาน หากมีพิธีทางศาสนา กลายเป็นวัฏจักรพึ่งพา ถ้อยอาศัยกันระหว่างฆราวาสกับพระสงฆ์ โดยใช้เครื่องมือเฟซบุ๊กเป็นช่องทางสะสมชื่อเสียง ไปพร้อมๆ กับการได้นำเสนอเนื้อหาทางธรรม ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ติดตาม

นอกจากนี้ การที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ต่างตั้งเป็นเพจสาธารณะ ยกเว้นพระไพศาล วิสาโร ที่มีเฟซบุ๊กส่วนตัว และเพจสาธารณะโดยลูกศิษย์ที่เลื่อมใสศรัทธาตั้งให้ นั่น ก็เพื่อความชอบธรรมที่จะทำให้สังคมได้รู้ว่า พระสงฆ์กลุ่มนี้มีเจตนาอย่างแรงกล้าที่จะทำเพื่อสังคม มากกว่าทำเพื่อตนเอง จึงอุทิศความเป็นส่วนตัวให้กับสาธารณะ ด้วยการนำเสนอความคิด ข้อคิด คำคมต่างๆ เพื่อให้ฆราวาสได้อ่าน สร้างความเข้าใจ และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยพระสงฆ์กลุ่มนี้ กลับไม่จำเป็นต้องรักษาความเป็นส่วนตัว จนไม่สามารถทำอะไรตามใจชอบได้ ดังนั้น การสร้างความชอบธรรมให้กับตนเอง แม้จะทำให้ความอิสระในการใช้พื้นที่ทางเฟซบุ๊กลดน้อยลงไปมาก แต่กลับส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในทางสังคมทั้งโลกเสมือนจริงบนเฟซบุ๊ก และโลกในความเป็นจริงในสังคมเกิดขึ้น และทำให้พระสงฆ์เองมีความแข็งแกร่ง และสามารถชี้แนะในสังคมไทย เมื่อใดก็ตาม หากเกิดความขัดแย้งทางสังคม เพียงพระสงฆ์กลุ่มนี้ แสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์ปัญหาในสังคมในช่วงนั้นๆ ก็จะเป็นตัวชี้แนะให้คนในสังคมได้คิด และมีโอกาสนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งได้ ไม่มากนักน้อย เพราะถือว่าพระสงฆ์เป็นตัวแทนสถาบันศาสนา เป็นตัวแทนแห่งความบริสุทธิ์ ที่สังคมให้ความเคารพโดยพื้นฐานอยู่แล้ว

โดยภาพรวมแล้ว ลักษณะการสื่อสารพระสงฆ์กลุ่มนี้ จะเป็นการสื่อสารทางเดียว คือพระสงฆ์แต่ละรูปจะเน้นการนำเสนอเนื้อหาทางธรรมผ่านเฟซบุ๊กเป็นหลัก แต่จะไม่มีคอมเมนต์ หรือทางแชทส่วนตัวเลย ยกเว้นพระไพศาล วิสาโรที่อาจจะตอบกลับบ้างในเฟซบุ๊กส่วนตัว การที่พระสงฆ์กลุ่มนี้เน้นการสื่อสารแบบทางเดียว เท่ากับว่าเป็นการยกระดับตัวเองให้ดูความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะจะให้ฆราวาสเข้าถึงพระสงฆ์กลุ่มดังกล่าวได้ยากขึ้นตามลำดับ ขณะเดียวกัน แม้จะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว แต่การที่พระสงฆ์ตั้งเป็นเพจเฟซบุ๊กที่ใครก็สามารถเข้ามาติดตามดูเนื้อหาหนึ่งๆ เมื่อใดก็ได้ตลอดเวลา นั้น ก็ยิ่งทำให้มีคนกดติดตามเพจมากขึ้น เพราะใครๆ ก็สามารถเข้ามาติดตาม ดูเนื้อหาหนึ่งๆ เมื่อใดก็ได้ตลอดเวลา ยิ่งถ้าเกิดการแชร์สเตตัสเฟซบุ๊กนั้นๆ ก็จะทำให้เกิดการกระจายช่องทางให้คนในสังคมออนไลน์รับรู้ถึงพระสงฆ์รูปนั้นๆ มากขึ้น และทำให้มีคนเข้ามากดติดตามเพจเฟซบุ๊กของพระสงฆ์เพิ่มขึ้นอยู่เรื่อยๆ

ด้วยสาเหตุหลักของพระสงฆ์กลุ่มนี้เน้นย้ำว่า เข้ามาใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา ทำให้พระสงฆ์ไม่เห็นความสำคัญของการใช้งานฟังก์ชันต่างๆ ตามที่เฟซบุ๊กมี เพียงจะใช้เพียงช่องทางทางการโพสต์เป็นหลัก ส่วนเรื่องการใช้ฟังก์ชันแชต การกดไลค์ การคอมเมนต์ การแชร์ กลับไม่ปรากฏให้เห็น แนวทางการใช้เฟซบุ๊กลักษณะนี้ สะท้อนถึงหลักการความจริงของพระสงฆ์กลุ่มที่ใช้เฟซบุ๊ก เป็นเครื่องสื่อสารธรรมะ และทำให้สังคมก้าวข้ามเรื่องเพศสีกาออกไป เพราะเมื่อพระสงฆ์ได้แสดงเจตนาชัดเจนว่า เครื่องมือนี้เป็นสื่อสาธารณะ ไม่ใช่ใช้เพื่อความเป็นส่วนตัว การใช้งานฟังก์ชันต่างๆ จึงไม่เกิดขึ้น นอกจากการโพสต์เนื้อหาข้อความ โอกาสที่เกิิดความคิดไม่ดีไม่ร้าย จนนำไปสู่การปฏิบัติเสื่อมเสียอย่างใดอย่างหนึ่ง จึงเกิดขึ้นได้ยาก เพราะพระสงฆ์กลุ่มนี้มีต้นทุนที่เป็นกำแพงไม่ให้ทำอะไรเกินเลยได้ กล่าวคือ มีทุนความรู้ทางธรรมแน่นอยู่แล้ว หลังได้บวชมากกว่า 10 พรรษา ประกอบกับเป็นพระที่มีชื่อเสียงด้านการบรรยายให้ความรู้ทางศาสนาโดยตลอด ทำให้มีความชำนาญในเรื่องทางธรรม จนสามารถสะท้อนแง่มุมต่างๆ จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ด้วยการหยิบขึ้นมาเปรียบเปรย และกลายเป็นคำสอนเตือนใจต่างๆ มากมายได้ตลอดเวลา การที่สะสมทุนความรู้มานาน พระสงฆ์กลุ่มนี้จึงไม่อยากทำอะไรโดยไม่ยั้งคิดในช่วงพริบตา และทำให้ทุนความรู้ด้วยจำนวนพรรษาที่มากกว่า สิบปีลอยหายไปในช่วงพริบตาเช่นกัน

ทุนทางประสบการณ์ ที่เคยผ่านการบรรยายให้ความรู้มาตลอดระยะเวลาบวชเป็นพระ ทั้งผ่านองค์กร หน่วยงานที่นิมนต์ไป การนำเสนอผ่านเวทีสาธารณะในงานต่างๆ การนำเสนอผ่านสื่อกระแสหลักทั้งช่องทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือแม้แต่การเขียนหนังสือตีพิมพ์เป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่ให้สาธุชนได้เข้าถึงแนวคิดหลักธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ ที่พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ เพราะสามารถเข้าถึงโทรศัพท์สมาร์โฟน คอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือกลางที่เข้าถึงสื่อเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญที่พระสงฆ์กลุ่มดังกล่าวไม่แม้แต่จะโพสต์ หรือคิดหยิบจับสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อสาธารณะ เข้ามาใช้เพื่อตอบสนองความชอบส่วนตัว ก็คือ ทุนทางสังคม ทุนนี้ถือเป็นกรอบสำคัญที่ทำให้พระสงฆ์กลุ่มที่ใช้เฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่ศาสนา ไม่กล้าใช้งานแบบนอกกรอบนอกทาง เพราะด้วยพื้นฐานอันเป็นที่รู้จักของเหล่าสาธุชนเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว หากพระสงฆ์กลุ่มนี้ใช้งานไปในทางไม่ดีไม่งามในทางโลกย์มากเกินไป ชื่อเสียงที่เคยสะสมมาทั้งหมด ก็จะเสื่อมลงทันที อำนาจที่จะกลับมาต่อรอง เพื่อเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊ก ตลอดจนสื่อใหม่ๆ ก็แทบจะหมดไป เพราะด้วยความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงที่สะสมไว้ ถูกทำลายลงด้วยตนเอง ยิ่งเป็นเพจสาธารณะที่ใครจะเข้ามาดูเข้ามาติดตามเมื่อใดก็ได้ด้วยแล้ว พระสงฆ์จึงไม่อาจที่จะใช้เฟซบุ๊กในทางเสื่อมเสียอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ตาม ถือว่าพระสงฆ์กลุ่มนี้ มีความรู้เท่าทันสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กด้วยสัมมาสติ เห็นได้จากความพยายามที่จะต่อรองในระดับสูง นำเฟซบุ๊กมาใช้เป็นเครื่องมือใช้เผยแพร่พระพุทธศาสนา เท่านั้น หากไม่รู้เท่าทันสื่อ และใช้ไปในทางที่ผิด ก็จะเป็นผลเสียต่อพระสงฆ์และสถาบันทางศาสนาเอง และประเด็นที่สะท้อนให้เห็นว่าพระสงฆ์กลุ่มนี้รู้เท่าทันสื่อในระดับสูง ด้วยความเชื่อกระจางว่า

สื่อเพชบุรีตลอดจนสื่อออนไลน์อื่นๆ ในโลกเสมือน ไม่ได้มีความจริงใจ เหมือนกับในโลกแห่งความเป็นจริง การทำอะไรโดยขาดสติ หรือไม่คิดรอบด้านก่อน จะทำความเสียหายกลับมาทำร้ายตัวผู้ใช้งานทั้งด้านชื่อเสียง สถานะทางสังคม ตลอดจนความรู้สึกทุกข์ เศร้ากับตัวเองได้ โดยข้อสรุปส่วนหนึ่งของพระไพศาล เห็นว่า เพชบุรีเป็นเหมือนลมหายใจของผู้ใช้ไปแล้ว และเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง เพราะผู้ใช้ต่างมีความอิสระที่จะกล้าแสดงความคิดเห็นต่างๆ ในด้านรุนแรง เมื่อผู้ใช้ใช้เว็บไซต์เพชบุรีไปในทางผิด สร้างความเข้าใจในทางที่ผิด ย่อมเอื้อต่อความรุนแรงที่จะเกิดขึ้น สะท้อนว่าพระสงฆ์กลุ่มนี้มีความระมัดระวังการใช้งานเพชบุรี และมีสติระหว่างใช้งานอยู่เสมอ รวมถึงต้องการให้พระสงฆ์ทั่วไปใช้เพชบุรีภายใต้กรอบพระธรรมวินัย

ระดับการต่อรองของพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เพชบุรีให้มีลักษณะเป็นทางธรรม

สำหรับพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เพชบุรีให้มีลักษณะเป็นทางธรรม จะมีลักษณะการใช้งานเพชบุรีแตกต่างไปจากกลุ่มแรก เพราะโดยภาพรวมแล้ว เริ่มมีเข้ามาใช้สื่อเพชบุรีในลักษณะทางโลกย์มากขึ้น แต่ถือเป็นเป็นกลุ่มที่ยังคงมีการต่อรองอยู่ แต่เป็นการต่อรองในระดับปานกลาง กล่าวคือ ด้วยการใช้งานของพระสงฆ์กลุ่มนี้ ถึงแม้จะมีการโพสต์ การแชร์ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับทางธรรมด้วยนั้น แต่ไม่ใช่การนำเสนอทางธรรมทั้งหมดเหมือนกับกลุ่มแรก เนื่องจากเริ่มใช้งานเพชบุรีในลักษณะทางโลกย์โดดเด่นมากขึ้น ทั้งการระบายอารมณ์ความรู้สึก การโพสต์รูปภาพท่องเที่ยว การโพสต์ขายของ การโพสต์เสียดสีทางสังคม หรือแม้แต่การเริ่มตั้งชื่อที่ไม่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ปรากฏให้เห็นมากขึ้น ทั้งการตั้งชื่อจากชื่อจริง เป็นทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ การตั้งชื่อทั่วไปที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ หรือศาสนาเลย

ด้วยพระสงฆ์กลุ่มนี้ มีความสนใจที่จะเปิดรับสื่อใหม่เข้ามาในสังคมอยู่ตลอดเวลา สะท้อนถึงระบบความคิดที่ยังมีความเป็นทางโลกย์อยู่ด้วย เพราะมีความทันสมัยกล้าตัดสินใจที่เข้าทดลองสื่อใหม่ๆ เคยมีประสบการณ์จากสื่อใหม่ประเภทอื่นๆ มาโดยตลอด ประกอบกับระดับการเรียนรู้ที่สูง รู้ว่าอะไรควร อะไรไม่ควร อยู่ในสังคมเมืองท่ามกลางความเจริญในทุกด้าน จึงเป็นเหมือนแรงบันดาลใจในการตัดสินใจเข้าถึงสื่อได้ง่ายขึ้น ถ้ารู้จักวางตัวและใช้สื่อให้เป็นบนพื้นฐานของสัมมาสติ

การที่พระสงฆ์กลุ่มนี้เริ่มเปิดกว้าง ไม่เคร่งครัดและนำเสนอเพียงแต่เรื่องธรรมะอย่างเดียวนั้น ถือเป็นเข้ามาต่อรองกับสังคมทางโลกย์มากขึ้น เพราะมองว่าพระสงฆ์เองก็มีสิทธิ์ที่เข้าถึงเพชบุรีไม่แตกต่างไปจากฆราวาสในทางโลกย์ เพียงแต่ใช้งานในกรอบความเหมาะสมเป็นพอ ทำให้การใช้งานฟังก์ชันต่างๆ บนเพชบุรีเหมือนกับคนทั่วไป แต่เนื้อหาที่นำเสนอ นั้น ยังไม่ได้โดดเด่นจนเกินงามตามที่พระสงฆ์พึงกระทำ การที่พระสงฆ์ยอมปลดปล่อยความคิดมาเป็นทางโลกย์มากขึ้น สะท้อนถึงความสามารถในการเข้าถึงสื่อได้ง่ายมากขึ้น มีความอิสระ เพราะด้วยเหตุสำคัญเรื่องการไม่มีกรอบวินัยจากสมัยพุทธกาลเข้ามากำหนดวางกรอบกติกา หรือถึงขั้นห้ามเล่น ห้ามใช้เพชบุรี ดังนั้น

ทุกอย่างจึงอยู่ที่วิจารณ์ญาณของพระสงฆ์แต่ละรูป และหากถูกวิพากษ์วิจารณ์ เพราะผลจากการใช้ งานนั้นๆ ผู้วิจารณ์ก็ไม่สามารถเอาข้อกฎหมาย หรือศีลเข้าไปตีตราว่าพระสงฆ์รูปนั้นใช้งาน เพชบุรีไม่เหมาะสมอย่างไร

คำว่า “ไม่เหมาะสม” จึงถือเป็นคำนิยามที่กว้างมาก เพราะขึ้นอยู่กับดุลพินิจของแต่ละ คนในสังคม ไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน จึงเป็นจุดอ่อนที่ทำให้พระสงฆ์เข้ามาต่อรองระดับปานกลาง โดยไม่ ต่อต้านการใช้งานแบบที่ทางโลกยังใช้ ขณะเดียวกัน กลับยับยั้งแนวทางการใช้เพชบุรีในทางโลกย์มาใช้ ร่วมด้วย เนื่องจากพระสงฆ์กลุ่มดังกล่าว ต่างก็เคยมีประสบการณ์ในทางโลกย์ติดตัวกันมาก่อนเข้ามา อยู่ได้ร่วมได้รุ่มกาสาวพัสดุทั้งสิ้น แต่ก็ไม่ได้แสดงการใช้ที่ทำให้สังคมร่วมเพชบุรี หรือแม้แต่สังคม ภายนอกในโลกแห่งความเป็นจริง เข้ามากล่าวโทษ หรือตำหนิติเตียน ถึงความไม่เหมาะสมจากการใช้ งานเพชบุรีในทางโลกย์ได้ทั้งหมด อีกอย่างพระสงฆ์กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่แล้ว เพื่อนร่วมเพชบุรียังคงเป็น พระสงฆ์ด้วยกันเอง ถือเป็นสังคมๆ หนึ่ง ที่เห็นพ้องในทิศทางเดียวกัน มีสถานะเดียวกัน การที่จะ วิจารณ์ใคร ก็อาจจะเกิดขุ่นข้องหมองใจขึ้นมา และมองหน้ากันไม่ติด พระสงฆ์กลุ่มนี้จึงยังคงรักษา สถานะความเป็นพระไว้อย่างเหนียวแน่น เพียงแต่แนวคิด หรือการใช้งานบางอย่างก็ไม่จำเป็นต้อง คำนี้ถึงสังคมส่วนใหญ่เท่าใด เนื่องจากไม่ใช่พระที่มีชื่อเสียงทางสังคมเหมือนกับพระสงฆ์กลุ่มแรก

การที่พระสงฆ์กลุ่มนี้ ไม่ได้ตั้งค่าเพชบุรีเป็นเบาะแสธารณะเหมือนกับกลุ่มแรก แต่เป็น บัญชีเพชบุรีส่วนตัว นอกจากสะท้อนให้เห็นว่าสังคมของพระสงฆ์กลุ่มนี้ บนโลกเสมือนจริงแคบลง เมื่อเทียบกับกลุ่มแรกที่มีคนกดติดตามหลักแสน หลักล้านบัญชี เพราะอย่างมากบัญชีเพชบุรีก็ สามารถมีเพื่อนร่วมบัญชีได้สูงสุดเพียง 5 พันบัญชี หากรวมคนกดติดตามอีกก็ได้จำนวนมากจริง แต่ ถ้าเทียบกับยอดกดติดตามเพจเพชบุรีในพระสงฆ์กลุ่มแรกแล้ว ยังถือว่าน้อยกว่ามาก พระสงฆ์กลุ่มนี้ จึงไม่เป็นที่ถูกจับตามองจากคนในสังคมมากนัก โอกาสที่จะได้รับแรงกดดันจากสังคมทางโลกย์จึงมี น้อยกว่ามาก ทำให้ความสามารถในการใช้งานทางเพชบุรีแบบทางโลกย์จึงมีสูงขึ้นแล้ว เป็นข้อบ่ง ชี้ให้เห็นถึงพระสงฆ์กลุ่มนี้ มีโอกาสที่จะสามารถสร้างกำแพงความเป็นส่วนตัวบนเพชบุรี ที่จะสามารถ ฟังกระทำอะไรก็ได้อยู่ตลอดเวลา เพียงแต่ไม่ทำลายชื่อเสียงศาสนา และตัวของพระสงฆ์ผู้ใช้งานเอง เพราะจำเป็นที่จะต้องเข้าไปแบกภาระที่จะต้องนำเสนอเพียงแต่แนวคิดหลักธรรม ข้อคติสอนใจเพียง อย่างเดียว การไม่ถูกจับจ้องจากสังคมตลอดเวลาเหมือนกับกลุ่มแรกนี้เอง ทำให้พระสงฆ์กลุ่มต่อรอง ระดับปานกลาง คลายแรงกดดันจากทางสังคม และมีโอกาสที่จะเข้ามาใช้เพชบุรี บนพื้นฐาน ความชอบส่วนตัวได้มากขึ้น แต่ก็ยังมีจิตสำนึกว่าตนยังครองตนพระภิกษุ ห่มผ้าเหลืองอยู่ การจะทำ อะไรเกินงามคงไม่เป็นผลดีต่อตนเอง และต่อศาสนาอย่างแน่นอน พระสงฆ์กลุ่มนี้ จึงยังคงใช้งานด้วย สติและคำนึงถึงผลที่จะตามมาทั้งต่อตนเอง และต่อสถาบันทางศาสนาอยู่

นอกจากนี้ เรื่องการสื่อสารของพระสงฆ์กลุ่มนี้ มีความแตกต่างไปจากพระสงฆ์กลุ่มแรก ที่จะสื่อสารแบบทางเดียว เพราะพระสงฆ์ที่พยายามต่อรองการใช้เพชบุรีนั้น จะมีการสื่อสารแบบสอง

ทาง ผ่านการคอมเมนต์โต้ตอบ การเข้าไปกดไลค์ในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ ถูกใจ รวมถึงการตอบข้อความทางแชทที่มีอยู่ในเฟซบุ๊กอีกด้วย แนวทางการใช้งานเช่นนี้ ยิ่งเป็นช่องทางที่ทำให้พระสงฆ์ใกล้ชิดทางโลกย์ได้ง่ายขึ้น เพราะระหว่างการใช้งานเฟซบุ๊ก เป็นเสมือนการสร้างปฏิสัมพันธ์กับทางโลกย์ไปด้วย เนื่องจากเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กของพระสงฆ์แต่ละรูป ไม่ได้มีแต่พระสงฆ์ด้วยกันเองเพียงอย่างเดียว แต่จะมีฆราวาสร่วมเป็นเพื่อนด้วย ทำให้เวลาฆราวาสเข้ามาคอมเมนต์ การที่พระสงฆ์ไปตอบคอมเมนต์หรือกดไลค์คอมเมนต์นั้น เปรียบเสมือนพระสงฆ์ได้ใกล้ชิดกับคนทางโลกย์มากขึ้นอีกระดับหนึ่ง หรือบางทีก็จะได้เห็นวิธีการใช้เฟซบุ๊ก การใช้ชีวิตของคนทางโลกย์ ผ่านการร่วมเป็นเพื่อนกับฆราวาสรายนั้นๆ ซึ่งข้อมูล ระบบความคิดที่ได้จากฆราวาสนี้เอง ก็จะเข้ามามีอำนาจต่อวิธีการใช้งานเฟซบุ๊กของพระสงฆ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น แต่ด้วยคำให้สัมภาษณ์จากพระสงฆ์กลุ่มนี้เอง ต่างเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า สังคมเฟซบุ๊กในโลกเสมือนนี้ ไม่ได้มีความจริงใจต่อกัน ยกเว้นว่าเพื่อนร่วมเฟซบุ๊กเหล่านั้นรู้จักกันโดยพื้นฐานก่อน การที่ยังมีความเชื่อว่าโลกเสมือนไม่มีความจริงใจ เหมือนกับโลกความจริงเช่นนี้ ถือเป็นตัวสะท้อนให้เห็นว่า การใช้งานของพระสงฆ์ยังคงตั้งบนพื้นฐานใช้เฟซบุ๊กด้วยสติ และรู้เท่าทัน

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการ ทำให้ลักษณะการใช้งานทางโลกย์เข้ามามีบทบาท และต่อตรงกับพระสงฆ์กลุ่มนี้ได้มากขึ้น โดยที่พระสงฆ์เองก็พร้อมใจกับอำนาจการต่อตรงจากทางโลกย์คือ เรื่องของทุน ที่มีความแตกต่างไปจากพระสงฆ์กลุ่มแรก ทั้งทุนทางธรรม ทุนทางประสบการณ์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างแล้ว จะมีจำนวนพรรษาเฉลี่ยน้อยกว่าในกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือเผยแพร่ศาสนา ทำให้การนำเสนอด้วยสื่อบันทึกจำนวนจะยังไม่เฉียบคม หรือการที่ได้ออกงานกิจกรรมทางสังคมในงานพิธีการสำคัญต่างๆ ที่ยังต้องใช้เวลาเก็บเกี่ยวประสบการณ์ ตลอดจนทุนทางสังคมที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับกว้าง เหล่านี้ ทำให้พระสงฆ์ยังไม่มีอำนาจมากพอที่จะไปต่อตรงกับสังคมโดยรวม และด้วยมีอำนาจดังกล่าวยิ่งต่ำกว่ากลุ่มแรกนี้เอง ทำให้พระสงฆ์กลุ่มนี้จึงไม่ได้รู้สึกหวาดระแวงที่จะถูกแย่งบทบาทหน้าที่ไป เพราะถือว่าเป็นเพียงพระสงฆ์รูปหนึ่งในสถาบันทางศาสนา ไม่ได้มีชื่อเสียงที่ต้องกังวลว่าจะหลุดลอยไป การใช้งานจึงเป็นลักษณะผ่อนคลายมากกว่ากลุ่มแรก พร้อมกับใช้ทุนทางเศรษฐกิจที่มีไม่แตกต่างจากกลุ่มแรก เพื่อเข้าถึงสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก

นอกจากนี้ ด้วยเหตุที่ว่า พระสงฆ์กลุ่มที่พยายามต่อตรงการใช้เฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่เป็นพระสงฆ์ที่จำวัดในเขตเมือง โอกาสที่จะเจอลูกศิษย์ลูกหา ญาติโยมต่างๆ ที่มีชื่อเสียงหรือไม่มีชื่อเสียงก็ตามนั้น มีอยู่มาก หากใช้งานในทางไม่ตึงเกินความเหมาะสม อาจทำให้ญาติโยมเหล่านั้นรับทราบและมีความศรัทธาลดน้อยลง ประกอบกับวัดที่ประจำอยู่นั้นต่างมีชื่อเสียงเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว นอกจากจะต้องมีความเกรงใจพระสงฆ์ที่อยู่วัดเดียวกัน ซึ่งมีเป็นจำนวนมากแล้ว ก็อาจจะมีพระชั้นผู้ใหญ่จำวัดอยู่มาก ข้อระเบียบบังคับต่างๆ อาจจะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่มากำหนดแนวทางพระสงฆ์กลุ่มนี้ให้ใช้เฟซบุ๊กอยู่ในระดับพอดี การต่อตรงดังกล่าวจึงยังคงมีการปะทะกันทางความคิด ระหว่าง

ความคิดทางโลกย์ที่พยายามเข้ามา กับความคิดทางธรรมตามที่ตนครองเพศบรรพชิตอยู่ จึงเกิดการคานทางความคิดระหว่างเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก

6.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญ ในการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ คือ การติดต่อของสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน เฉลี่ยประมาณสองสัปดาห์ต่อการติดต่อขอสัมภาษณ์พระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างหนึ่งรูป โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ซึ่งเดิมทีกลุ่มผู้วิจัยได้วางเป้าหมายชัดเจน ที่ต้องการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่มีแนวโน้มใช้เฟซบุ๊กในทางโลกย์ค่อนข้างเด่นชัด โดยผู้วิจัยได้พยายามติดต่อพระสงฆ์กลุ่มดังกล่าว ผ่านช่องทางแชทในเว็บไซต์เฟซบุ๊กประมาณ 7-8 รูป แต่สุดท้ายแล้วทั้งหมดกลับไม่อนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าไปสัมภาษณ์ โดยส่วนใหญ่จะปฏิเสธด้วยการนิ่งเฉย แม้ได้อ่านข้อความที่ผู้วิจัยแนะนำตัวเอง พร้อมด้วยระบุวัตถุประสงค์ที่จะขอเข้าไปสัมภาษณ์ ถึงกระนั้น ยังมีพระสงฆ์บางรูปที่สนทนาผ่านช่องทางแชทบนเฟซบุ๊กในช่วงต้นๆ แต่เมื่อใกล้ถึงเวลานัดสัมภาษณ์จริง กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายกลับปฏิเสธทางอ้อม เช่น ติดกิจนิมนต์ด่วน หรือขอเลื่อนนัดยาวออกไปแบบไม่มีกำหนด หรือระยะเวลาจนเกินความสามารถที่ผู้วิจัยจะสามารถรอได้ เช่น ขอเลื่อนไปอีก 1-2 เดือน เป็นต้น ทำให้ผู้วิจัยต้องติดต่อพระสงฆ์กลุ่มตัวอย่างไปเรื่อยๆ จนได้กลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในงานวิจัย

6.4 ข้อเสนอแนะ

ในขณะที่ผู้วิจัย ได้เริ่มเขียนงานวิจัยเล่มนี้ เว็บไซต์เฟซบุ๊กกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในผู้ใช้หลากหลายอาชีพ หลากหลายอายุ หลากหลายสถาบันทางสังคม ทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน จนไปถึงผู้สูงอายุ หรือแม้แต่พระภิกษุสงฆ์ต่างๆ ต่างเข้าใช้เฟซบุ๊กทั้งในรูปแบบบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว ตลอดจนเพจเฟซบุ๊กสาธารณะ ขณะที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาเรื่องนี้ พบว่า ฟังก์ชันเฟซบุ๊ก ไลฟ์ หรือถ่ายทอดสด กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย และการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มคนหลากหลายเหล่านี้ โดยเฉพาะในหมู่พระภิกษุสงฆ์ เป็นสิ่งที่สังคมให้ความสนใจทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ หากผู้วิจัยท่านใดสนใจงานวิจัยชิ้นนี้ไปต่อยอดทำการศึกษาเพิ่มในระดับต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กที่มีแนวโน้มในทางโลกย์แบบค่อนข้างชัดเจน เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา และกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ที่พยายาม

ต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม ขณะที่กลุ่มไม่ได้ทำการศึกษาถือเป็นกลุ่มที่มีปรากฏให้เห็นอีกเป็นจำนวนมาก จนอาจมีลักษณะการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊ก หรือแนวคิดที่เกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในครั้งนี้

2. การศึกษาพระสงฆ์ที่ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ในลักษณะของบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว หรือเพจเฟซบุ๊กสาธารณะของพระสงฆ์ หรือวัดที่มีชื่อเสียง เนื่องจากระหว่างที่ผู้วิจัยกำลังศึกษางานวิจัยชิ้นนี้เป็นช่วงที่มีหน่วยงานภาครัฐ ทำการปิดล้อมและต้องการดำเนินคดีพระไชยบูลย์ ธมมชโย เจ้าอาวาสวัดพระธรรมกายพอดี ทำให้เห็นเพจเฟซบุ๊กของวัด ตลอดจนพระมีชื่อเสียงต่างๆ ออกมาชี้แจง หรือแสดงความคิดเห็นผ่านเพจเฟซบุ๊ก หรือบัญชีเฟซบุ๊กส่วนตัว หากในอนาคตมีเรื่องเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจจะเป็นแนวทางการศึกษา ว่าแท้จริงแล้ว พระสงฆ์ หรือวัดใช้เฟซบุ๊ก เพื่อวัตถุประสงค์ใด มีการใช้งานอย่างไรในภาวะวิกฤต เพื่อได้ทราบถึงความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้

3. การศึกษาความแตกต่างของพระสงฆ์ที่เข้ามาบวชใหม่ แล้วใช้สื่อเฟซบุ๊ก จะมีแนวทางการใช้งานอย่างไร มีความแตกต่างจากพระสงฆ์ที่อายุพรรษานานหลายปีหรือไม่ จนอาจจะได้ทราบลักษณะการใช้งาน หรือแนวคิดเกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้

4. การศึกษาการใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ที่มีสังคมที่แตกต่างออกไป เช่น การใช้เฟซบุ๊กของพระสงฆ์ในเขตพื้นที่ชนบท จำวัดในวัดขนาดเล็ก ต้นทุนทางเศรษฐกิจที่ไม่ดีเท่ากับพระที่จำวัดในเขตเมือง หรือวัดใหญ่โต ว่าพระสงฆ์กลุ่มดังกล่าว มีจุดยืนต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กอย่างไร มีการเข้าถึงเฟซบุ๊ก ตลอดจนมีการใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กอย่างไร ซึ่งอาจแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างพระสงฆ์ทั้ง 2 กลุ่มที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้

5. การศึกษาสื่อสมัยใหม่ที่มีลักษณะการทำงาน การใช้บริการที่คล้ายคลึงกันกับเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อาทิ ไลน์ อินตาแกรม ทวิตเตอร์ ของกลุ่มพระสงฆ์ที่พยายามต่อรอง ใช้เฟซบุ๊กให้มีลักษณะเป็นทางธรรม และกลุ่มพระสงฆ์ที่ใช้เครื่องมือเฟซบุ๊ก เพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา เป็นต้น

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory): แนวคิดและตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์
- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). *การสื่อสาร ศาสนา กีฬา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, และ สมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2552). *พุทธธรรม*. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- พินิจ ลาภอนานนท์, และ แทนพันธุ์ เสนะพันธุ์ บัวใหม่. (2557). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เหมาะสม ของพระสงฆ์*. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์.
- สมสุข หินวิมาน. (2558). *อ่านทีวี การเมืองวัฒนธรรมในจอโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

วิทยานิพนธ์

- ดริณ จักรพันธุ์ อินทร์อุดม. (2555). *การเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ไทยผ่านสื่อใหม่: กรณีศึกษา เว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ดอทคอม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการสื่อสารศึกษา.
- ธนิกันต์ มาฆะศิริานนท์. (2545). *พฤติกรรมการเสพติดอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเสพติดอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาสารสนเทศ.
- ธีราพร ต้นทีปธรรม. (2554). *การใช้เฟซบุ๊กที่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาการส่งเสริมสุขภาพ.
- ระพีพร ทศรัฐ. (2552). *การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน: ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไอทีวี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

- รัตน์วดี เทพช่วยสุข. (2539). *การรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอของสื่อมวลชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการสื่อสารมวลชน.
- ราตรี ปิ่นแก้ว. (2554). *หมอดูออนไลน์: การสื่อสารความเชื่อโหราศาสตร์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- วรรณสิกา เชื้อชาติไทย. (2546). *ความเหงาในชุมชนเสมือน: กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ศรอนงค์ สุขยิ่ง. (2547). *การนำเสนอภาพพระสงฆ์ในภาพยนตร์ไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการสื่อสารมวลชน.
- สมศรี จินะวงษ์. (2532). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความทันสมัย และการรักษาศีลของพระสงฆ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.
- สุจิตรา เหลืองชูเกียรติ. (2543). *การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันกับการเปิดรับข่าวสารและความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการหนังสือพิมพ์.
- สุปรินา หัสชู. (2553). *ลักษณะพิธีกรรม ความหมายเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ และบทบาทของเซียมซีในสื่อออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการสื่อสารมวลชน.

เอกสารอื่นๆ

- วิมลพรรณ อภาเวท, สาวิตรี ชีวะสารณ์, และ ชาญ เดชอัศวนง, (2554). *พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. *ทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2554*, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กติกาสายเสนีย์. (2554). *Social Network คืออะไร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://keng.com/2008/08/09/what-is-social-networking/>
- เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online social network) คืออะไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2559, จาก <https://sites.google.com/site/pattamaporn52010111026/home/khwam-hmay-khxng-social-network>
- ชาวพุทธ. (2559). สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.phd.mbu.ac.th/index.php/2014-08-28-08-57-4/140-2016-03-12-03-35-10>
- สาวกเฟซบุ๊กไทยแตะ 35 ล. รั้งที่ 9 โลก SMEs ติดปีกธุรกิจ. (2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.thansettakij.com/content/1275>
- อิทธิพล ปริติประสงค์. (2552). *ประเภทของเครือข่ายสังคม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://gotoknow.org/blog/virtualcommunitymanagement/288469>
- ไอซีทีแนะ พศ.แจ้งเฟซบุ๊กปิดเพจพระตุ๊ดแต่หัว เหตุไม่เข้าข่ายผิด พ.ร.บ.คอมพ์. (2559). สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.matichon.co.th/news/195582>
- DAAT เผยข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ไตรมาส 1 ประจำปี 2559. (2559). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.daat.in.th/index.php/daat-internet/>

Book

- Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายอาทิตย์ หลวงละ
วันเดือนปีเกิด	13 เมษายน 2529
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2552: ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ตำแหน่ง	ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชน บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

