



พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมาหิโต)

A study buddhist communication innovations of phrarajvajiradhammavides (setthakic samahito)

¹เจนณรงค์ สำเภานนท์, พระราชวชิรธรรมวาที, บุญเลิศ โอฐสุ

¹ Chennarong Samphaonon, Phra Ratchawacharathamwathi, Boonlert Otsu

¹ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

¹ Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

¹Corresponding Author's Email: jannarong@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษารูปแบบการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมาหิโต) 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของท่านในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพ อาศัยการศึกษาทางเอกสารจากพระไตรปิฎก หนังสือ งานวิจัย เอกสารวิชาการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัญหาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบันอยู่ที่พฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาในสื่อออนไลน์มาก สื่อธรรมะแบบเดิมมีลักษณะซับซ้อน เข้าใจยาก และขาดปฏิสัมพันธ์กับพระสงฆ์ ทำให้เข้าถึงยาก (2) พระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมาหิโต) ได้พัฒนานวัตกรรมการสื่อสารผ่าน Facebook, YouTube, TikTok และเว็บไซต์ WatNakprok.com เนื้อหาที่มีความเข้าใจง่าย สะดวกต่อการเข้าถึง และสร้างความสัมพันธ์เชิงจิตใจกับผู้ฟัง ทำให้การเผยแผ่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้รับสารในยุคดิจิทัล (3) แนวทางที่โดดเด่นคือการสื่อสารเชิงเฉพาะตัว โดยนำหลักมรรคมีองค์ 8 มาประยุกต์ใช้ ถ่ายทอดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ผู้คนเข้าถึงในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น จากใจร้อนเป็นใจเย็นขึ้น รู้สึกว่าได้รับคำปรึกษาตรงกับบริบทชีวิตและสังคมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ เป็นการบูรณาการพุทธธรรมกับนวัตกรรมสื่อสารดิจิทัล ทำให้พระพุทธศาสนามีความร่วมสมัย เข้าถึงง่าย และยังคงแก่นธรรมที่มั่นคง เป็นแบบอย่างของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การพัฒนา; พุทธนวัตกรรมการสื่อสาร; เทคโนโลยี; พระราชวชิรธรรมวิเทศ

Abstract

This research aims to achieve three objectives: (1) to study the problems of using Buddhist communication innovation to propagate Buddhism today, (2) to study the communication innovation models of Phra Ratchawachiradhammavides (Setthakic Samahito), and (3) to propose approaches for applying Buddhist communication innovation in propagating Buddhism. This is a qualitative study that employs documentary research from the Tipiṭaka scriptures, books,



research papers, academic documents, and related electronic media. The data will be analyzed through content analysis and synthesized into new knowledge.

The research findings revealed as follows: (1) The problem with propagating Buddhism in the current era lies with the behavior of the recipients, especially the younger generation, who spend a lot of time on online media. Traditional Dharma media are complex, difficult to understand, and lack interaction with monks, making them hard to access. (2) Phra Ratchawachiradhammavides (Setthakic Samahito) developed communication innovation through platforms like Facebook, YouTube, TikTok, and the WatNakprok.com website. The content is easy to understand, convenient to access, and fosters a mental connection with the audience. This makes the propagation of Buddhism align with the behavior of recipients in the digital age. (3) A prominent approach is personalized communication, applying the principles of the Noble Eightfold Path. These teachings are conveyed through online platforms that people use daily, leading to behavioral changes in recipients—for example, becoming calmer from being short-tempered. They feel they receive advice that is relevant to their lives and social context. The communication model of Phra Ratchawachiradhammavides integrates Buddhist principles with digital communication innovation, making Buddhism contemporary and accessible while preserving its core teachings. This serves as an effective model for propagating Buddhism in the present day.

Keywords: Development; Buddhist Communication Innovation; Technology; Phra Ratchawachirathammavites

บทนำ

พุทธนวัตกรรมการสื่อสารหมายถึง การเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยวิธีการใหม่ที่ยังคงรักษาแก่นคำสอนไว้ครบถ้วน การริเริ่มครั้งแรกปรากฏขึ้นภายหลังการตรัสรู้ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เมื่อพระองค์เสด็จไปแสดงปฐมเทศนาโปรดปัญจวัคคีย์ที่ป่าอิสิปตนมฤคทายวัน ต่อมาเมื่อพระสงฆ์สาวกพร้อมสหายเข้าบวช รวมเป็นพระภิกษุ 60 รูป นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดพระรัตนตรัยครบทั้งพระพุทธรูป พระธรรม และพระสงฆ์ พร้อมทั้งมีคฤหัสถ์ผู้ให้การอุปถัมภ์ ถือเป็นการจัดตั้งองค์กรพระนักเผยแผ่ในยุคพุทธกาล พระพุทธองค์ได้ทรงกำหนดหลักการเผยแผ่ไว้ว่า “ภิกษุทั้งหลาย จงจาริกไปเพื่อประโยชน์สุขแก่ชนเป็นอันมาก เพื่อเกื้อกูลแก่ชาวโลก” Phra Dhammapitaka (P. A. Payutto). (1999). อันเป็นรากฐานของการสื่อสารทางพระพุทธศาสนาในเวลาต่อมาในช่วงกว่า 2,500 ปีที่ผ่านมา พระพุทธศาสนาได้แพร่หลายไปทั่วโลก และเข้ามาสู่ดินแดนสุวรรณภูมิเมื่อกว่า 2,000 ปีก่อน ผ่านพระสงฆ์ชาวอินเดีย โดยเริ่มเผยแผ่ในหมู่ชนชั้นปกครอง และขยายไปสู่ประชาชนทั่วไป กระทั่งกลายเป็นศาสนาหลักของประเทศไทย หล่อหลอมวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเชื่อของสังคมไทยมาอย่างยาวนาน อย่างไรก็ตาม



พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบันกลับเผชิญความท้าทายหลายประการ เช่น การลดจำนวนศรัทธา การบิดเบือนหลักธรรมคำสอน และการแข่งขันจากกระแสวัฒนธรรมและศาสนาอื่น ๆ ปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่พระพุทธศาสนาต้องปรับตัว ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการสื่อสารใหม่ ๆ

เพื่อให้ยังคงความเกี่ยวข้องกับสังคม พระพุทธเจ้าทรงเป็น Inventor หรือผู้ค้นพบสังฆธรรมตามกฎธรรมชาติ และทรงประกาศแก่สังคม ขณะที่พุทธสาวกเป็น Innovator คือผู้ประยุกต์และต่อยอดคำสอนให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสังคม ดังนั้น “พุทธนวัตกรรม” จึงมิใช่การสร้างธรรมะใหม่ แต่คือการบูรณาการคำสอนดั้งเดิมกับวิธีการหรือเทคโนโลยีใหม่ Phra Phrombudit. (2023). เพื่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า พุทธนวัตกรรมอาจมี 2 นัย ได้แก่ 1. การนำพระพุทธศาสนาไปสร้างสรรค์สิ่งใหม่โดยไม่เปลี่ยนแปลงแก่นธรรม 2. การปรับเปลี่ยนคำสอนหรือรูปแบบให้ทันสมัย ซึ่งเสี่ยงต่อการบิดเบือนพระพุทธศาสนา เมื่อพิจารณาตามนัยแรก พุทธนวัตกรรมการสื่อสารจึงเป็นการเผยแผ่คำสอนผ่านสื่อและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมโดยยังคงรักษาความบริสุทธิ์ของคำสอนสังคมไทยในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วโดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี คนรุ่นใหม่ใช้ชีวิตอยู่บนโลกออนไลน์เป็นหลัก ส่งผลให้การสื่อสารทางศาสนาแบบเดิมที่เน้นการเทศน์บรรยายเชิงวิชาการเข้าถึงยากและไม่ดึงดูดพอ จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ใหม่และเข้าใจง่ายมากขึ้น Thongyoi, S. (2023). การนำสื่อดิจิทัลมาใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะอินเทอร์เน็ตกลายเป็น “ชุมชนใหม่ของโลก” ที่ไร้พรมแดน สามารถสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ

พระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิต) เป็นตัวอย่างสำคัญของพระสงฆ์ที่นำพุทธนวัตกรรมการสื่อสารมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น Facebook Wat Nakprok Bangkok ที่มีผู้ติดตามกว่าสองหมื่นเจ็ดพันคน, YouTube ที่มีวิดีโอกว่า 230 ตอน, TikTok ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ และเว็บไซต์ WatNakprok.com ที่เป็นศูนย์กลางเผยแผ่ธรรมะ นอกจากนี้ยังผลิตรายการ “เรื่องเล่าท่านเจ้าคุณ” กว่า 500 ตอน มียอดเข้าชมกว่า 1.5 ล้านครั้ง Phra Rajavachiradhammaphiṭak (2022). โดยเน้นภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลียงศัพท์ซับซ้อน และเปิดโอกาสให้ผู้ชมถาม-ตอบ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม นอกจากสื่อออนไลน์แล้ว ยังมีการจัดคอร์สปฏิบัติธรรม “สติปัญญา 4” ทั้งในรูปแบบออนไซต์และออนไลน์ รับผู้เข้าร่วมจำนวนมากต่อคอร์ส ผ่านการถ่ายทอดสดในเพจ “สำนักปฏิบัติธรรมวัดนาครบก” ที่มีผู้ติดตามกว่าหมื่นคน ถือเป็นการเชื่อมโยงหลักธรรมเข้ากับชีวิตจริงของผู้คนในสังคมปัจจุบันการสื่อสารพระพุทธศาสนาอย่างมีนวัตกรรมจึงเป็นทั้งความจำเป็นและโอกาสในการเสริมสร้างความเข้าใจในพระธรรมแก่คนรุ่นใหม่และสังคมโลก โดยยังคงรักษาแก่นแท้ของคำสอนให้มั่นคง การศึกษาพุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศจึงมีความสำคัญ เพราะสามารถชี้ให้เห็นแนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่เหมาะสมกับบริบทสังคมดิจิทัล และช่วยให้พระพุทธศาสนายังคงเป็นพลังทางจิตใจและปัญญาที่นำไปสู่สันติสุขในสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน



2 เพื่อศึกษารูปแบบการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิต) ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน

3 เพื่อนำเสนอแนวทางการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิต) เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ทำการศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักพุทธธรรม และพุทธวิธีในสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสาร และบทบาทหน้าที่ของคณะสงฆ์

ขั้นตอนที่ 2 สร้างเครื่องมือในการวิจัยจากกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และใช้คำจำกัด ความของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการศึกษาวิจัย นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิต) จากหนังสือ เอกสาร ผลงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok และ เว็บไซต์ WatNakprok.com

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิต) จากการจากหนังสือ เอกสาร ผลงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok และ เว็บไซต์ WatNakprok.com

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการศึกษาวิจัย และอภิปรายผลการวิจัย และนำเสนอผลการศึกษาวิจัยการศึกษา ครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้เป็นไปตามกรอบแนวคิดในการ ศึกษาวิจัย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมาย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจนครบ ทุกประเด็น และนำข้อมูลในแต่ละประเด็นมาเขียนเรียบเรียงข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา (Descriptive) จากนั้น นำเสนอผลการวิจัยเป็นความเรียง

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาใน ปัจจุบัน พบว่า สภาพปัญหาในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน คือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้รับ สาร โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์เป็นหลัก ความสนใจในธรรมะมีอยู่ แต่ขาดช่องทางที่เข้าถึง ง่าย สื่อธรรมะแบบเดิมมักเน้นการบรรยายเชิงวิชาการที่เข้าใจยาก และขาดปฏิสัมพันธ์กับพระสงฆ์สภาพปัญหาใน การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนรุ่น ใหม่ที่ใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์เป็นหลัก ทำให้ช่องทางการเผยแผ่พระธรรมคำสอนแบบเดิม เช่น การบรรยายธรรม ในวัดหรือการแจกเอกสารธรรมะ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ แม้จะมีความสนใจในธรรมะ แต่ ผู้คนจำนวนมากยังขาดช่องทางที่เข้าถึงธรรมะได้ง่ายและสะดวก เนื่องจากสื่อธรรมะแบบดั้งเดิมมักเน้นเนื้อหาเชิง วิชาการที่ซับซ้อน ทำให้ยากแก่การเข้าใจในชีวิตประจำวัน การขาดปฏิสัมพันธ์พระสงฆ์หรือผู้เผยแผ่ธรรมะ ส่งผล ให้ผู้สนใจธรรมะรู้สึกขาดความอบอุ่น และโอกาสในการถามตอบหรือรับคำปรึกษาที่ตรงกับปัญหาเฉพาะของตน ลดลง ดังนั้น ปัญหาดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาช่องทางและรูปแบบการสื่อสารธรรมะที่ตอบ



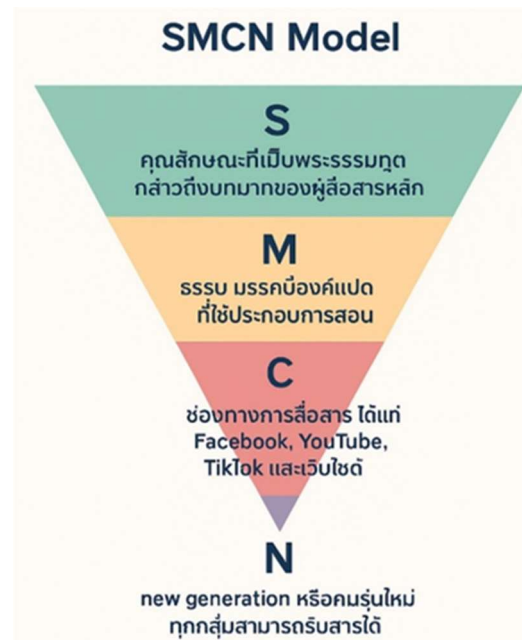
โจทย์พฤติกรรมผู้รับสารในยุคดิจิทัล ที่เน้นความเข้าใจง่าย มีปฏิสัมพันธ์ และสามารถเชื่อมโยงกับชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษารูปแบบการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิตโต) ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน พบว่า พระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิตโต) ได้พัฒนาพุทธนวัตกรรมการสื่อสารอย่างโดดเด่น ผ่านการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เผยแผ่ธรรมะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok และเว็บไซต์ WatNakprok.com ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นช่องทางเผยแพร่เนื้อหาธรรมะในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้สะดวก แต่ยังเน้นการสร้าง “ความสัมพันธ์ทางใจ” กับผู้สนใจธรรมะในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ระบบถาม-ตอบธรรมะที่พระอาจารย์ตอบกลับด้วยความเข้าใจอย่างลึกซึ้งและอบอุ่น มีลักษณะเป็นกันเองและมีเมตตา ทำให้ผู้ถามรู้สึกได้รับคำปรึกษาทางใจที่เหมาะสมกับบริบทของตนเองมากกว่าการตอบแบบอัตโนมัติหรือคำตอบทั่วไป ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมโยงและความไว้วางใจระหว่างพระสงฆ์และผู้ปฏิบัติธรรมในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบันสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิตโต) พบว่า แนวทางการใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิตโต) ในเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน มีลักษณะเด่นที่สำคัญคือทักษะในการสื่อสารเน้น “การสื่อสารเฉพาะตัว” โดยมีเนื้อหาพุทธธรรมเรื่องมรรคมีองค์ 8 ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย คือ Facebook, YouTube, TikTok และเว็บไซต์ WatNakprok.com ทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากที่เป็นคนใจร้อนกลายเป็นคนใจเย็น เพราะรู้สึกได้ว่า ได้รับคำปรึกษาทางใจ และตรงกับบริบทชีวิตสังคม และวัฒนธรรมของผู้รับสาร อย่างแท้จริงเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี ตลอดจนสร้างกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยยังคงรักษาแก่นแท้แห่งพระธรรมคำสอน พร้อมทั้งเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้คนทุกช่วงวัย โดยเฉพาะเยาวชน เพื่อให้พระพุทธศาสนาสามารถดำรงอยู่และตอบโจทย์ต่อสังคมร่วมสมัยได้อย่างมั่นคง

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าพุทธนวัตกรรมการสื่อสารพระราชวชิรธรรมวิเทศ(เศรษฐกิจ สมานิตโต) พบว่าการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในสังคมยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยพุทธนวัตกรรมการสื่อสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ใช้ชีวิตอยู่กับสื่อออนไลน์เป็นหลัก พระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิตโต) ได้นำเสนอแนวทางที่สามารถสังเคราะห์ออกมาเป็น SMCN Model ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาการสื่อสารเชิงพุทธได้ดังนี้



ภาพที่1 พุทธนวัตกรรมการสื่อสาร SMCN Model

ภาพนี้แสดงถึงพุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิติ) อธิบายได้ว่า จุดเริ่มต้นจาก S (SETTHAKIC SAMAHITO) คุณลักษณะที่ยึดหลักศีล สมาธิ ปัญญา และเป็นสื่อบุคคลต้นแบบแห่งความสงบ, M (Maggā) การประยุกต์อริยมรรคมีองค์แปดเข้าสู่การดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อให้ธรรมะเป็นพลังแห่งการพัฒนาชีวิต, C (Communication) การใช้ช่องทางสื่อสารดิจิทัล เช่น Facebook, YouTube, TikTok และเว็บไซต์ เพื่อสร้างการเข้าถึงและปฏิสัมพันธ์กับสาธารณชน, และ N (New Generation) การสื่อสารที่สอดคล้องกับคนรุ่นใหม่ ด้วยเนื้อหากระชับ เข้าใจง่าย และเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมสร้างคอนเทนต์ธรรมะ การบูรณาการทั้งสี่ด้านทำให้ SMCN Model ไม่เพียงเป็นเครื่องมือการเผยแผ่ แต่ยังเป็นองค์ความรู้ใหม่ทางพระพุทธศาสนา ที่ตอบสนองสังคมดิจิทัลโดยยังคงรักษาแก่นแท้แห่งพระธรรมคำสอนไว้อย่างมั่นคง ดังนั้น สิ่งที่กล่าวมานี้ จะสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการสร้างแนวทางพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร ผ่านการประยุกต์ใช้กระบวนการสื่อสารใหม่ และทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล Berlo, D. K. (1996). มาร่วมอธิบายในงานวิจัยนี้

อภิปรายผลการวิจัย

1) สำหรับสภาพปัญหาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลเผชิญความท้าทายสำคัญ คือพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ซึ่งใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์เป็นหลัก ต้องการสารที่กระชับ เข้าถึงง่าย และมีปฏิสัมพันธ์มากกว่าการฟังบรรยายเชิงวิชาการแบบเดิม ๆ การสื่อสารแบบดั้งเดิมจึงไม่สามารถดึงดูดความสนใจและไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารในบริบทปัจจุบันได้อย่างเต็มที่ พระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิติ) ได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นพุทธนวัตกรรมการสื่อสาร โดยไม่เพียงมองว่าเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ แต่เป็นการนำหลักธรรมมาเป็นแกนกลางของการสื่อสาร โดยเฉพาะตัว ที่ทำให้ผู้รับสารไม่เพียงได้รับความรู้เชิงหลักธรรมเท่านั้น แต่ยังเกิดประสบการณ์ว่ามีผู้เข้าใจและพร้อมจะเป็นที่พึ่งทางใจ หลักการนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Phra Somdet Phra Buddhakosacarya (P. A. Payutto). (2010). ที่ได้กล่าวถึงหลักของการ



สื่อสารว่าธรรมะเป็นสัจธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลง แต่การสื่อสารต้องเปลี่ยนตามยุคสมัยธรรมะมีแก่นแท้แน่นอนคงและไม่เปลี่ยนแปลงตลอดกาล แต่การเผยแผ่ให้คนรุ่นใหม่รับรู้และเข้าใจต้องใช้วิธีการและสื่อที่เหมาะสมตามเทคโนโลยีวิถีชีวิต และพฤติกรรมในแต่ละยุค เพื่อให้ธรรมะยังคงความสำคัญและเข้าถึงใจผู้คนได้จริงการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสื่อดิจิทัล เช่น สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชัน สามารถทำให้ธรรมะเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้รวดเร็ว และส่งเสริมการปฏิบัติธรรมในชีวิตประจำวันอย่างเป็นรูปธรรม แต่ต้องใช้อย่างมีหลักการ ไม่บิดเบือนเนื้อหาธรรมะ และคำนึงถึงความเหมาะสมของเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย “ธรรมะเป็นของทันสมัยเสมอ หากสื่อสารให้เข้ากับกาลสมัย”

2) หลักการของพระราชวรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมาหิโต) ใช้พุทธธรรมควบคู่กับนวัตกรรมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลแต่ละรูปแบบถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาที่ต่างกัน Facebook ช่วยสร้างชุมชนผู้สนใจธรรมะและให้ข่าวสารที่ต่อเนื่อง YouTube เหมาะกับการอธิบายธรรมะเชิงลึกผ่านวิดีโอที่หารายละเอียดครบถ้วน TikTok ช่วยให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ด้วยคลิปสั้นที่สร้างแรงบันดาลใจได้รวดเร็ว และเว็บไซต์ WatNakprok.com ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางที่รวบรวมทั้งการเผยแพร่เชิงกว้างและการสื่อสารเชิงลึกผ่านระบบถาม-ตอบเฉพาะบุคคล สิ่งเหล่านี้ช่วยแก้ไขปัญหการเข้าถึงที่ยาก ความเข้าใจที่ซับซ้อน และความรู้สึกโดดเดี่ยวทางใจของผู้สนใจในพระพุทธศาสนา หลักการนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Phra Paisal Visalo. (2015). ที่ได้กล่าวถึงหลักของการสื่อสารว่าการสื่อสารแบบโต้ตอบช่วยสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ร่วมกับการสื่อสารในโลกออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงทางเดียว แต่เป็นการแลกเปลี่ยนความคิด ประสบการณ์ และข้อสงสัยระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก่อให้เกิด “สังฆะ” หรือชุมชนธรรมะที่มีชีวิตชีวา พร้อมเรียนรู้และเติบโตไปด้วยกันสังฆะออนไลน์ขยายบทบาทของกัลยาณมิตรสู่ยุคดิจิทัลโลกออนไลน์เปิดโอกาสให้ผู้คนหลายรุ่นและหลายพื้นที่สามารถมาพบกัน แลกเปลี่ยนข้อคิด และสนับสนุนซึ่งกันและกันในทางธรรมะ การเชื่อมโยงนี้ไม่จำกัดเพียงกลุ่มในวัด แต่ขยายวงกว้างกลายเป็นกัลยาณมิตรแห่งยุคสมัยใหม่ธรรมะไม่ใช่เพียงคำสอนเชิงทฤษฎี แต่เป็นพลังที่เกื้อหนุนจิตใจเมื่อมีการสื่อสารแบบสองทาง ธรรมะจะถูกนำมาใช้ในชีวิตจริง ทั้งในความคิดและการปฏิบัติ ผ่านการแบ่งปันประสบการณ์และคำแนะนำ ทำให้คำสอนธรรมะกลายเป็นพลังในการสนับสนุนความสนใจและการพัฒนาตนเองลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบยังสร้าง “สังฆะในโลกออนไลน์” ซึ่งผู้รับสารสามารถเรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกัน อันเป็นการขยายแนวคิดเรื่องกัลยาณมิตร ให้สอดคล้องกับโลกสมัยใหม่ ทำให้ธรรมะมิได้เป็นเพียงคำสอนเชิงทฤษฎี แต่เป็นพลังที่เกื้อหนุนจิตใจและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน

3) แนวทางพุทธนวัตกรรมของพระราชวรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมาหิโต) แสดงให้เห็นว่า การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลกับหลักพุทธธรรมสามารถแก้ปัญหาหลักในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบันได้อย่างแท้จริง ทั้งในมิติการเข้าถึง ความเข้าใจ และการสร้างสายสัมพันธ์ทางใจ อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้พระพุทธศาสนาดำรงอยู่อย่างมั่นคงและมีชีวิตชีวาในสังคมดิจิทัลแนวทางดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวเชิงรุกของพระพุทธศาสนาต่อกระแสโลกาภิวัตน์ ที่มีได้เพียงรักษารูปแบบดั้งเดิม แต่ยังสร้าง “พื้นที่สื่อสารธรรมะ” ที่เชื่อมโยงผู้คนข้ามพรมแดนและวัฒนธรรม นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยังช่วยยกระดับความต่อเนื่องในการเรียนรู้ธรรมะ ผ่านสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ทุกเวลา ส่งผลให้พระพุทธศาสนาสามารถตอบโจทยความต้องการทางจิตวิญญาณของสังคมยุคใหม่ได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งยังสร้างมิติใหม่ในการเผยแผ่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของพุทธศาสนิกชนมากกว่าการรับสารฝ่ายเดียว ซึ่งนับว่าเป็นการพัฒนาารูปแบบการสื่อสารทางศาสนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน หลักการนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ McLuhan, M. (1964). ที่ได้เสนอแนวคิดที่ว่า “The medium is



the message” โดยชี้ให้เห็นว่าสื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือถ่ายทอดเนื้อหาเท่านั้น แต่ยังเป็นโครงสร้างที่กำหนดวิธีคิด การรับรู้ และการตีความสารของผู้รับอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การเลือกใช้สื่อดิจิทัลที่เหมาะสมจึงได้หมายถึงเพียงการปรับรูปแบบการนำเสนอธรรมะ แต่เป็นการสร้างกรอบความหมายใหม่ให้แก่พระพุทธศาสนาในสังคมร่วมสมัย แนวทางของพระราชวชิรธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมาหิโต) จึงสามารถอธิบายได้ว่าเป็นการประยุกต์ใช้ทฤษฎีสื่อสมัยใหม่เพื่อเสริมพลังการสื่อสารทางศาสนา โดยอาศัยแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เป็น “พื้นที่ความหมาย” ที่ช่วยเปิดโอกาสให้ธรรมะเข้าถึงผู้คนได้อย่างลึกซึ้งและสอดคล้องกับวิถีชีวิตดิจิทัล อันเป็นการสะท้อนถึงการบูรณาการทั้งเชิงสื่อสารและเชิงจิตวิญญาณไปพร้อมกัน

บทสรุป

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลประสบปัญหาหลายประการ เช่น การเข้าถึงผู้สนใจที่มีไลฟ์สไตล์แตกต่างกัน การรับสารธรรมะที่ซับซ้อนเกินไป หรือความยากในการสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ ทำให้แก่นแท้ของธรรมะไม่สามารถแพร่หลายอย่างต่อเนื่องได้ พุทธนวัตกรรมการสื่อสารของพระราชวชิรธรรมวิเทศ ภายใต้กรอบ SMCN Model เสนอกลยุทธ์ที่สามารถแก้ไขปัญหาลำนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย S (SETTHAKIC SAMAHITO) สร้างความน่าเชื่อถือและบทบาทผู้นำจิตวิญญาณ, M (Maggā) นำเสนอแนวทางปฏิบัติตามอริยมรรคมีองค์แปดอย่างเข้าใจง่าย, C (Communication) ปรับการเผยแผ่ธรรมะให้ทันสมัยและเข้าถึงได้ในวงกว้าง, และ N (New Generation) สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจกับคนรุ่นใหม่ การประยุกต์ใช้ SMCN Model ส่งผลดีในหลายระดับ ตั้งแต่บุคคลที่สามารถนำธรรมะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ชุมชนที่เกิดเครือข่ายการเรียนรู้และความสามัคคี สังคมที่พระพุทธศาสนามีภาพลักษณ์ร่วมสมัย และระดับนานาชาติที่สร้างต้นแบบการเผยแผ่ธรรมะผสมผสานนวัตกรรมและแก่นแท้ของพระพุทธศาสนา ผลดีที่จะเกิดขึ้นในวงกว้างจากการประยุกต์โมเดลนี้ ได้แก่ ระดับบุคคล ผู้รับสารสามารถเข้าถึงธรรมะได้ง่ายขึ้น เกิดแรงบันดาลใจและแนวทางแก้ปัญหาชีวิตอย่างมีสติระดับชุมชน เกิดเครือข่ายการเรียนรู้และการสื่อสารทางธรรมะที่สร้างสังคมแห่งการเกื้อกูล ลดช่องว่างระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสระดับสังคม พระพุทธศาสนามีภาพลักษณ์ร่วมสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง แต่ยังคงไว้ซึ่งรากฐานแห่งปัญญาและความสงบระดับนานาชาติ เป็นต้นแบบการเผยแผ่ศาสนาด้วยนวัตกรรมการสื่อสารที่ผสมผสานแก่นธรรมกับเทคโนโลยี ทำให้พระพุทธศาสนามีบทบาทในเวทีโลกได้อย่างสง่างามดังนั้น SMCN Model ไม่เพียงเป็นเครื่องมือด้านการสื่อสาร แต่ยังเป็นกรอบกลยุทธ์ที่ช่วยธำรงและขยายผลพระพุทธศาสนาอย่างมั่นคงและยั่งยืนในบริบทสังคมดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างวัดที่ใช้พุทธนวัตกรรมการสื่อสารกับวัดที่ยังใช้รูปแบบดั้งเดิม เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างด้านผลลัพธ์ทางจิตวิญญาณและพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติธรรมอย่างเป็นระบบ รวมถึงควรมีการวิจัยต่อยอดในประเด็นว่า แนวทาง “ถาม-ตอบธรรมะ” แบบเฉพาะตัวนี้ส่งผลต่อคุณภาพจิตใจของผู้ใช้งานในระยะยาวอย่างไร ทั้งในแง่ของความสงบใจ ความเข้มแข็งทางจิต และการนำธรรมะไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างต่อเนื่อง



2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ วัดหรือพระสงฆ์ที่สนใจเผยแพร่ธรรมะผ่านโลกดิจิทัล ควรศึกษารูปแบบการดำเนินงานของ WatNakprok.com เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา “วัดออนไลน์” ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ควรจัดอบรมพระภิกษุรุ่นใหม่ให้มีทักษะการใช้เทคโนโลยีและเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งานยุคดิจิทัลอย่างลึกซึ้ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการเผยแพร่ธรรมะที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย และสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางใจระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสได้อย่างยั่งยืนในโลกออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายขอบเขตของผู้ให้ข้อมูลงานวิจัยนี้เน้นศึกษากรณีพระราชาชนิธรรมวิเทศ (เศรษฐกิจ สมานิต) เป็นหลัก ในอนาคตควรขยายการศึกษาไปยังพระรูปอื่นที่มีบทบาทภายในวัด
2. ศึกษาบทบาทของสื่อสมัยใหม่ที่เฉพาะเจาะจง ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, YouTube, TikTok) และเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแต่ละช่องทางต่อการสื่อสารธรรมะ
3. เชื่อมโยงกับแนวคิดสหวิทยาการอนาคตสามารถเชื่อมโยงพุทธนวัตกรรมการสื่อสารกับศาสตร์อื่นๆ เช่น การสื่อสารมวลชน จิตวิทยา การจัดการความรู้ หรือการศึกษาศาสนาเปรียบเทียบ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่รอบด้าน

References

- Berlo, D. K. (1996). American communication theory. Michigan State University, Chair of the University of Illinois.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. New York, NY: McGraw-Hill.
- Phra Dhammapitaka (P. A. Payutto). (1999). Buddhadharma. Bangkok, Thailand: Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press. [Communication]. Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Phra Rajavachiradhammaphittak (Setthakic Samahito). (2022). Guidelines for disseminating dhamma abroad [Lecture handout]. Wat Nakprok, Bangkok, Thailand. Bangkok, Thailand: Buddhadharma Foundation Press.
- Phra Paisal Visalo. (2015). Dhamma and communication in the digital age. Bangkok, Thailand: Suan Ngern Mee Ma Publishing.
- Thongyoi, S. (2023). Innovation for creative Buddhist communication. Bangkok, Thailand: Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press.