

“เด็กดีต้องทำบุญ” ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา
กับอุดมการณ์ในวาทกรรมสื่อสำหรับเด็ก
ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย***

“A Good Child Must Make Merit” : The Relationship
between Language and Ideologies in the Children
Media Discourse Created by
the Dhammakaya Temple

สุนทรี โชติติลล*,
Suntaree Chotidilok,
ณัฐพร พานโพธิ์ทอง**
Nattaporn Panpothong

-
- * นิสิตปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย;
อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ** รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หน่วย
ปฏิบัติการวิจัยไทยวิทยารศน์ เพื่อการศึกษา ภาษา วรรณคดี และคติชนไทย
- *** บทความนี้มาจากผลวิจัยส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต เรื่อง “บุญ : ความ
สัมพันธ์ระหว่างภาษา กับอุดมการณ์ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย” ซึ่งได้รับทุนอุดหนุน
วิทยานิพนธ์สำหรับนิสิต ปีงบประมาณ ๒๕๕๘ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย มา ณ ที่นี้

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายตามแนววาทกรรมวิเคราะห้เชิงวิพากษ์ข้อมูลที่ได้ศึกษามาจากสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กในวัยเรียนจำนวน ๓ ชุด ได้แก่ ๑) หนังสือชุดที่มีคำตอบฉบับมินิ ๒) หนังสือชุดคำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) และ ๓) หนังสือเรื่องบ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กของวัดพระธรรมกายได้ถ่ายทอดอุดมการณ์ “บุญ” ผ่านชุดความคิดสำคัญ ๓ ชุดความคิด ได้แก่ ชุดความคิดที่ว่าบุญคืออำนาจ ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย และชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ที่กำหนดพฤติกรรมให้เด็กเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายด้วยการทำให้เชื่อว่าบุญมีอำนาจในการต่อสู้กับบาปได้ และเมื่อเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายจะทำให้ได้รับความสุขสบายในชาติต่อไป ชุดความคิดทั้ง ๓ ที่วาทกรรมนำเสนอส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำบุญ ๒ ประการ คือ ๑) การทำบุญแบบขวนขวายและ ๒) การทำบุญแบบสะสมบุญด้วยการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายโดยเชื่อว่าจะได้อานิสงส์หรือปริมาณบุญมากกว่าการทำบุญอื่น จากมุมมองเชิงวิพากษ์ สื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมิได้เป็นการสอนให้เด็กสละความโลภตามคำสอนในพุทธศาสนาแต่กลับตอกย้ำให้โลกในการทำบุญและสะสมมากยิ่งขึ้น วาทกรรมสื่อสำหรับเด็กชุดนี้มีส่วนสำคัญในการหล่อหลอมเด็กให้กลายเป็นสมาชิกที่พึงประสงค์ของวัดพระธรรมกายในอนาคต

คำสำคัญ : วัดพระธรรมกาย ภาษากับอุดมการณ์ วาทกรรมวิเคราะห้เชิงวิพากษ์ สื่อสำหรับเด็ก

Abstract

This study aims to analyze the ideology of “merit” as presented through linguistic strategies in children’s media created by the Dhammakaya Temple, using critical discourse analysis as an analytical framework. The data is collected from 3 school children’s print media namely, 1) “Tee Nee Mee Khain Tob” (The Answers are Here) series, mini edition; 2) “Kham Mai Lek khong khru Mai Yai” (Big Words of a Small Teacher) series, mini edition; and 3) Home-Temple-School, the Role Model of Global Morality Restoration. These print media represent the ideology of “merit” in 3 concepts : merit is power, merit is after-death treasure, and make merit to achieve one’s purpose. These 3 concepts will encourage children to make merit at the Dhammakaya Temple because they are taught that any sin can be defeated by merit and they will have a good life in the next life. The Dhammakaya’s discourses convince people to continue to make merit to the Temple, because they can gain more merit than making merit at other temples. It can be seen that the Dhammakaya’s discourses do not teach children to abandon greed, as convenable emphasized in Buddhist doctrine. On the other hand, the Dhammakaya’s convinable discourses seem to make people more eager to make merit for the wrong purpose, and its print media for children play an important role to mold children to be good members of the Temple in the future.

Keywords : Dhammakaya Temple, Language and Ideology, Critical Discourse analysis, Children Media

๑. บทนำ

เด็กถือได้ว่าเป็นช่วงวัยที่มีพัฒนาการทางด้านการเรียนรู้และจดจำ การปลูกฝังความคิดค่านิยม หรือทัศนคติตั้งแต่วัยเด็กจึงมักได้ผลมากกว่าในวัยผู้ใหญ่ สังคมไทยนิยมปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนมีระเบียบวินัย ดังสุภาษิตที่ว่า “ไม้อ่อนดัดง่าย ไม้แก่ดัดยาก” ทั้งนี้มีความคิดสำคัญประการหนึ่งที่ทุกคนในสังคมไทยมักเคยได้รับการปลูกฝังมาตั้งแต่วัยเด็ก คือ ทุกคนต้องมีศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ อาจได้เห็นตัวอย่างได้จากเพลง เช่น เพลงเด็กดี ซึ่งแต่งขึ้นในสมัยรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี การปลูกฝังความคิดเด็กดีในประการแรกก็ คือ “หนึ่งนับถือศาสนา” หรือแม้กระทั่งค่านิยมหลักของคนไทย ๑๒ ประการ ตามนโยบายของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ในประการแรกก็มีการกล่าวถึงการรักษสถาบันศาสนาด้วย ได้แก่ “๑. มีความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์”

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า สังคมไทยให้ความสำคัญกับการปลูกฝังให้เด็กต้องมีศรัทธาในศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งพุทธศาสนาซึ่งเป็นศาสนาหลักของประเทศไทย วัดพระธรรมกายเป็นวัดหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับการปลูกฝังความเชื่อและศรัทธาในพุทธศาสนาให้กับเด็กและเยาวชน เห็นได้จากการจัดกิจกรรมเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน เช่น การบวชสามเณรภาคฤดูร้อน โครงการบวชอุปาสิกาแก้วหน่ออ่อน โครงการเด็กดี V-Star ผู้นำฟื้นฟูศีลธรรมโลก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการผลิตสื่อสำหรับเด็กที่หลากหลาย พบว่ามีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ รายการสำหรับเด็ก การ์ตูน เพลง ที่ออกอากาศช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม DMC เป็นสื่อ มีภาพการ์ตูน สีฉ่ำสวยงาม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีการเรียบเรียงเนื้อหาแบบปูจั่ว-วิธีสนทนาแบบสั้น ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เรื่อง เก็บเสบียงให้พ่อแม่

ถาม :

ผมควรตอบแทนพระคุณของคุณพ่อคุณแม่อย่างไร จึงทำให้ท่านมีบุญกุศลติดตัวไปให้มาก ๆ ครับ

คุณครูไม่ใหญ่

ตอบ :

จะตอบแทนพระคุณพ่อแม่ให้ท่านได้บุญมาก ๆ ต้องทำอย่างนี้ คือ ถ้าท่านมีชีวิตอยู่ ให้ชวนท่านสร้างบุญทุกบุญทั้งทาน ศีล ภาวนา ยิ่งท่าน

เข้าถึงพระธรรมกายได้ ท่านยังได้บุญมากที่สุด หากท่านละโลกไปแล้ว ให้
ทำบุญทุกบุญแล้วอุทิศไปให้ท่าน

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ ๑๒ ธันวาคม, ๒๕๕๔ : ๑๑๓)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า “งบุญ” เพื่อแสดงให้เห็นมูลค่าของบุญ
ในฐานะเสียง ตลอดจนในส่วนเนื้อหาของคำตอบคำถามยังแสดงให้เห็นว่าการทดแทน
พระคุณของบุพการี คือ การช้ชვნให้ทำบุญ และตนเองก็ต้องทำบุญให้ด้วย จะเห็นว่า
วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายข้างต้นกำลังเสนอความคิดเกี่ยวกับการทดแทน
บุญคุณควบคู่กับความศรัทธาในการทำบุญในพุทธศาสนา

นอกจากตัวอย่างประเภทหนังสือสำหรับเด็กแล้ว ในตัวอย่างประเภทเพลงสำหรับเด็ก
ยังมีการถ่ายทอดชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” โดยชี้ให้เห็นว่าการทำบุญกับวัดพระ
ธรรมกายนั้นถือว่าเป็นการ “ลงทุน” เพื่อที่จะทำให้ชีวิตของตนเองได้รับความสุขสบายซึ่ง
เป็นผลมาจากอานิสงส์ของบุญ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ชื่นใจเกิดมาชาตินี้

ได้สร้างความดีเพิ่มพูนให้แก่ตน

แม้ยากลำบากลำบาก

ก็สู้อุตทนสร้างบารมี

ความแก่ความชรา

ไม่ต้องหามาเราได้ฟรีฟรี

แต่การได้บารมี

ไม่ได้ฟรีฟรีเราต้องลงทุน

ทุกวันทุกวินาที

คิดสร้างความดีมีแต่เรื่องบุญ

บุญญาจึงได้เกื้อหนุน

ช่วยค้าจุนชีพให้สุขสบาย

(เพลงปิติใจ : ออนไลน์)

จากตัวอย่างผู้ผลิตวาทกรรมพยายามปลุกฝังให้เด็กและเยาวชนคิดถึงการทำบุญ

ตลอดเวลา โดยเน้นว่าการทำบุญถือว่าเป็นความดีที่พึงกระทำ ตลอดจนการทำบุญถือว่าเป็นการสร้างบารมีด้วย และเป็นเครื่องมือที่ทำให้ชีวิตมีความสุข ตัวอย่างทั้ง ๒ ข้างต้น แสดงความคิดเห็นสำคัญที่สื่อของวัดพระธรรมกายต้องการปลูกฝัง คือ การเชื่อในผลของบุญ และใช้บุญเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของตนเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มีความหลากหลาย นอกจากนี้ยังสามารถแพร่กระจายไปสู่สังคมได้อย่างกว้างขวาง เพราะเข้าถึงได้ง่ายทั้งทางเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ในรูปแบบฟรีดาวน์โหลดที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย รวมถึงโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ตลอดจนสื่อสิ่งพิมพ์ไปยังห้องสมุดโรงเรียนต่าง ๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) โดยใช้กรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมตามแนวทางของแฟร์คล็อฟ (Fairclough, 1995) เนื่องจากเป็นกรอบการศึกษาที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษาในตัวตนกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัวตน

จากการรวบรวมข้อมูลวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้น เป็นวาทกรรมที่ปรากฏตัวตนในลักษณะหนังสือ เพลง และการตูน ผ่านรูปแบบทางภาษาที่ง่ายไม่ซับซ้อนโดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นำมาจากสื่อสำหรับเด็กที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อเผยแพร่ในรูปแบบหนังสือและหนังสือชุด งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนในประเด็นเชิงวิพากษ์ คำถามสำคัญ คือ ความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายถ่ายทอดไปสู่กลุ่มเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับหลักคำสอนในพุทธศาสนาหรือไม่ เหตุใดความคิดที่วัดพระธรรมกายนำเสนอจึงมี “ประเด็นถกเถียง” ในสังคมผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยจะทำให้เกิดการตระหนักรู้หรือตั้งคำถามและนำไปสู่การคิดอย่างมีวิจารณญาณ

๒. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กของวัดพระธรรมกาย

๓. กรอบแนวคิดในการวิจัย

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis เรียกย่อว่า CDA หรือตำราบางเล่มใช้ว่า Critical Discourse Studies เรียกย่อว่า CDS) พัฒนาต่อเนื่องจากภาษาศาสตร์เชิงวิพากษ์ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาภาษาเพื่อเผยสิ่งที่แฝงอยู่ในตัวบทอันได้แก่ การพยายามครอบงำทางความคิดผ่านอุดมการณ์ หรือการใช้อำนาจซึ่งนำไปสู่ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ทำให้ผู้ถูกครอบงำหรืออยู่ใต้อำนาจเสียประโยชน์โดยไม่รู้ตัว (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, ๒๕๕๖ : ๓๐)

แนวคิดเกี่ยวกับ “อุดมการณ์”

การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จำเป็นต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1992) ให้ความหมายว่า อุดมการณ์ เป็นสิ่งที่สร้างความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ทั้งกายภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ โดยในกระบวนการสร้างและตีความวาทกรรม อุดมการณ์เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภควาทกรรมสามารถเข้าใจ รับรู้และตีความวาทกรรมไปในทิศทางใด อุดมการณ์มีผลกระทบอย่างยิ่งต่อการรับรู้ เข้าใจและตีความของผู้บริโภควาทกรรม เกิดการยินยอมพร้อมใจของผู้บริโภควาทกรรมที่จะเชื่อและทำตามอุดมการณ์นั้น

ตามความคิดของแฟร์คลัฟ ทฤษฎีเชิงวิพากษ์ก็คือการอ้างอิงนิยามอุดมการณ์ที่มีนัยด้านลบ หรือเกี่ยวข้องกับความไม่เท่าเทียมกันและการมีอำนาจเหนือกว่า นิยามนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ที่ต้องการเผยให้เห็นอุดมการณ์ที่เอื้อประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม ทำให้เกิดการตระหนักรู้และอำนาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, ๒๕๕๖ : ๑๔)

แนวคิดเกี่ยวกับ “อำนาจ”

ตามแนวคิดของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1989) อำนาจจะปรากฏอยู่ทั้งในวาทกรรมและเบื้องหลังวาทกรรม อำนาจในวาทกรรมอาจปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบเปิดเผย เช่น ในสถานการณ์การสื่อสารฝ่ายที่มีอำนาจมากกว่าใช้กลวิธีทางภาษาในการควบคุมหรือจำกัดผลประโยชน์ของฝ่ายที่ไม่มีอำนาจ หรือเป็นฝ่ายควบคุม “หัวข้อ” ที่จะใช้ในการสื่อสาร และแบบ แอบแฝง เช่น การกำหนดหัวข้อเรื่องและมุมมองการนำเสนอในวาทกรรมสื่อมวลชน (media discourse) เป็นต้น ส่วนอำนาจที่อยู่เบื้องหลังวาทกรรมนั้น

เช่น การกำหนดภาษามาตรฐาน ภาษาทางการ ภาษาสุภาพ การกำหนดประเภทของ วาทกรรมและการเข้าถึงวาทกรรมบางประเภท ซึ่งแสดงความเหลื่อมล้ำทางสังคม

กรอบการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวทางการวิเคราะห์อุดมการณ์ตาม แนวคิดของ แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1992) มาศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ที่ประกอบ สร้างในสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ “ตัว บท” อย่างละเอียด ดังที่ ซันเดอร์แลนด์ (Sunderland 2006, p. 504 อ้างถึงใน ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, ๒๕๕๘ : ๖๙) กล่าวว่า “A CDA study can focus on either the textual construal of ideology or the construction of ideology through social practices”. นั่นคือ การศึกษาอุดมการณ์อาจมุ่งวิเคราะห์ตัวบทที่ผลิตสร้างอุดมการณ์นั้น หรือวิเคราะห์วิถี ปฏิบัติทางสังคมก็ได้ อย่างไรก็ตามในฐานะงานด้านภาษาผู้วิจัยจะศึกษาตัวบทเป็นสำคัญ

๔. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ สำหรับเด็กส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับแบบเรียนสำหรับเด็ก อาทิ งานวิจัยของ **วิสันต์ สุขวิสิทธิ์** (๒๕๕๔) ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทยตาม หลักสูตรประถมศึกษา ๒๕๓๐-๒๕๔๔ : การศึกษาวิเคราะห์ตามแนววาทกรรมวิเคราะห์ เชิงวิพากษ์ ซึ่งให้เห็นว่ารัฐใช้ภาษาเป็นเครื่องมือถ่ายทอดอุดมการณ์เด็กที่พึงประสงค์ หรือ งานวิจัยของ **Nattaporn Panpothong** (2015) Thai Primary School History Textbooks : A Textually-oriented Critical Discourse Analysis ซึ่งให้เห็นว่าแบบเรียนประวัติศาสตร์ ไทยมีข้อจำกัดที่ปลูกฝังความคิดเชิงอุดมคติมากกว่าความจริงทางสังคม ทำให้สิ่งที่เด็ก ต้องพบในชีวิตจริงมีความแตกต่างและขัดแย้งกับความรู้ในแบบเรียน

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวกับวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าผู้ศึกษาส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่จะ ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของวัดพระธรรมกายในสังคมไทย ในด้านกระบวนการสร้างความ ศรัทธา การสร้างบุคลากร และคำสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งงานวิจัยทั้งหมดเป็นงาน วิจัยในทางสังคมศาสตร์ ระเบียบวิธีวิจัยภาคสนามจากการสังเกตการณ์แล้วถ่ายทอด ผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์จากมุมมองของนักวิจัยจากภายนอก อาทิ **สแวร์เรอ** (Swearer 1991) ได้ศึกษาเรื่อง “Fundamentalistic Movements in Theravada

Buddhism” พบว่า วัดพระธรรมกายเป็นพุทธศาสนารูปแบบใหม่ในประเทศไทย แต่ก็ยังยึดโยงกับพุทธศาสนาในลักษณะที่เป็นศาสนาประจำชาติ **แซนเนอร์** (Zehner 1990) ได้ศึกษาเรื่อง “Reform Symbolism of a Thai Middle-class : The Growth and Appeal of the Thammakai Movements” พบว่า ผู้นำของวัดพระธรรมกายเป็นบุญแจ้สำคัญสำหรับการปฏิรูปล้างแนวความศรัทธาใหม่ที่เข้มแข็ง **อัคคี ศรีทราชัยกุล** (๒๕๓๐) ศึกษาเรื่อง “ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของชาวพุทธ : ศึกษาเฉพาะกรณีชาวพุทธในกลุ่มวัดพระธรรมกาย พุทธสถานสันติอโศก และวัดชลประทานรังสฤษฎ์” พบว่า การคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้สูง ทำให้วัดมีความโดดเด่นในแง่ประยุกต์หลักธรรมให้เข้าใจง่าย และมีเป้าหมายเผยแพร่ธรรมลงไปสู่กลุ่มคนหนุ่มสาว **นภดล ขวัญชนะภักดี** (๒๕๓๐) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทของวัดพระธรรมกายและพุทธสถานสันติอโศก ในการเผยแพร่ศาสนาในหมู่เยาวชนในสังคมไทยปัจจุบัน” พบว่า การอุปสมบทเป็นพระภิกษุของวัดพระธรรมกายจะต้องผ่านการฝึกอบรม และผ่านการพิสูจน์ให้เห็นถึงความศรัทธาในพระพุทธานุภาพอย่างมั่นคง **นตยา แก้วใส และผะอบ พวงน้อย** (๒๕๔๒) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาบทบาทวัดพระธรรมกายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเผยแพร่ที่ทันสมัยและก้าวหน้ามากกว่าองค์กรพุทธอื่น ๆ **ยาน โยชิตาเกะ** (Yano Yoshitake 1996) ศึกษาเรื่อง “ศาสนาประจำชาติของไทยปัจจุบันที่เปลี่ยนไป” โดยในงานวิจัยกล่าวว่า วัดพระธรรมกายได้พัฒนาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การทำวัดให้สะอาด สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย จนขึ้นกลายเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นของวัด จึงสามารถดึงดูดความต้องการของชนชั้นกลางได้มากขึ้น **อภิญา เพ็ญฟูสกุล** (๒๕๔๑) ศึกษาเรื่อง “ศาสนทัศน์ของชุมชนเมืองสมัยใหม่ : ศึกษากรณีวัดพระธรรมกาย” เผยให้เห็นว่าการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกายผ่านกระบวนการบริหารองค์กรที่ทันสมัยและจัดกิจกรรมของวัดให้สอดคล้องกับแนวคิดบริโภคนิยม โดยจัดกิจกรรมให้มีความทันสมัย สะดวกสบาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างกลุ่มผู้ศรัทธาที่มีกำลังทรัพย์ที่ต้องการแสวงหาชีวิตที่ทันสมัยและสะดวกสบาย และงานวิจัยของ **พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี** (๒๕๔๖) ศึกษาเรื่อง “บทบาทในการรักษาพระธรรมวินัยของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต) : ศึกษาเฉพาะกรณีธรรมกาย” ได้กล่าวถึงคำสอนของวัดพระธรรมกายไว้ในอีกลักษณะหนึ่งว่า วัดพระธรรมกายทำพระธรรมวินัยให้บริบูรณ์ ทำลายความน่าเชื่อถือของพระไตรปิฎก โดย

พยายามอธิบายชักจูงให้คนทั่วไปเข้าใจว่าบุญมีฐานะดุจสินค้าชนิดหนึ่งและเมื่อทำบุญแล้วจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่าง ๆ ได้อย่างปาฏิหาริย์ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะวัดพระธรรมกายพยายามนำแนวคิดแบบทุนนิยมเข้ามาผสมผสานกับกิจกรรมของวัดและการบริหารองค์กรทำให้วัดพระธรรมกายเกิดความเจริญทางวัตถุอย่างรวดเร็ว แต่ในทางตรงกันข้ามพฤติกรรมลักษณะดังกล่าวนี้กลับสวนทางกับแนวคิดพุทธศาสนาเถรวาทอย่างสิ้นเชิง ซึ่งเน้นความเรียบง่ายและสอดคล้องกับวิถีธรรมชาติ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกายนั้นแม้ว่าจะพบงานวิจัยจำนวนมากทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ แต่ทว่างานวิจัยทั้งหมดล้วนใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่มุ่งอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมเท่านั้นมิได้ใช้ข้อมูลรูปภาษามาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ มีเพียงงานวิจัยของกาญจนา เจริญเกียรติบวร (๒๕๓๓) เพียงเรื่องเดียวเท่านั้นที่ใช้ข้อมูลภาษา แต่ข้อมูลภาษาที่นำมาวิเคราะห์นั้นเป็นวาทกรรมของสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งเสนอมุมมองจากสำนักข่าวภายนอกที่มีต่อวัดพระธรรมกาย ส่วนงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวาทกรรมจากสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เพื่อวิเคราะห์ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่วัดพระธรรมกายประกอบสร้างและผลิตซ้ำผ่านสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กของวัดพระธรรมกาย

๕. ขอบเขตของการศึกษา

บทความวิจัยเรื่องนี้ศึกษาเฉพาะวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” เฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กในวัยเรียน จำนวน ๓ ชุด ได้แก่

- ๑) หนังสือชุดที่มีคำตอบฉบับมินิ
- ๒) หนังสือชุดคำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ)
- ๓) หนังสือเรื่องบ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก

อนึ่งหนังสือที่เป็นข้อมูลวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นได้ทั้งสื่อสำหรับเด็กและสื่อสำหรับผู้ใหญ่ด้วย เพราะมีเนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลสำหรับผู้ใหญ่อยู่บางส่วน แต่ทั้งนี้ก็มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเด็กด้วย ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์การคัดเลือกเฉพาะตัวบทที่เกี่ยวข้องกับเด็กโดยตรงโดยเลือกเฉพาะส่วนที่กล่าวถึงเด็กในฐานะลูกหรือนักเรียนเท่านั้น

๖. ขั้นตอนการวิจัย

๖.๑ ทบทวนแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๖.๒ รวบรวมข้อมูลตัวบทสื่อสำหรับเด็กของวัดพระธรรมกายที่เผยแพร่ในช่องทางสาธารณะเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กและเยาวชนของวัดพระธรรมกายจากการบอกรับเป็นสมาชิกบ้านกัลยาณมิตร และดาวน์โหลดไฟล์รูปเล่มในลักษณะ PDF File จาก E-Book เว็บไซต์ <http://www.kalyanamitra.org/th>. โดยมีข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้ทั้งข้อมูลตัวบท และข้อมูลบริบท มีดังต่อไปนี้

๖.๒.๑ การเก็บข้อมูลตัวบท ได้แก่ วาทกรรมของวัดพระธรรมกายทั้งที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กในวัยเรียน มีเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูล ๒ ประการ

๑) สื่อต้องมีความสม่ำเสมอในการผลิต สื่อประเภทสิ่งพิมพ์จะต้องมีการตีพิมพ์และ/หรือเผยแพร่แบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง มียอดการผลิตคงที่หรือสูงขึ้น หรือมียอดการพิมพ์ตั้งแต่ ๑,๐๐๐ เล่ม/แผ่นขึ้นไป

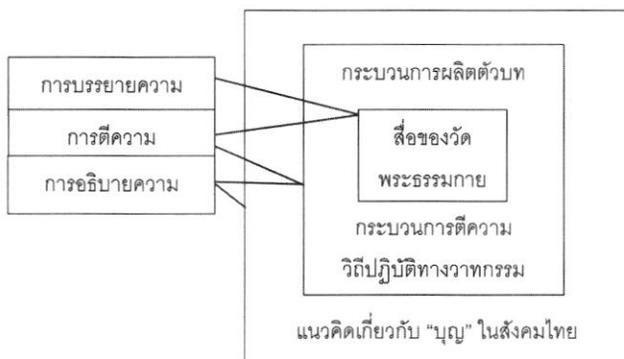
๒) วาทกรรมจะต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย และมีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ปรากฏ

๖.๒.๒ การเก็บข้อมูลบริบท ผู้วิจัยเก็บข้อมูลบริบทจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์

๖.๓ การวิเคราะห์ข้อมูลสื่อของวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยอาศัยแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) เป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้

๑) การวิเคราะห์ตัวบท (Text) ได้แก่ ภาษาพูดและภาษาเขียน ในงานวิจัยนี้ ตัวบท คือ ข้อมูลภาษาที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา ได้แก่ กลวิธีระดับคำศัพท์ วากยสัมพันธ์ อรรถศาสตร์ วัจนปฏิบัติศาสตร์ และปริจเจทวิเคราะห์

๒) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse Practice) ได้แก่ กระบวนการที่ก่อให้เกิดตัวบท วัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ความเป็นมาของผู้ผลิต การกระจายตัวบท และกระบวนการตีความตัวบทของผู้บริโภค โดยอาศัยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ



กรอบการวิเคราะห์วาทกรรมของวัดพระธรรมกายประยุกต์จากกรอบการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995a : 25)

๓) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Practice) ได้แก่ การกำกับทางสังคมที่มีผลต่อกระบวนการผลิตและการตีความวาทกรรม ตลอดจนผลของวาทกรรมที่มีต่อสังคม ในงานวิจัยนี้ วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม คือ บริบททางสังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายปรากฏในสังคม รวมไปถึงปัจจัยอื่น ได้แก่ สภาวะทางเศรษฐกิจ และการขยายตัวของสังคมเมือง

๖.๔ เรียบเรียงและรายงานผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

๗. ผลการศึกษา

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนมีเป้าหมายกลุ่มผู้รับสื่อหลัก คือ กลุ่มเด็กและเยาวชน และมีกลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครองและครู เพราะสื่อสำหรับเด็กของวัดพระธรรมกายมีช่องทางการแพร่กระจายตัวบทที่หลากหลาย ได้แก่ การส่งไปยังห้องสมุดของโรงเรียน และใช้เป็นเอกสารอบรมคุณธรรมให้กับคณะครูและนักเรียน ตลอดจนจัดทำเป็นสื่อสิ่งพิมพ์แบบฟรีดาวน์โหลดผ่านระบบเว็บไซต์ของวัด ซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่าย ทั้งนี้เนื่องจากเด็ก

ในวัยเรียนช่วงชั้นประถมศึกษาบางคนอาจยังอ่านหนังสือไม่ค่อยแตกฉานมากนัก พ่อแม่และครูจึงมีบทบาทในการถ่ายทอดด้วยบทเหล่านี้ไปสู่เด็ก และในขณะเดียวกันพ่อแม่และครูก็กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อไปโดยปริยายอีกด้วย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบอุดมการณ์ที่ปรากฏในสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายประกอบด้วยอุดมการณ์สำคัญ ได้แก่ อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นการปลูกฝังความคิดให้เกิดความเชื่อและความศรัทธาเกี่ยวกับการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เพราะเมื่อเด็กได้รับการปลูกฝังอุดมการณ์ “บุญ” แล้ว ก็จะเชื่อว่า “บุญ” โดยเฉพาะ “บุญที่ทำกับวัดพระธรรมกาย” มีอำนาจพิเศษที่จะบันดาลสมบัติหรือความสุขสบาย ตลอดจนมีพลังในการต่อต้านบาปได้ จากการวิเคราะห์พบชุดความคิดสำคัญ ๓ ชุดความคิด ได้แก่ ชุดความคิดบุญคืออำนาจ ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย และชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์ ดังนี้

๗.๑ ชุดความคิดบุญคืออำนาจ

ชุดความคิดบุญคืออำนาจในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน สื่อความคิดว่า “บุญ” เป็นเครื่องกำหนดความเป็นไปในชีวิต หรืออาจกล่าวได้ว่า “บุญ” สามารถลิขิตชีวิตของมนุษย์ได้ ส่งผลให้วาทกรรม “บุญ” ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีอำนาจเหนือความคิดของผู้บริโภควาทกรรมที่เชื่อว่าชีวิตมนุษย์ถูกกำหนดไว้ก่อนแล้วด้วยอำนาจของบุญ ยิ่งเมื่อมีปรากฏการณ์ความเหลื่อมล้ำทางสังคมทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเชื่อในชุดความคิดนี้ยิ่งขึ้น จากการศึกษาพบกลวิธีทางภาษา ๔ กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การลำดับความแบบเหตุ-ผล การอ้างส่วนใหญ่ และการใช้อุปลักษณ์ ดังนี้

๑) การใช้คำแสดงทัศนภาวะ

คำแสดงทัศนภาวะต้อง จัดอยู่ในกลุ่มมาลาการสัง ซึ่งเน้นให้เห็นการกระทำนั้นเป็นการกระทำที่จำเป็น จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นทัศนภาวะบริพัทธ์ เนื่องจากเป็นกรอบของหน้าที่ที่เด็กควรปฏิบัติ

การบอกให้ทำ	คำกริยาปรากฏร่วมกัน	ผลของการกระทำ	ระดับที่อำนาจ “บุญ” ส่งผล
ต้อง +	รอ ได้รับ ไป สั่งสม ฟื้นฟู	บุญส่งผล ผลดี, ผลชั่ว เกิดใหม่ ได้บุญ/ได้รับบุญ มีศีลธรรม	ตนเอง ตนเอง ตนเอง ครอบครัว ประเทศ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะที่สะท้อนชุดความคิดบุญคืออำนาจพบว่า มีการใช้คำว่า ต้อง เพื่อแสดงให้เห็นการต่อยอดคำกริยาที่ตามหลังเพื่อเน้นย้ำสิ่งที่วัดพระธรรมกายต้องการให้เด็กเข้าใจหรือต้องการให้เด็กกระทำ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๑)

เมื่อเราทำบุญก็**ต้อง**รอระยะเวลาให้บุญส่งผลบ้าง

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๗๔)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า ต้อง อยู่หน้าคำกริยา รอ แสดงให้เห็นการเน้นย้ำความหมายและแสดงให้เห็นว่าการรออำนาจบุญบันดาลจำเป็นต้องรอเวลา

ตัวอย่างที่ (๒)

ในทันทีที่เข้าถูกเรื่องกฎแห่งกรรม จึงเกิดความมั่นใจว่า หากใครทำดี**ต้อง**ได้รับผลดี เป็นความสุข ความเจริญของตนเองจริง ใครทำชั่ว**ต้อง**ได้รับผลชั่วเป็นความทุกข์ความเดือดร้อนของตนเองจริง ไม่มีผิดเพี้ยนเพียงเท่านั้น เชื้อลึงเลสงสัยต่าง ๆ นานา ที่เคยห่อหุ้มใจ ทำให้ไร้เรี่ยวแรงและทอดถอนในการทำความดีมาตลอดชีวิต ก็ถูกทำลายไปอย่างรวดเร็ว ใจก็สว่างไสวและขยายออกไปอีก เบ่งบานทรงพลังเปี่ยมล้นอย่างไม่น่าเชื่อ...ในทันทีที่เข้าใจถูกว่า โลกหน้าคือตัวเรานี้ยัง**ต้อง**ไปมีที่ไป คือตายแล้วไม่สูญยัง**ต้อง**ไปเกิดใหม่อีก ส่วนจะไปเกิดดีร้ายประการใด ก็ขึ้นอยู่กับกรรมใหม่ที่เรากำลังทำอยู่ในขณะในขณะนี้ เป็นตัวบงการหรือลิขิตให้เป็นไป ซึ่งเท่ากับบอกให้รู้ว่า เราสามารถเลือกเกิดได้ในชาติหน้า เพียงเท่านั้น เชื่อ

ประมาทประเภททำอะไรไม่มีแผน ชอบเสี่ยงไปตายเอาดาบหน้า ซึ่งเคย
ห่อหุ้มใจให้มีขอบเขตตลอดมา ก็ถูกทำลายลง ใจก็สว่างไสวและขยายออก
ทันที เกิดวิริยะอุตสาหะที่จะวางแผนให้รัดกุมรอบคอบก่อนลงมือทำงาน
ทุกครั้ง ขณะเดียวกันก็ตั้งใจประกอบคุณงามความดีตลอดไป

(บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก : ออนไลน์, ๗๑-๗๔)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า ต้อง อยู่หน้าคำกริยา ได้รับ และ ไป แสดงให้เห็น
การเน้นย้ำความหมายและแสดงให้เห็นว่าอำนาจบุญบันดาลผลดีหรือชั่วได้ ตลอดจน
ตอกย้ำความคิดเกี่ยวกับชาติหน้าอีกด้วย

ตัวอย่างที่ (๓)

ลูกสาวไม่ค่อยเชื่อฟัง เพราะในอดีตชาติบางครั้งในการทำทาน ลูกก็
ขาดความเคารพ เช่น ไม่ถอดรองเท้าใส่บาตรบ้างและกรรมที่เคยดื้อกับ
พ่อแม่ในอดีตชาติมาในชาตินี้ก็มักจะตามใจลูกสาวมากเกินไปจะ ลูกสาว
จึงดื้อ ๆ หน่อย แต่ว่าลูกสาวเคยเป็นกองเสบียงของหมู่คณะมาแบบตาม
อารมณ์ไม่สม่ำเสมอ ก็ต้องสั่งสมบุญในปัจจุบันให้มาก ๆ เพราะในอดีต
สั่งสมบุญมาน้อย ดังนั้นลูกต้องคอยประดับประดาเขาให้อยู่ในเส้นทาง
บุญให้ได้นะจ๊ะ

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิเล่ม ๔ : ออนไลน์, ๙๘-๙๙)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า ต้อง อยู่หน้าคำกริยา สั่งสม และ ประดับ
ประดา แสดงให้เห็นพฤติกรรมการทำบุญที่ต้องการให้เด็กกระทำ คือ ทำบุญแบบสะสม
และพ่อแม่จำเป็นต้องสนับสนุนให้ลูกทำบุญอยู่เสมอ เพราะบุญมีอำนาจในการเปลี่ยน
นิสัยของเด็กได้

ตัวอย่างที่ (๔)

หากยังปล่อยให้สภาพศีลธรรมของเด็กและเยาวชนอยู่ในภาวะลด
น้อยถอยลง โดยไม่รีบหาหนทางแก้ไขให้ทันกาล ประเทศชาติก็จะประสบ
กับความเดือดร้อนยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่แต่ละประเทศจะต้อง

ฟื้นฟูศีลธรรมของประชาชนในชาติขึ้นมาโดยเร็ว

(บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก : ออนไลน์, ๘)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า ต้อง อยู่หน้าคำกริยา ฟื้นฟู แสดงให้เห็นพฤติกรรมที่ต้องการให้เด็กกระทำ และแสดงให้เห็นว่า “บุญ” สามารถส่งผลในระดับประเทศได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการใช้คำแสดงทัศนภาวะ ต้อง มีลักษณะเป็นวัจนกรรมการสั่ง เพื่อบอกสิ่งที่ต้องการให้เด็กกระทำโดยตรงไปตรงมา ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการสอนเด็กที่ต้องใช้วิธีการบอกโดยตรง เพราะเด็กยังไม่สามารถตีความวัจนกรรมที่ซับซ้อนได้

๒) การลำดับความแบบเหตุ-ผล

กลวิธีการลำดับความแบบเหตุ-ผล ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยหมายถึง ข้อความในตัวบทที่นำเสนอความคิดที่เป็นเหตุเป็นผล โดยอาจจะมีความไวยากรณ์บ่งชี้การเชื่อมความแบบเหตุผลหรือไม่ก็ได้ และอาจจะสลับใจความเหตุหรือผลมาก่อนก็ได้ โดยผู้วิจัยจะพิจารณาจากเนื้อความเป็นสำคัญ

จากการศึกษาพบว่าวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนำเสนอชุดความคิดบุญคืออำนาจด้วยกลวิธีทางภาษาการลำดับความแบบเหตุ-ผล ที่มีความสัมพันธ์กับกลวิธีการใช้คำแสดงทัศนภาวะอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือในขณะที่ตัวบทวาทกรรมปรากฏวิธีการใช้คำแสดงทัศนภาวะเพื่อบอกให้ทำอย่างตรงไปตรงมา ในขณะที่เดียวกันกลวิธีการลำดับความแบบเหตุ-ผล จะสะท้อนความคิดเรื่องอำนาจของบุญที่บันดาลผลให้เห็นอย่างชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๕)

สิ่งที่อยู่เบื้องหลังโชคชะตาคือบุญ ถ้าบุญไม่ถึง...ก็ไปไม่ถึงดวงดาว

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์ : ๗๒)

ตัวอย่างนี้ใช้คำว่า ถ้า และ ก็ เพื่อทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าบุญมีพลังอำนาจและเป็นสาเหตุในการกำหนดโชคชะตาของมนุษย์ ซึ่งผลก็คือผู้ที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายจะมีโชคชะตาที่ดี

ตัวอย่างที่ (๖)

บุญบาปซึ่งชงชวงชงกันส่งผล ถ้าบุญส่งผล... ก็ประสบความสำเร็จในชีวิต และความสำเร็จในชีวิต ถ้าบาปส่งผลก็จะตรงกันข้ามจะมีอุปสรรคของชีวิต บุญบาปมันอยู่ในตัวเรานี่แหละ

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์ : ๘๔)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า ถ้า แสดงผลว่าถ้าทำบุญก็จะส่งผลดีกับชีวิต ซึ่งตรงข้ามกับการทำบาปก็จะส่งผลร้ายต่อชีวิต

ตัวอย่างที่ (๗)

ในช่วงที่บุญเก่าส่งผล บาปยังไม่ได้ชง อะไร ๆ ก็ดีไปหมด เวลาบาปส่งผล แม้เรากำลังทำสิ่งดี ๆ อยู่ก็ตาม แต่เรื่องไม่เป็นเรื่องก็เกิดขึ้นได้ (คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์ : ๘๗)

ตัวอย่างนี้ใช้คำว่า แม้...ก็เพื่อทำให้ผู้บริโศควาทกรรมเข้าใจว่าสาเหตุที่ชีวิตมีความสุขเป็นผลมาจากอำนาจของบุญบันดาล ซึ่งตรงข้ามกับอำนาจของบาปที่บันดาลผลให้เกิดความทุกข์ ดังนั้นหากต้องการมีความสุขตลอดไปก็ต้องเลือกทำบุญอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันมิให้ใช้บุญเก่าจนหมด

ตัวอย่างที่ (๘)

บุญที่เราได้กระทำไว้จะไปตดรอนวิบากกรรม วิบากมาร วิบากกรรม เหล่านั้นก็จะเบาบางเจือจางไป ที่หนักก็เป็นเบา ที่เบา ก็หาย (คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์ : ๘๘)

ตัวอย่างนี้ตัวบททำให้ผู้บริโศควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีพลังอำนาจที่จะต่อสู้กับบาปได้ ซึ่งอำนาจของบุญนั้น มีสาเหตุ คือ ขจัดความทุกข์ได้จึงส่งผลให้ผู้บริโศควาทกรรมไม่ต้องรับผลของบาป (การกระทำชั่ว) ซึ่งในประเด็นนี้ขัดแย้งกับความคิดเรื่องกรรมในพุทธศาสนาที่สอนให้พุทธศาสนิกชนเชื่อในผลของการกระทำหรือกรรม ดังสุภาษิตที่ว่า “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว”

๑๐๒ สุนทรี โชติติติก

นอกจากนี้ด้วยทวาทกรรมยังเสนอความคิดว่าบุญมีอำนาจควบคุมความร้ายของชีวิตมนุษย์ได้อีกด้วย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๙)

เราไม่อาจที่จะห้ามความตายได้ฉันใด บุญที่เราทำในวันนี้ก็ไม่อาจห้ามความร้ายได้ฉันนั้น

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๘๕)

จากตัวอย่างนี้ ด้วยบทชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการทำบุญเป็นสาเหตุของความร้าย (เกิดจากผลของการทำบุญ) ดังนั้นผู้บริโภควาทกรรมจึงสามารถตีความและเข้าใจผู้ที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย “บุญ” นั้นมีอำนาจในการบันดาลทรัพย์สมบัติได้ในชาติปัจจุบัน

ตัวอย่างที่ (๑๐)

จะร้ายหรือยากจน **ขึ้นอยู่กับบุญกุศล**ที่เราได้สร้าง มหาทานบารมีเอาไว้แค่ไหน

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๑๐๘)

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าบุญมีอำนาจในการกำหนดความร้ายใน ชีวิตของมนุษย์ได้ โดยสื่อเน้นทางความคิดว่าหากต้องการรวยมากก็ยิ่งต้องทำบุญให้มาก

ตัวอย่างที่ (๑๑)

การที่ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ แปลว่า **กระแสบุญ**ในตัวของคนในประเทศหย่อน

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๘๗)

ตัวอย่างนี้ด้วยบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการที่ประเทศไทยมีสภาวะ

เศรษฐกิจตกต่ำ มีสาเหตุมาจากประเทศไทยมีปริมาณบุญลดลง ส่งผลให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ จากตัวอย่างนี้ชี้ให้เห็นการครอบงำทางความคิดอย่างมีนัยสำคัญ เพราะทำให้ผู้บริหารโศกนาถกรรมตีความได้ว่า “บุญ” มีอำนาจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชาติได้ ดังนั้นหากต้องการทำให้ตนเองมีสภาพคล่องทางการเงินก็จำเป็นต้องทำบุญให้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีการลำดับความแบบเหตุ-ผลเป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่ชี้ให้เห็นว่า เมื่อทำบุญกับวัดพระธรรมกายแล้ว “บุญ” จะมีอำนาจในการบันดาลผลดีให้กับชีวิตได้ซึ่งสัมพันธ์กับกลวิธีการใช้คำแสดงทัศนภาวะ กล่าวคือเมื่อตัวบทใช้คำแสดงทัศนภาวะ “ต้อง” เพื่อสั่งให้ทำแล้ว เนื้อความส่วนต่อมาในตัวบทจะใช้กลวิธีการลำดับความแบบเหตุ-ผล ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องทำบุญ

๓) การกล่าวอ้าง

การกล่าวอ้าง ในงานวิจัยนี้คือการอ้างถึงคนหมู่มาก จากข้อมูลที่น่ามาวิจัยพบกลวิธีทางภาษานี้เพียงครั้งเดียวแต่ทว่าเป็นกลวิธีที่มีความสำคัญเพราะข้อความในตัวอย่างนี้มีลักษณะเป็นคำขวัญจึงมีการผลิตซ้ำในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนทุกประเภทอยู่บ่อยครั้งโดยใช้คำว่า *ทุกคน* หรือ *ทุก ๆ คน* เพื่อเหมารวมความคิดเกี่ยวกับอำนาจบุญบันดาลที่จะส่งผลดีต่อชีวิต เห็นได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๑๒)

ทุก ๆ คนจะหลุดพ้นจากความยากจนด้วยผลทาน

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,

ออนไลน์ : ๑๐๗)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมใช้กลวิธีการกล่าวอ้างถึงคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยชี้ให้เห็นว่าหากทำทานมากก็จะร่ำรวยมาก ซึ่งเหมารวมความคิดต่อไปได้ว่าการทำงานที่ดีที่สุดก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีการกล่าวอ้างเป็นกลวิธีทางภาษาที่ใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ตลอดจนชี้ให้เห็นว่า “บุญ” จากการทำทานมีอำนาจบันดาลให้เกิดความร่ำรวยได้

๔) การใช้อุปลักษณ์

[การทำบุญ คือ การต่อสู้]

เมื่อพิจารณาลักษณะเด่นทางความหมาย (salient feature) ของแบบเปรียบเทียบที่สื่อชุดความคิดเกี่ยวกับการทำบุญพบว่าถ้อยคำอุปลักษณ์ที่ตัวบทวารสารใช้นั้น มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อชุดความคิดไปยังผู้อ่าน โดยถ้อยคำอุปลักษณ์เหล่านี้ต่างสื่อมโนอุปลักษณ์ร่วมกันว่า การทำบุญ คือ การต่อสู้ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ผลิตวาทกรรมจงใจเลือกใช้อุปลักษณ์ การทำบุญ คือ การต่อสู้ เพื่อสะท้อนให้เห็นคุณลักษณะของบุญที่มีพลังและอำนาจ และสถานะของบุญที่อยู่เหนือบาป กลวิธีทางภาษานี้จะช่วยทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเห็นอำนาจของบุญอย่างเป็นรูปธรรม

ตัวอย่างที่ (๑๓)

บุญช่วยอยู่ตลอดเวลา **ชิงช่วงและช่วงชิงต่อสู้**กันอยู่ระหว่าง
ธรรมะกับอธรรม

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,

ออนไลน์ : ๘๒)

ตัวอย่างนี้ตัวบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีพลังอำนาจ ดังนั้นบุญจึงเป็นสาเหตุให้ผู้ทำบุญได้รับผลดีในชีวิตซึ่งล้วนแล้วเป็นผลลัพธ์ของการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (๑๔)

ชีวิตมนุษย์ไม่แน่นอน **การชิงช่วงช่วงชิง**ของบุญบาป **เกิดขึ้นได้**
ตลอดเวลา

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,

ออนไลน์ : ๙๙)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าตัวบทวาทกรรมสะท้อนความคิดว่าบุญมีอำนาจในการกำหนดความเป็นไปของชีวิต ซึ่งบุญ และบาป จะมีอิทธิพลต่อชีวิตของมนุษย์ในแบบการต่อสู้ชิงช่วงชิงจังหวะในชีวิตโดยบุญจะส่งผลต่อชีวิตในด้านดีส่วนบาปจะส่งผลในด้านร้าย

ตัวอย่างที่ (๑๕)

บุญเท่านั้นจึงจะสู้กับบาปได้ ขจัดบาปได้ ล้างบาปได้ ขจัดมลทิน
ของใจได้ และยังอุทิศไปให้แก่บรรพบุรุษ บุพการี หมู่ญาติของเรา ที่ละ
โลกไปแล้วได้

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๗๖)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่ามีการใช้คำกริยา ทำงาน สู้ ขจัด และล้าง เพื่อแสดง
ให้เห็นสถานะของบุญว่ามีตัวตนเป็นรูปธรรมและมีอำนาจในการต่อต้านบาปได้

[บุญ คือ คน/มนุษย์]

ตัวอย่างที่ (๑๖)

บุญที่เราทำไว้เป็นบ่อเกิดแห่งความสุขและความสำเร็จในชีวิตอย่าง
แน่นอน แต่รอเวลาทำงานอยู่บาปก็เช่นเดียวกัน

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๗๕)

ตัวอย่างนี้ปรากฏคำว่า ทำงาน ในบริบทของคำว่า “บุญ” และ “บาป” ทำให้
ผู้ปริศนาความทงกรรมเข้าใจว่าบุญมีสถานะเหมือนมนุษย์และมีอำนาจบางประการในการ
ขับเคลื่อนความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์

ตัวอย่างที่ (๑๗)

เมื่อบุญยังไม่ส่งผล แต่วิบากกรรมมาตดดรอนก่อน ก็อย่าท้อใจ อย่า
น้อยใจว่า เราทำบุญไว้ตั้งเยอะ บุญไม่เห็นช่วยเราเลย อย่าคิดอย่างนั้น
บุญที่เราทำไม่ได้หายไปไหน กำลังช่วยแก้ไขอยู่ตลอดเวลา ถ้าบาปอกุศล
แรงกล้ามันก็ให้ผลก่อน แต่บุญก็ช่วยผ่อนหนักให้เป็นเบา เขาก็ให้หายไป

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๗๘)

๑๐๖ สุนทรีย ไชติติก

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำกริยาวิเศษณ์ *กำลังช่วยแก้ไข* แสดงให้เห็นสภาวะเหมือนมนุษย์ที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญญา ทำให้เห็นว่าอำนาจของบุญว่าจะสามารถปรับเปลี่ยนอุปสรรคในชีวิตของมนุษย์ได้

ตัวอย่างที่ (๑๘)

เมื่อเราหยุดพักสร้างบุญ บุญก็พักด้วย บาปก็ได้ช่องเสียบเข้ามาทันที จะอดดึงเราไปทำบาปอกุศลต่ออีกมากมาย

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๘๑)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำกริยา *พัก* แสดงให้เห็นว่าสภาวะของบุญมีอำนาจเหนือชีวิตมนุษย์และกำหนดชีวิตมนุษย์ในทางที่ดีได้ โดยหากต้องการให้ชีวิตดีโดยตลอดก็จำเป็นต้องทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างต่อเนื่อง

[บุญ คือ ผู้มีอำนาจ]

ตัวอย่างที่ (๑๙)

มีแต่บุญและบาปเท่านั้นที่ *ครอบครอง* มนุษย์อยู่ ขึ้นอยู่กับว่าชีวิตช่วงนั้นอะไรได้ช่องส่งผลก่อน

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๘๐)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำกริยา *ครอบครอง* เพื่อแสดงให้เห็นผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่า “บุญ” มีอำนาจสูงสุดในการกำหนดความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์ ดังนั้นมนุษย์ควรทำบุญอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะให้อำนาจของบุญดลบันดาลให้เกิดสิ่งดีในชีวิต

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าชุดความคิดบุญคืออำนาจเป็นชุดความคิดที่สะท้อนให้เห็นอำนาจของบุญที่มีผลต่อการกำหนดความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์ ผ่านกลวิธีทางภาษาที่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เริ่มจากการใช้คำแสดงทัศนภาวะ “ต้อง” เพื่อบอกให้ทำอย่างตรงไปตรงมา ต่อมาใช้การลำดับความแบบเหตุ-ผล เพื่อระบุผลของการ

กระทำ จากนั้นใช้การอ้างส่วนใหญ่ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และใช้อุปลักษณ์ เพื่อให้เข้าใจเป็นรูปธรรมทั้งนี้การเลือกใช้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอำนาจของบุญต่อชีวิตมนุษย์ว่า หากผู้บริโภคความทรงธรรมต้องการให้ชีวิตราบรื่นก็จำเป็นต้องทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

อย่างไรก็ตาม อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เป็นอุดมการณ์ที่มีพลังในการหล่อหลอมความเชื่ออันนำไปสู่การฝังรากความศรัทธาตามแนวการสอนของวัดพระธรรมกาย อุดมการณ์นี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างพฤติกรรมการสะสมบุญ เนื่องจากเมื่อเด็กเชื่อในอุดมการณ์ดังกล่าวแล้วก็จะมีชุดความคิดว่าบุญมีอำนาจในการต่อสู้กับบาปได้เหมือนธรรมชาติธรรม และเมื่อมีบุญมากก็จะส่งผลให้ชาติภพหน้าได้รับความสุขสบาย เมื่อความเชื่อดังกล่าวฝังลึกในความคิดก็จะส่งผลให้ผู้รับวาทกรรมเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างสุดกำลังเปรียบเสมือนเป็นการจับจองพื้นที่ความสุขสบายในชาติภพหน้าดังชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย ดังที่จะกล่าวในหัวข้อถัดไป

๗.๒ ชุดความคิด “บุญ” คือสมบัติหลังความตาย

ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนี้เป็นชุดความคิดสำคัญ ซึ่งมักปรากฏในประเภทคำสอนรวมเล่มโดยมักแทรกปนอยู่กับคำสอนที่จริงจังสอนเรื่องอื่น เช่น เรื่องการทำทาน การรักษาศีลและการภาวนา เป็นต้น แต่ก็มีบทแทรกเรื่องเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายในดับทวนั้นด้วย จากการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย ๓ กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การลำดับความแบบเหตุ-ผล และการอ้างส่วนใหญ่ ดังนี้

๑) การใช้คำแสดงทัศนภาวะ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะเป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคความทรงธรรมเข้าใจว่าการทำบุญเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ได้รับผลดีบางประการเป็นการตอบแทนและที่สำคัญที่สุดดับทวนทำให้เข้าใจว่าการทำบุญเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำด้วยตนเอง เพราะถ้าทำบุญก็จะได้รับผลบุญดี แต่ถ้าไม่ทำบุญก็จะได้ผลอะไรเลยซึ่งมีความหมายแสดงความหมายที่ต้องการให้ทำบุญอย่างเดียว จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำว่า ต้อง เพื่อแสดงสิ่งที่จำเป็นต้องทำ โดยแสดงความหมายให้เข้าใจว่าถ้าทำบุญมากก็มีชีวิตหลังความตายที่สุขสบาย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

การบอกให้ทำ	คำกริยาปรากฏร่วมกัน	ผลของการกระทำ
ต้อง	ทำ หมั่น สั่งสม } บุญ	ความสุขในสวรรค์

ตัวอย่างที่ (๒๐)

เรื่องบุญ**ต้อง**ทำไว้ถ้าตายแล้วบุญก็เจ้ากันไป แต่ถ้าเกิดตายแล้วไม่บุญเราจะมีความสุขในสุคติโลกสวรรค์

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึง,
ออนไลน์ : ๘๘)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า **ต้อง** แสดงให้เห็นการบอกให้ทำ “บุญ” ในชาตินี้ เพราะบุญจะสามารถส่งผลให้ชีวิตหลังความตายที่มีความสุข

ตัวอย่างที่ (๒๑)

ถ้าปรารถนาให้กรรมเบาบาง **ต้องหมั่นสั่งสมบุญ** ทำทาน รักษาศีล เจริญภาวนา อุทิศส่วนบุญให้กับทุก ๆ ชีวิตที่เราเคยไปล่วงเกินเอาไว้เมื่อละโลกแล้วสิ่งที่เรากระทำไว้จะเป็นประดุจเงาติดตามตัว ถ้าสิ่งที่ทำนั้นเป็นบุญ เป็นความดี วิชาอกก็เป็นสุข ความบันเทิงในสุคติโลกสวรรค์

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึง,
ออนไลน์ : ๑๙๕)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า **ต้อง** แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตในปัจจุบันกับชีวิตหลังความตาย ซึ่งทำให้เข้าใจได้ว่าการทำบุญในชาติปัจจุบันเป็นการสะสมทรัพย์ในโลกหลังความตาย อีกทั้งบุญยังสามารถลดทอนวิบากกรรมได้อีกด้วย

๒) การลำดับความแบบเหตุ-ผล

ตัวอย่างที่ (๒๒)

เมื่อเราอยู่โลกสวรรค์ ถ้าเราทำบุญมาน้อยรัศมีของเราก็**น้อยบริวาร**ของเราก็**น้อยวิมาน**ของเราก็**น้อย** ตอนนั้นจะมานี่**น้อยเนื้อต่ำใจ**ว่า ฐั

อย่างนี้...ทำบุญให้เต็มที่ก็ดี เราไม่ควรจะมีชีวิตอย่างนั้น

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึง,

ออนไลน์ : ๙๒)

ตัวอย่างนี้ใช้การลำดับความแบบเหตุ-ผล เพื่อให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีปริมาณ กล่าวคือ ในพื้นที่ชีวิตหลังความตายผู้ที่มีบุญน้อยก็จะได้รับความสะดวกสบายน้อย ตรงข้ามกับผู้ที่มีบุญมากก็จะได้รับความสะดวกสบายมาก ดังนั้นจากตัวอย่างจึงเป็นการวางเงื่อนไขให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าต้องสะสมบุญไว้มาก ๆ เพื่อที่จะทำให้ชีวิตหลังความตายได้รับความสุขสะดวกสบายมากที่สุด

ตัวอย่างที่ (๒๓)

บุญที่เราทำตอนมีชีวิตอยู่จะเป็นที่พึงในปรโลกจะทำให้เราไปเกิดอยู่

ในภาวะที่สูงส่งในสุคติโลกสวรรค์

(คำไม่เลิกของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึง,

ออนไลน์ : ๒๑๓)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า ทำให้ แสดงให้เข้าใจว่าผลของบุญทำให้ชีวิตหลังความตายมีความสุข และหากพิจารณาคำว่า สูงส่ง จะเห็นได้ว่าเป็นการตอกย้ำความคิดเกี่ยวกับ**ชนชั้น**ด้วย

๓) การกล่าวอ้าง

การอ้างส่วนใหญ่เป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญเนื่องจากสะท้อนให้เข้าใจว่าความคิดนั้นเป็นที่ยอมรับของสมาชิกส่วนใหญ่ในกลุ่ม จากการศึกษาพบว่าการอ้างส่วนใหญ่ในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนพบคำว่า *เขา* ที่เหมารวมความคิดว่าในชีวิตหลังความตายหน่วยวัดชนชั้นนั้นจะวัดกันด้วย “บุญ” แม้ว่าจากข้อมูลจะพบคำว่า *เขา* เพียงคำเดียวแต่คำนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากบ่งชี้ความเป็นพหุพจน์ ทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจและคล้อยตามว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้อาจได้รับความสุขในชีวิตหลังความตายก็คือปริมาณ “บุญ” เท่านั้นเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๒๔)

ชีวิตในสุคติโลกสวรรค์ เขาวัดกันด้วยกำลังบุญเป็นอยู่ได้ด้วยบุญ
(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๒๐๙)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า เขา เพื่อแนะนำความให้เข้าใจว่าในสวรรค์ใช้หน่วยวัด **ชนชั้น** ทางสังคมจาก “บุญ” ซึ่งแสดงให้เห็นเข้าใจว่าคนที่มีบุญมากก็จะมีชีวิตหลังความตายที่ดีกว่าคนที่บุญน้อย จากตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทำให้ผู้บริโภควาทกรรมดีความและเข้าใจได้ว่า การที่จะทำให้มีบุญมากได้นั้นในตอนที่ยังมีชีวิตอยู่ก็ต้องเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายจึงจะดีที่สุด

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายเป็นการปูพื้นฐานทางความคิดเกี่ยวกับการสะสมบุญเพื่อให้มีชีวิตในสัมปรายภพที่สุขสบาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การเลือกทำบุญของเด็กและเยาวชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ด้วยว่าจะเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายด้วยความเชื่อว่าเป็นการสะสมสมบัติไว้ใช้ในชีวิตหลังความตายซึ่งบ่งชี้ให้เข้าใจว่าการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นการทำบุญที่คุ้มค่าและจะส่งผลดีกับผู้ที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างแน่นอน

๗.๓ ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึ่งประสงค์

ชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึ่งประสงค์” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นอุดมการณ์สำคัญที่เป็นผลมาจากอุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายดังที่กล่าวในข้างต้น เมื่ออุดมการณ์ดังกล่าว ช่วยเตรียมเด็กให้พร้อมศรัทธาคำสอนเกี่ยวกับ “บุญ” แล้วจะส่งผลให้เด็กมีลักษณะหัวอ่อนและใฝ่มน้าวได้ง่าย จากนั้นตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะสอดแทรกชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึ่งประสงค์ ผ่านกลวิธีทางภาษาในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพบกลวิธีทางภาษาที่สำคัญ ๔ กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้อุปลักษณ์ และการใช้กลวิธีการบุฉาบ-วิเศษนาดังนี้

๑) การเลือกใช้คำศัพท์

การเลือกใช้คำศัพท์ที่แสดงคุณลักษณะอันพึงประสงค์เกี่ยวกับพฤติกรรม การ

ทำบุญ มักปรากฏในสื่อประเภทหนังสือรวมคำสอน ซึ่งจะมีข้อความขนาดสั้นโดยจะกล่าวถึงแนวทางหรือผลที่ได้จากการทำบุญอย่างตรงไปตรงมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๒๕)

บุญทำให้เราถึงพร้อมด้วยรูปสมบัติ ทรัพย์สมบัติ คุณสมบัติ มี
เหตุการณ์ดี สมองแจ่มใส ความคิดอ่านดี ภาดการณอะไรต่าง ๆ ได้ดี
และถูกต้องเสียด้วย

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
ออนไลน์ : ๖๕)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำศัพท์เพื่อแสดงให้เห็นผลที่ได้จากการทำบุญ เช่น สมองแจ่มใส ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ทุกคนพึงปรารถนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อยู่ในวัยเรียน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าตัวบทดังกล่าวนี้เป็นการปลูกฝังคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในระดับที่ลึกกว่าคุณธรรมพื้นฐาน ซึ่งเป็นส่วนที่เริ่มโน้มน้าวใจผู้บริโภคความทรมมาให้ทำบุญกับวัดพระธรรมกาย แต่ที่สำคัญที่สุด คือ ตัวบททำให้ผู้บริโภคความทรมามีสติความ และเข้าใจว่า วิธีการทำบุญที่ชาญฉลาดที่สุดและคุ้มค่าที่สุด คือ การทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เนื่องจากจะได้ผลลัพท์ทั้งสมบัติ ๓ ประการ ได้แก่ ๑) รูปสมบัติ ๒) ทรัพย์สมบัติ ๓) คุณสมบัติ และได้ปัญญาอีกด้วย

๒) การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้นสื่อความหมายอย่างตรงไปตรงมา จากการศึกษาพบว่ามีการใช้ทัศนภาวะในลักษณะของ มาลาแสดงการสั่ง คือ การใช้คำไวยากรณ์แสดงการสั่ง ได้แก่ ต้อง เพื่อสั่งสอนให้ผู้บริโภคความทรมายอมรับชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๒๖)

เวลาครูบาอาจารย์ถ่ายทอดความรู้ และความดีให้ลูกศิษย์ เขาจึง
ยึดหลักว่า ความดีหรือศีลธรรมต้องนำหน้า วิชาการต้องตามหลัง นั่นคือ
อบรมศีลธรรมนำหน้าไปก่อน

(บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก, ออนไลน์ : ๔๖-๔๗)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ ต้อง เพื่อแสดง การสั่งสอนให้เชื่อมั่นในการทำความดีซึ่งก็คือการทำบุญ และตอกย้ำให้หมั่นทำความดี อยู่เสมอ การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนี้ แม้ว่าคำไวยากรณ์จะไม่หลากหลาย แต่คำว่า ต้อง ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นคำที่มีความสำคัญ และสอดคล้องกับบริบทวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนอย่างมาก เนื่องจากการ ปลุกฝังชุดความคิดให้กลุ่มเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องใช้วิธีการสั่งสอนอย่างตรงไป ตรงมา ทั้งนี้เพราะประสบการณ์ในการตีความทางภาษาของกลุ่มผู้บริโภควาทกรรมยังมี น้อยหากใช้วิธีการสอนโดยอ้อมอาจจะไม่บรรลุวัตถุประสงค์เท่าที่ผู้ผลิตวาทกรรมต้องการ

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนพบว่า มีการใช้คำว่า ถ้า แสดงเงื่อนไขที่พึงปฏิบัติในการทำบุญและเชื่อในบุญ การแสดง เงื่อนไขที่ปรากฏในวาทกรรมเป็นเงื่อนไขที่ไม่ซับซ้อน และเสนอวิธีการและข้อควรปฏิบัติ อย่างตรงไปตรงมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๒๓)

ถ้าจะเป็นบุญ ต้องทำให้อุณหภูมิลดลง เขามาทำบุญกับเพื่อนบุญ
ถวายกับพระหรือสงเคราะห์โลก ให้กับคนยากจนขัดสนอย่างนี้จึงจะได้บุญ
(ที่มีคำตอบฉบับมินิ เล่ม ๘, ออนไลน์ : ๑๔-๑๕)

จากตัวอย่างด้านบนแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์ มีวิธีการที่ต้อง คือ การเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เนื่องจากหากเลือกทำบุญกับ ที่อื่นอาจเป็นการทำบุญไม่ถูกหลักวิชา ดังนั้นวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์คือการทำบุญกับ วัดพระธรรมกายเท่านั้น

ตัวอย่างที่ (๒๔)

“เราไม่ศึกษาเรื่องราวกฎแห่งกรรมไม่ได้ กฎแห่งกรรมไม่ใช่เรื่อง
ไกลตัวไม่ใช่เรื่องใกล้ตัวแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับตัว เมื่อเราศึกษา เราได้แล้ว เรา
ไม่เชื่อก็ได้แต่ถ้าเชื่อเราก็จะได้ระดับรางวัลตัวเองจะได้เลือกทำแต่กรรมที่
ดี ๆ สมมติคนรกราศรรค์ไม่มีจริงก็เจ้ากันไป แต่ถ้ามี ก็มีแต่ เจ็บ กับ เจ็บ”

(ที่มีคำตอบฉบับมินิ เล่มที่ ๑, ออนไลน์ : ๑๓)

จากตัวอย่างตัวบทแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคความทรรรมเข้าใจว่าวิธีการทำบุญที่ถูกต้องนั้น ก็คือต้องเชื่อตามหลักกฎแห่งกรรมตามแนวทางการสั่งสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งหากพิจารณาหลาย ๆ ตัวอย่างที่กล่าวมาแล้วในช่วงต้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการสอนเรื่องกฎแห่งกรรมตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย ก็คือการสอนให้เชื่อในเรื่อง “บุญ” และอำนาจของ “บุญ” ดังนั้นจึงส่งผลต่อการปลูกฝังชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ผู้ทำบุญจำเป็นต้องศรัทธาและเชื่อในอานิสงส์หรืออานุภาพของบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย โดยเชื่อว่า การทำบุญมีวิธีการที่ถูกต้องและจำเป็นต้องเลือกทำกับเนื่อนานบุญนั้นก็คือวัดพระธรรมกายนั่นเอง

นัยสำคัญของกลวิธีนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคความทรรรมมีสิทธิ์เลือกที่จะทำตามหรือไม่ก็ได้ แต่ในวาทกรรมนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการทำบุญเป็นเงื่อนไขที่สังคมยอมรับว่าควรปฏิบัติ ดังนั้นผู้บริโภคความทรรรมจึงไม่อาจปฏิเสธบรรทัดฐานทางสังคมในข้อนี้และเลือกตามรับและปฏิบัติตามวาทกรรมในที่สุด

๓) การใช้อุปลักษณ์

การใช้อุปลักษณ์ในวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จากการศึกษาค้นพบการใช้อุปลักษณ์ ๒ ประการ ได้แก่ [การทำบุญ คือ การปลูกพืช] และ [บุญ คือ น้ำ] กลวิธีทางภาษาดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” อย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

๑) การปลูกพืช มีนัยสำคัญซ่อนอยู่สองประการคือ ประการแรก การปลูกพืชหมายถึงการปลูกฝังอุดมการณ์ในตัวเด็กที่ต้องค่อย ๆ หล่อหลอมให้เจริญเติบโตขึ้นทีละเล็กทีละน้อยจนกระทั่งชุดความคิดนั้นฝังแน่นแข็งแรงเหมือนต้นไม้ที่เจริญเติบโต ประการที่สอง การปลูกพืชหมายถึงวิธีการทำบุญของเด็กที่พึงประสงค์ คือ ต้องค่อย ๆ ทำจากน้อย ๆ แล้วค่อยเพิ่มมากขึ้นตามการเจริญเติบโต อีกทั้งต้องทำอย่างสม่ำเสมอเหมือนการปลูกพืชที่ต้องรดน้ำ พรวนดิน และใส่ปุ๋ยอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผลผลิตงอกงาม เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

[การทำบุญ คือ การปลูกพืช]

ตัวอย่างที่ (๒๙)

เมื่อต้นกล้าอ่อน ๆ แห่งการให้ถูกปลูกขึ้นแล้ว... มันจะค่อย ๆ

เจริญเติบโต เมื่อเราห่มันรดน้ำ **พรวนดิน ใส่ปุ๋ย** ด้วยการให้เพิ่มขึ้นไปเรื่อย ๆ จนต้นกล้าเล็ก ๆ ก็จะเป็นต้นไม้ใหญ่

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
อนันโลไนร์ : ๑๑๕)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการนำคำที่มีวงความหมายเกี่ยวข้องกับการปลูกพืช เช่น ใส่ปุ๋ย รดน้ำ พรวนดิน ต้นกล้า ต้นไม้ใหญ่ มาเปรียบเทียบกับ การทำความดี ด้วยการให้ เพื่อชี้ให้เห็นว่าการทำบุญซึ่งหมายถึงการทำความดีนั้น จำเป็นจะต้องค่อย ๆ ปลูกฝังชุดความคิดทางความคิดและห่มันดูแลให้เจริญเติบโตเหมือนกับการปลูกต้นไม้ที่ค่อยดูแลกล้าให้เติบโตเป็นต้นไม้ใหญ่ อุปลักษณะนี้ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากสอดคล้องกับบริบทการผลิตวาทกรรมเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งมีลักษณะในการค่อย ๆ ปลูกฝังความคิดให้เด็กและเยาวชนทีละน้อยก่อนที่จะเติบโตเป็นชาวธรรมกายที่มีวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์ต่อไปในอนาคต

๒) น้ำ เป็นอีกอุปลักษณะหนึ่งที่มีความสำคัญที่สะท้อนให้เห็นการปลูกฝังชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” กล่าวคือ คุณลักษณะของน้ำที่การไหลอย่างไม่ขาดสาย เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับวิธีการทำบุญ จะทำให้ผู้บริโภควาทกรรมตีความและเข้าใจว่าวิธีการทำบุญที่เหมาะสมควรทำบุญอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสาย เพื่อให้กระแสของบุญหลังไหลเข้าสู่ตนเอง อันนำไปสู่วิธีการทำบุญแบบสะสมและต่อเนื่อง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

[บุญ คือ น้ำ]

ตัวอย่างที่ (๓๐)

เมื่อระลึกรู้ถึง **ความดี กระแสธารแห่งบุญก็จะไหลผ่านใจ** ขจัดสิ่งที่เป็นมลทินในใจ **ความเศร้า ซึม เศ็ง เศียด เบื่อ กลุ่ม อะไรต่าง ๆ** ก็จะหมดสิ้นไป

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง,
อนันโลไนร์ : ๖๙)

ตัวอย่างนี้มีการใช้วงคำศัพท์เกี่ยวกับน้ำเพื่อเปรียบเทียบลักษณะของบุญซึ่งอุปลักษณะดังกล่าวนี้พบได้ทั่วไปในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย นอกจากนี้จากกล่าวได้ว่าเป็นอุปลักษณะทั่วไปของบุญกระแสหลักในสังคมไทยด้วย เนื่องจากในบริบทพุทธศาสนามักใช้อุปลักษณะเพื่อแสดงให้เห็นว่า “บุญมีลักษณะเป็นกระแส” ที่ไหลไปสู่ผู้ทำบุญได้อยู่เสมอแต่สิ่งที่สำคัญที่สุดจากตัวบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจได้ว่ากระแสบุญจะสามารถช่วยขจัดความทุกข์ในจิตใจได้ อันนำไปสู่วิธีการทำบุญแบบสะสมและมีพฤติกรรมการทำบุญอย่างต่อเนื่องกับวัดพระธรรมกาย กลวิธีการใช้อุปลักษณะผู้ผลิตวาทกรรมจงใจใช้รูปภาพที่ส่งผลต่อความคิดที่แฝงอยู่เบื้องหลังวาทกรรม ทั้งนี้จะเห็นว่าการปลุกพีช หรือนำล้นเป็นธรรมชาติที่ธรรมเนียม การใช้รูปภาพดังกล่าวจึงทำให้วาทกรรมได้รับการยอมรับได้ง่ายขึ้น

๔. การใช้กลวิธีการปลุกพีช-วิชันนา

การใช้กลวิธีการปลุกพีช-วิชันนา หรือการถาม-ตอบ เป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญ กลวิธีหนึ่ง que แสดงให้เห็นวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์อย่างชัดเจน เนื่องจากการตั้งคำถามแล้วมีการตอบคำถามนั้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตวาทกรรมอธิบายวิธีการทำบุญได้อย่างเต็มที่ โดยตัวอย่างที่จะนำมากล่าวต่อไปนี้ตัวบทสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย แม้ว่าตัวบทจะระบุว่าเป็นสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนแต่แท้จริงแล้วพ่อแม่ก็เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ผลิตวาทกรรมด้วย ทั้งนี้เนื่องจากในสังคมไทยพ่อแม่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้เลือกสื่อสำหรับบุตรหลาน และหากสื่อที่สนองตอบความต้องการหรือตอบคำถามในจิตใจของพ่อแม่หรือผู้ปกครองได้ด้วย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (๓๑)

ทำไมมีลูกคือ ลูกกับลูกสาวเคยทำกรรมอะไรมา ลูกสาวจึงไม่ค่อย
เคารพเชื่อฟัง และจะแก้ไขอย่างไรคะ

คุณครูไม่ใหญ่

ลูกสาวขาดความเคารพ เพราะในอดีตชาติ ลูกทำทานด้วยความ
ไม่เคารพ ทำด้วยความกระด้าง รวมทั้งในชาตินี้ต้องระหกระเหินจากกันไป
จึงทำให้ไม่คุ้นเคยกัน ต่อจากนี้ไป ให้หมั่นทำทานด้วยความเคารพ
บ่อย ๆ และอย่าเสียดายภายหลัง แล้วให้นึกถึงบุญ อธิษฐานจิตให้

ลูกสาวมีจิตใจอ่อนโยนเคารพเชื่อฟัง

(ที่มีคำตอบฉบับมินิ เล่มที่ ๑๒, ออนไลน์ : ๒๒)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวบทเป็นข้อซักถามจากพ่อแม่ที่ส่งมาถามการแก้ไข ปัญหาลูกมีนิสัยดื้อรั้น จากนั้นพระเทพญาณมหาโมณี (หลวงพ่อธรรมชโย) เป็นผู้ตอบ คำถาม โดยชี้สิ่งที่เด็กควรทำดังจะเห็นได้จากคำที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ได้แก่ หมั่น บ่อย และอย่าเสียดาย ส่วนสำคัญของรูปภาพทั้งหมดจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมนำ เสนอชุดความคิดว่าเด็กดีต้องเชื่อฟังพ่อแม่ โดยวิธีการที่ทำให้ลูกเชื่อฟังคือการทำบุญกับ วัดพระธรรมกายอย่างไม่รู้สึกละอาย

ตัวอย่างนี้สะท้อนให้เห็นว่าแท้จริงแล้วอำนาจในการตัดสินใจว่าเด็กนั้นเชื่อฟังหรือ ดื้อรั้นมาจากทัศนคติของผู้ใหญ่โดยเฉพาะอย่างยิ่งพ่อแม่และผู้ปกครอง อย่างไรก็ตาม จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมกำลังใช้ตัวบทเป็นเครื่องมือในการครอบงำทาง ความคิด (manipulate) ให้เชื่อว่าวิธีการแก้ปัญหาที่ถูกต้อก็คือการเลือกทำบุญกับวัด พระธรรมกาย และยังทำให้ผู้บริโภควาทกรรมตีความและเข้าใจว่าบุญมีอำนาจในการ ดลบันดาลทุกสิ่งซึ่งรวมถึงบุญสามารถเปลี่ยนนิสัยได้ด้วย ซึ่งแท้จริงแล้วการเปลี่ยนแปลง นิสัยต้องอาศัยวิธีการอบรมสั่งสอนมิใช่วิธีการอธิฐานจิต

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์ “บุญ” ใน วาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีกลวิธีทางภาษาสำคัญ ๔ กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การลำดับความแบบเหตุ-ผล การอ้างส่วนใหญ่ และการใช้ อุปลักษณ์ เพื่อหลอหลอมพฤติกรรมกรรมการทำบุญที่พึงประสงค์โดยตรง โดยเริ่มจาก ๑) การใช้คำแสดงทัศนภาวะ โดยเฉพาะการเลือกใช้คำว่า “ต้อง” + “คำกริยาที่พึง ประสงค์” เพื่อบอกสิ่งที่ต้องการให้เด็กทำอย่างตรงไปตรงมา ๒) การลำดับความแบบ เหตุ-ผล เพื่อชี้ให้เห็นผลดีที่ได้รับจากการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ๓) การอ้าง ส่วนใหญ่ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการเลือกทำบุญ กับวัดพระธรรมกายเป็นเรื่องปกติที่ใคร ๆ ก็ทำกัน และ ๔) การใช้อุปลักษณ์ เพื่อเสริม ความเข้าใจเกี่ยวกับอานุภาพของบุญอย่างเป็นรูปธรรม

อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย อาจกล่าว ได้ว่าแท้จริงแล้ววาทกรรมนี้พ่อแม่ ผู้ปกครองเป็นผู้ถูกครอบงำด้วยวาทกรรมก่อนแล้วจึง

ส่งต่อการครอบงำนี้สูบุตรหลาน เพราะพ่อแม่ ผู้ปกครองมีอำนาจในการเลือกสื่อและส่งให้บุตรหลานเป็นผู้บริโภค จึงอาจกล่าวได้ว่าวาทกรรมนี้เป็นวิธีการกำหนดพฤติกรรมและหล่อหลอมให้เด็กกลายเป็นสมาชิกของวัดพระธรรมกายอย่างถาวร ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าตัวบทวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เด็กมีความใกล้ชิดกับวัดพระธรรมกาย และเมื่อมีกิจกรรมงานบุญเด็กจะนึกถึงการทำบุญกับวัดพระธรรมกายจนกระทั่งเมื่อเด็กโตขึ้นก็จะเป็นสมาชิกผู้ศรัทธาที่เหนียวแน่นของวัดพระธรรมกายในที่สุด

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าอุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มุ่งปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และความศรัทธาใน “บุญ” ตามแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย ดังนั้นวาทกรรมเหล่านี้จึงสามารถแทรกซึมและแพร่กระจายไปสู่สังคมได้ง่ายอย่างกว้างขวาง การที่วาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนออุดมการณ์ผ่านชุดความคิดเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการสร้างความคุ้นเคยระหว่างเด็กกับสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เมื่อเด็กได้รับสื่อบ่อยมากยิ่งขึ้นเท่าใดก็มีโอกาสที่จะเปิดรับอุดมการณ์ที่สอดแทรกผ่านสื่อได้มากขึ้นเท่านั้น

หากพิจารณาชุดความคิดทั้งหมดที่ปรากฏในอุดมการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าการหล่อหลอมให้เด็กมีสถานะเป็นผู้ยอมรับและเชื่อฟัง อันนำไปสู่การโน้มน้าวและชี้แนะทางความคิดได้ง่าย เมื่อเด็กเชื่อฟังและปฏิบัติตามเป็นสมาชิกที่พึงประสงค์อย่างเคร่งครัดก็มีโอกาสที่เด็กจะปฏิบัติตามคำสอนที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

อุดมการณ์ที่สื่อและผลิตโดยวัดพระธรรมกายตามมุมมองเชิงวิพากษ์

ชุดความคิดสำคัญในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่าผลของอุดมการณ์สามารถปลูกฝังความคิดเกี่ยวกับการทำบุญใน ๒ ระดับ กล่าวคือ ประการแรก อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มุ่งปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และความศรัทธาเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งสื่อสำหรับเด็กสามารถหล่อหลอมความคิดให้เด็กศรัทธาเรื่อง “บุญ” และ “อานิสงส์ของบุญ” สื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้รับการสนับสนุนและยอมรับจากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง เพราะความคิดเหล่านี้ไม่ขัดกับแนวทางการทำบุญในบริบทพุทธศาสนาทั่วไปในสังคมไทย และอาจสอดคล้องกับอุดมการณ์ในสังคมไทยได้เป็นอย่างดีอีกด้วย อุดมการณ์นี้ตอกย้ำให้เด็กเข้าใจและเชื่อว่าบุญมีอำนาจ

๑๑๘ สุนทรียะ ไชยติติก

ต่อสู้กับบาปได้ และเมื่อมีบุญมากชีวิตหลังความตายก็จะมีความสุข

ประการที่สอง ชุตตความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” เป็นการกำหนดพฤติกรรมการทำบุญแบบสะสม โดยเชื่อว่ามียุทธวิธีการทำบุญที่ถูกต้องและได้รับผลคุ้มค่ากว่าการทำบุญที่อื่น บุญที่เด็กเลือกสะสมนั้นคือการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย และเมื่อเด็กเหล่านี้โตขึ้นก็จะกลายเป็นการสืบทอดผู้ศรัทธาที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างเหนียวแน่น เพราะได้รับการปลูกฝังผ่านวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กตั้งแต่วัยเยาว์

ดังนั้นจากที่กล่าวมาทำให้เห็นได้ว่าวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีกระบวนการต่อยอดทางความคิดด้วยการสร้างเด็กดีที่พึงประสงค์ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันยังสร้างพุทธสาวกตามแนวทางของวัดพระธรรมกายในอนาคตอีกด้วย

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาผลของอุดมการณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าการหล่อหลอมให้สะสมบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนั้นมิได้เป็นไปเพื่อการสละเพื่อตัดกิเลสและตัดความตระหนี่ในจิตใจตนเอง แต่กลับเป็นการเพิ่มความตระหนี่ในใจผู้รับวาทกรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการขบขัน “สังโยชน์” หมายถึง “ธรรมที่มีจิตใจสัตว์ไว้กับทุกข์” (พระเทพเวที, ๒๕๓๓ : ๓๑๕) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการร้อยรัดกิเลสไว้ในใจมนุษย์ ซึ่งสามารถจำแนกการวิเคราะห์ได้ ๓ ประการ ดังนี้

ประการแรก การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแสดงให้เห็นการมี “สักกายทิฎฐิ” หมายถึง “ความเห็นว่าเป็นตัวของตน” (พระเทพเวที, ๒๕๓๓ : ๓๐๘) หากพิจารณาแนวทางการทำบุญของวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าการสอนให้เข้าใจว่าการทำบุญเป็นเรื่องสำคัญ หากอยากได้บุญมากต้องเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เพราะมีสายปฐนียาจารย์ ได้แก่ พระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) มหารัตนอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง หรือแม่กระซังตัวตนของพระธรรมกาย เป็นผู้สวดสองคัมภีร์ให้ ซึ่งจะทำให้ผู้รับวาทกรรมเข้าใจว่าการร่วมบุญกับวัดพระธรรมกายมีความพิเศษและเป็นการยืนยันการมีอยู่ของตัวตนของชีวิตหลังความตายในฐานะวิญญานศักดิ์สิทธิ์อีกด้วย

ประการที่สอง การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแสดงให้เห็นการมี “วิภิจฉา” หมายถึง “ความสงสัย, ความเคลือบแคลงในกุศลธรรมทั้งหลาย” (พระเทพ

เวที, ๒๕๓๓ : ๒๗๒) หากพิจารณาการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายจะเห็นว่ามุ่งเน้นการอธิษฐานขออานิสงส์จากบุญเพื่อขอให้ตนเองได้รับสิ่งที่ปรารถนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้รับวาทกรรมมิได้เชื่อมั่นในกำลังความสามารถและกำลังสติปัญญาของตนแต่กลับยึดถือว่า “บุญ” เป็นเครื่องกำหนดความเป็นไปในชีวิต ดังนั้น “บุญ” จึงเป็นเสมือนอำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่ดลบันดาลให้ผู้ทำได้ผลในสิ่งที่ตนปรารถนา ซึ่งแท้จริงแล้วการทำบุญมิได้มีจุดมุ่งหมายเช่นนี้และที่สำคัญที่สุดผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายจะถูกปลูกฝังให้มีความลังเล สงสัยในการทำบุญตามแบบพุทธศาสนาทั่วไป เพราะกลัวว่าถ้าทำบุญกับวัดอื่นหรือทำบุญแบบอื่นอาจจะไม่ได้บุญคุ้มค่าเท่ากับที่ทำกับวัดพระธรรมกาย จนกระทั่งวัดพระธรรมกายมีสถานะกลายเป็นวัดที่ผูกขาดบุญในที่สุด

ประการสุดท้าย การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแสดงให้เห็นการมี “ศีลพรตปราชมาส” หมายถึง “การถือศีลพรตโดยสักว่าทำตาม ๆ กันไปอย่างมงาย” (พระเทพเวที, ๒๕๓๓ : ๓๔๒) จากการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่ามุ่งเน้นให้ผู้รับวาทกรรมแต่งกายเหมือนกันด้วยชุดขาว เข้าปฏิบัติธรรมตามกันอย่างเป็นระเบียบเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานบุญที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้น ซึ่งมีผู้เข้าร่วมพิธีจำนวนมาก โดยเชื่อว่าบุญที่ได้รับจะส่งอานิสงส์เป็นผลดีกับชีวิตตนเอง ปัจจัยด้านจำนวนมวลชนดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สามารถเผยแพร่แนวคิดเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายได้อย่างกว้างขวาง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า วาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น ส่วนหนึ่งสอดคล้องกับแนวทางการทำบุญในพุทธศาสนา ได้แก่ การให้ทาน การบริจาค แต่วาทกรรมอีกส่วนหนึ่งกลับไม่สอดคล้องกับปรัชญาการทำบุญ เพราะมุ่งให้ผู้บริโภควาทกรรมเลือกทำบุญแบบชวนชววยเพื่อสะสมบุญตามแนวการสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งมีใช้หนทางการดับทุกข์ที่แท้จริง

๘. สรุปและอภิปรายผล

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า วาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายถูกนำเสนออยู่ในรูปแบบสื่อธรรมะสีขาวที่มีการแพร่กระจายในสังคมอย่างกว้างขวางในระดับหนึ่งผ่านช่องทางสื่อของวัดพระธรรมกาย อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภควาท

กรรมก็ได้จำกัดอยู่เพียงกลุ่มเด็กและเยาวชนเท่านั้น ครูหรือพ่อแม่ผู้ปกครองก็เป็นกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคความทรงกรมไปด้วยในฐานะผู้มีอำนาจในการเลือกซื้อสำหรับเด็ก วาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเมื่อพิจารณาอย่างผิวเผินก็จะเห็นว่าเน้นการสอนการทำความดีด้วยการทำบุญอย่างง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน อาทิ การบริจาคทาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับช่วงวัยของเด็กและเยาวชนที่มีได้เข้าใจแก่นของหลักธรรมทางพุทธศาสนามากนัก แต่หากพิจารณาในเชิงวิพากษ์จะเห็นว่าวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสอดแทรกอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางการของวัดพระธรรมกายไว้ ซึ่งการถ่ายทอดอุดมการณ์ดังกล่าวสามารถหล่อหลอมความเชื่อและความศรัทธาในแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายให้กับเด็กและเยาวชนได้ เมื่อ “บุญ” ถูกผูกโยงกับทรัพย์สมบัติ ความร่ำรวย และอำนาจ ผู้บริโภคที่ปรารถนาสิ่งเหล่านี้ก็จะหาวิธีการทำบุญเพื่อให้บรรลุความปรารถนา นอกจากนี้ วาทกรรมของวัดพระธรรมกายยังนำเสนอว่าวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย “ถูกต้องตามหลักวิชา” และกำหนดให้เลือกทำบุญแบบผูกขาดกับวัดพระธรรมกายเท่านั้น ผู้บริโภคความทรงกรมที่ถูกหล่อหลอมด้วยอุดมการณ์ดังกล่าวตั้งแต่วัยเด็กก็จะกลายเป็นสมาชิกถาวรของวัดพระธรรมกาย และกลุ่มเด็กและเยาวชนเหล่านี้โตขึ้นก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดอุดมการณ์ “บุญ” ด้วยการมีบทบาทเป็นผู้เลือกวาทกรรมสื่อให้กับบุตรหลานและคนในครอบครัวต่อไป ส่งผลให้ชุดความคิดเกี่ยวกับ “การทำบุญแบบขวนขวาย” และ “การสะสมบุญ” ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแพร่ขยายเป็นวงจรรุ่นสู่รุ่นต่อไปอย่างไม่รู้จบ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (๒๕๔๓). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าว วัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาอักษร ศาสตรมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (๒๕๕๖). **วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์ : แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภดล ขวัญชนะภักดี. (๒๕๓๐). **การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทของวัดพระธรรมกายและพุทธสถานสันตติอโศก ในการเผยแพร่ศาสนาในหมู่เยาวชนในสังคมไทยปัจจุบัน**. ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

นาตยา แก้วใส และผะอับ พวงน้อย. (๒๕๕๒). **การศึกษาบทบาทวัดพระธรรมกาย ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเผยแพร่พระพุทธศาสนาทั่วโลก**. งานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (อำนวยการ)

พระเทพเวที. (๒๕๓๓). **พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์**. กรุงเทพฯ : มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระมหาภูมิจัย วชิรเมธี. (๒๕๔๖). **บทบาทในการรักษาพระธรรมวินัยของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต) : ศึกษาเฉพาะกรณีธรรมกาย**. ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ยาน โยชิตาเกะ. (๒๕๓๙). **“ศาสนาประจำชาติของไทยปัจจุบันที่เปลี่ยนไป”** แปลโดยอัชวัน หงิมรักษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยโตเกียว.

วัดพระธรรมกาย. **คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) ๑ บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง**. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

_____ . **ที่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ ๑**. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. **ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ ๔.** หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

_____ . **ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ ๘.** หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

_____ . **ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ ๑๒.** หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

_____ . **บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก.** หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. (๒๕๕๔). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทย ตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. ๒๕๐๓-๒๕๔๔ : การศึกษาตามแนววามกรมวิเคราะห์เชิงวิพากย์.** วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิญา เพื่อฟูสกุล. (๒๕๔๑). **ศาสนทัศน์ของชุมชนเมืองสมัยใหม่ : ศึกษากรณีวัดพระธรรมกาย.** งานวิจัยภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัคคี ศรีทราชัยกุล. (๒๕๓๐). **ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของชาวพุทธ : ศึกษาเฉพาะกรณีชาวพุทธในกลุ่มวัดพระธรรมกาย พุทธสถานสันติอโศก และวัดชลประทานรังสฤษฎ์.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Jackson, P. A. (1989). "Buddhism Legitimation, and conflict : The political Functions of Urban Thai Buddhism" Singapore : Institute of Southeast Asian Studies. Volume 22 Issue 1 pp. 199-216.

Fairclough, N. (1989). **Language and power.** London : Longman.

_____ . (1992). **Discourse and social change.** Cambridge : Polity Press.

_____ . (1995). **Critical Discourse Analysis : the critical study of language.** London : Longman.

Fairclough, N. (1995a). **Critical Discourse Analysis : The Critical Study of Language.** London : Longman.

- Panpothong, N. (2015). **Thai Primary School History Textbooks : A Textually-oriented Critical Discourse Analysis.** Journal of Language and Linguistics, Vol. 34 No. 1 (July-December 2015) pp : 66-93.
- Swearer, D. K. (1991). **Foundationalistic Movements in Theravada Buddhism.** Chicago : The University of Chicago Press. pp. 656-666.
- Zehner, E. (1990). **“Reform Symbolism of a Thai Middle-class : The Growth and Appeal of the Thammakai Movements.”** Journal of Southeast Asian Studies Vol. 21, No. 2 (Sep., 1990), pp. 402-426.

