

บทที่ ๕

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์โฆษณาเกี่ยวกับการส่งเสริมคุณธรรม กรณีศึกษาภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ ๑) เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารในทางพระพุทธศาสนา ๒) เพื่อศึกษาการนำเสนอของภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต และ ๓) เพื่อศึกษาผลของการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาการส่งเสริมคุณธรรมเรื่องความกตัญญูในภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต ซึ่งได้นำเสนอ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

๕.๑ สรุปผล

ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น ๕ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ชมภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด พบว่า นักเรียนที่เข้ารับการฝึกอบรมคุณธรรมจริยธรรมนั้น ส่วนมากจะเป็นผู้หญิง มีอายุโดยเฉลี่ยระหว่าง ๑๓-๑๔ ปี อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑-๖ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ ๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับเนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาที่เน้นความกตัญญู ของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด พบว่า

๑) นักเรียนเลือกรับชมภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด มีทั้งหมด ๕ เรื่อง โดยจัดลำดับเรื่องที่นักเรียนเคยรับชมมาก่อน พบว่า ส่วนมากจะเป็นเรื่อง My Girl คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๗๖% รองลงมา คือ เรื่องลูกพ่อ My son คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๔๓%

๒) เรื่องที่นักเรียนชอบมากที่สุดกับภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด พบว่า นักเรียนส่วนมากชอบเรื่อง ลูกพ่อ My son คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๐% รองลงมา คือเรื่องรักนิรันดร์ Everlasting Love คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๕%

๓) นักเรียนแสดงเหตุผลว่าทำไมถึงชอบภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด เรื่องดังกล่าว พบว่า ส่วนมากให้เหตุผลว่ามีเนื้อหาของภาพยนตร์ให้สาระน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๙% รองลงมาเป็นการดำเนินเรื่องราวน่าติดตาม คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๓%

๔) เนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัดว่ามีลักษณะอย่างไร พบว่า ส่วนมากให้เหตุผลว่ามีลักษณะทำให้เกิดความซาบซึ้งกินใจ คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๕% รองลงมา คือการทำให้เกิดความสำนึกในคุณธรรม คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๕%

๕) เรื่องที่นักเรียนชอบได้ให้คิดเตือนใจในเรื่องอะไรบ้าง พบว่า ส่วนมากให้เหตุผลว่า ให้คิดเตือนใจในเรื่องความรัก(ศรัทธา) คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๖% รองลงมา คือ เรื่องความกตัญญู คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๐%

ตอนที่ ๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับเทคนิคการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด พบว่า

๑) รูปแบบการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด ที่น่าสนใจ พบว่า ส่วนมากจะชอบรูปแบบการนำเสนอโดยนำเอาเค้าเรื่องชีวิตจริงมานำเสนอ คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๓% รองลงมาคือการสื่อสารโดยแสดงออกมากกว่าคำพูด คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๕%

๒) การนำเสนอเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด เป็นอย่างไร พบว่า ส่วนมากเป็นเรื่องราวโฆษณาดำเนินเรื่องจากชีวิตจริง คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๔% รองลงมาเป็นเรื่องของโฆษณาที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๔%

๓) นักเรียนเข้าใจการใช้ภาษาในภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัดด้านใด พบว่า ส่วนมากจะเข้าใจเมื่อพูดถึงไทยประกันชีวิตจะนึกถึงคำว่า “เราดูแลชีวิตคนไทย” คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๕% รองลงมา คือ การใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๗%

๔) เหตุผลว่าทำไมนักเรียนถึงชอบภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด เพราะอะไร พบว่า ส่วนมากให้เหตุผลว่า มีพฤติกรรมของตัวละครน่าสนใจ ให้อารมณ์ขันและมีคติธรรม คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๓% รองลงมาคือการเผยแพร่ภาพหลายมุมมอง คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๒%

ตอนที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การชมภาพยนตร์โฆษณาของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด นำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ $\bar{X} = ๓.๖๗$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)=๐.๘๕๕ ซึ่งถือว่าอยู่ในการแปลผลระดับมาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีการกระจายไม่มาก จึงทำให้ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นไปในทิศทางที่เห็นสอดคล้องกันเป็นส่วนมาก

ตอนที่ ๕ ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่า เยาวชนที่ได้ชมภาพยนตร์โฆษณาการส่งเสริมคุณธรรมของบริษัทไทยประกันชีวิตในประเด็นนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยสร้างความตระหนักถึงความกตัญญูกตเวที หลังจากที่นักเรียนได้รับชมแล้วนั้นทำให้นักเรียนเกิดความซาบซึ้งต่อการทำหน้าที่ของพ่อแม่เพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ $\bar{X} = ๔.๑๔$ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานว่านักเรียนได้มีการตระหนักถึงความกตัญญูเพิ่มมากขึ้น

๕.๒ การอภิปรายผล

เรื่องที่นักเรียนชอบได้ให้คิดเตือนใจในเรื่องอะไรบ้าง พบว่า ส่วนมากให้เหตุผลว่า ให้คิดเตือนในเรื่องความรัก (ศรัทธา) คิดเป็นร้อยละ ๔๙.๖% รองลงมา คือ เรื่องความกตัญญู คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๐% ทำไมความรักค่าเฉลี่ยมากกว่าความกตัญญู ซึ่งตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้ให้ความหมายของคำว่า “รัก” หมายถึง การมีใจผูกพันด้วยความห่วงใย เช่น พ่อแม่ รักลูก รักชาติ รักชื่อเสียง, มีใจผูกพันด้วยความสนใจ, มีใจผูกพันฉันคู่สาว เป็นต้น ความรักจึงเป็นความรู้สึก สภาพและเจตคติต่างๆ ระหว่างบุคคล และสิ่งต่างๆ ที่อยู่ร่วมโลกเดียวกันอย่างมากมาหลายรูปแบบ ดังนั้น ความรักจึงเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่จะนำไปสู่ธรรมะของพระพุทธเจ้า ที่ทรงสอนให้ทุกคนเป็นคนดี มีความรักอันยิ่งใหญ่ เป็นรักที่ไม่เห็นแก่ตัว เพราะสอนให้รู้จักรัก และเมตตาต่อเพื่อนร่วมโลก ความกตัญญู คือ คุณสมบัติและสัญลักษณ์ของคนดี การแสดงความกตัญญูจึงเป็นหลักธรรมที่ควรปฏิบัติกับผู้คนรอบข้าง เป็นคุณธรรมที่สำคัญยิ่งที่จะประคองใจให้ดำรงมั่นอยู่ในคุณธรรมอันอื่นๆ ขึ้น เมื่อแต่ละคนแต่ละฝ่ายต่างก็ทำหน้าที่ของตนด้วยความรักที่เป็นพื้นฐาน ผลที่ออกมาย่อมเกิดแต่ความปิติซาบซึ้งและนำไปสู่การเป็นแบบอย่างที่ดีที่จะนำไปใช้ในชีวิตของตนต่อไปได้

เหตุผลว่าทำไมนักเรียนถึงชอบภาพยนตร์โฆษณาของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด เพราะอะไร พบว่า ส่วนมากให้เหตุผลว่า มีพฤติกรรมของตัวละครน่าสนใจ ให้อารมณ์ขัน และมีคติธรรม คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๓% รองลงมาคือการเผยแพร่ภาพหลายมุมมอง คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๒% โดยการใช้ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ได้รับชมในแต่ละวันนั้น นอกจากจะสื่อสารเพื่อทำให้ ได้รับข้อมูลข่าวสารของสินค้านั้นๆ แล้ว ยังสื่อถึงอารมณ์และความรู้สึกต่างๆ เช่น ความสนุกสนาน ความสุข ความเศร้า ความน่าเชื่อถือ ความประทับใจ ความตลกขบขัน ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากการกระบวนการผลิตชิ้นงานที่ผ่านการวางแผนและสร้างสรรค์เพื่อสื่อความหมายไปยังผู้รับชม ดังนั้น การใช้สื่อโฆษณาประเภทนี้จึงถือว่าประสบความสำเร็จในการถ่ายทอด และสามารถชักนำให้ผู้รับชมได้นำคติธรรมนั้นไปปฏิบัติตามอย่างไม่ลังเลสงสัย ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งในการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

พระพุทธเจ้าได้รับยกย่องว่า ทรงเป็น “ พระบรมครู ” หรือ “ ศาสดาเอก ” ในโลกเพราะพระองค์ทรงมีวิธีสอนที่ดีเยี่ยมทำให้ผู้ฟังเข้าใจแจ่มแจ้ง ในพระไตรปิฎกได้กล่าวถึงวิธีการที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงธรรมทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งมีหลักสำคัญในการเผยแผ่ธรรมะมี ๓ อย่าง ได้แก่ ๑. อภิถุญญาธัมมเทศนา ทรงแสดงธรรมด้วยความรู้ยิ่ง คือทรงรู้ยิ่งเห็นเองแล้วจึงทรงสอนผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม เพื่อใช้แก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน ๒. สนิทานธัมมเทศนา ทรงแสดงธรรมมีเหตุผล คือผู้ฟังตรึกตรองตามหรือเห็นจริงได้ และสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมให้ถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้น ๓.

สัปภาวิทยาริธัมมเทศนา ทรงแสดงธรรมให้เห็นจริง คือผู้ฟังนำผลนั้นไปปฏิบัติตาม โดยมีหลักการสอน ๔ ประการ คือ แจ่มแจ้ง จูงใจ หาญกล้า และร่าเริง และทรงมีวิธีการสอน ๓ แบบ คือ แบบบรรยาย แบบสนทนา และแบบตอบปัญหา

ในการแสดงธรรมของพระพุทธเจ้าทุกครั้ง จะทรงใช้พุทธวิธีการสอนซึ่งมีรูปแบบและวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสภาพสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ทรงเตรียมแผนการสอน พร้อมทั้งศึกษาสภาพแวดล้อม วิเคราะห์ผู้ฟัง มีข้อมูลไว้อย่างพร้อมมูล ตั้งแต่ต้นจนจบ ทรงใช้รูปแบบการสอนครบทั้ง ๔ ประการ ได้แก่

๑. สันติสนทนา อธิบายให้เห็นชัดเจนแจ่มแจ้ง เหมือนจูงมือให้ไปเห็นกับตา
๒. สมาทปนา ชักจูงใจให้เห็นจริงด้วย ชวนให้คล้อยตาม จนต้องยอมรับและนำไปปฏิบัติ
๓. สมุตเตชนา เร้าใจให้แก่วอกซ์ บังเกิดกำลังใจปลุกให้มีอุตสาหะ แข็งขัน มั่นใจว่าจะทำให้สำเร็จได้ไม่หวั่นระย่อต่อความเหนื่อยยาก
๔. สัมปหังสนา ขโลมใจให้เข้มขึ้น ร่าเริง เบิกบาน ฟังไม่เบื่อ และเปี่ยมด้วยความหวัง เพราะมองเห็นคุณประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการปฏิบัติ

พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาที่มีเทคนิควิธีประกอบการสอนมากมาย ซึ่งต้องเหมาะสมกับจริตหรือความต้องการของบุคคลนั้นๆ จึงจะทำให้การเผยแผ่ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ การสื่อสารคำสอนของพระพุทธศาสนาด้วยวิธีการท่องจำแบบดั้งเดิม จนมาถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันนี้ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงและเผยแผ่พระพุทธศาสนา ให้กว้างขวางไปทั่วโลก ภายใต้บริบทและแนวโน้มของประชากรโลกที่จะใช้ชีวิตในโลกออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าว ต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งไม่เป็นการบิดเบือนพระธรรมคำสอนของ พระพุทธศาสนาตามพระไตรปิฎกด้วย

๕.๓ ข้อเสนอแนะในการวิจัย

๕.๓.๑ ศึกษาความสัมพันธ์ภาพยนตร์โฆษณากับการเพิ่มขึ้นหรือลดลงเกี่ยวกับคุณธรรมของชมของนักเรียนตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

๕.๓.๒ ศึกษาแนวเกี่ยวกับคุณธรรมหรือจริยธรรมทางพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา