

กลยุทธ์และกระบวนการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พุทธศาสนา  
ให้แก่ประชาชน

Communication Strategies and Methods via Facebook  
for Buddhism Publicity

พรรณรวี พิศากย์<sup>1</sup> อองอาจ สิงห์ลำพอง<sup>2</sup>  
Punrawee Pisapak, Ongart Singlumpong

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พุทธศาสนาให้แก่ประชาชน โดยการวิจัยครั้งนี้มีรูปแบบการจัดทำเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของ พระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และพระธรรมพัชรญาณมุนี และศึกษากระบวนการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ในการเผยแพร่ศาสนาของ พระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และ พระธรรมพัชรญาณมุนี โดยใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ลึก (In-depth Interview) ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2565 ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ที่จะตัดสินใจเลือกกดติดตาม จะต้องมีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย เกิดความทันสมัย ไม่ตกเทรนด์ โดยรูปแบบเนื้อหาสารทั้งหมดที่มีการนำเสนอมีทั้งคลิปวิดีโอ ข้อความ ยังต้องมีการเน้นเนื้อหาการโพสต์ในรูปแบบของรูปภาพเป็นหลัก โดยให้สอดคล้องไปกับความรู้ทางด้านศาสนา และต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร คือการเลือกที่จะสื่อสารเนื้อหาลงเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นประจำทุกวัน โดยเฉพาะช่วงเช้า ให้มีความตรงต่อเวลาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษากลุ่มผู้ติดตามอย่างเหนียวแน่น

คำสำคัญ (Keywords): กลยุทธ์การสื่อสาร; กระบวนการสื่อสาร; การเผยแพร่ศาสนา

Received: 2022-09-01 Revised: 2022-09-28 Accepted: 2022-10-04

<sup>1</sup> ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ Master of Communications Arts (Strategic Communication) Bangkok University

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
Research Advisor Master of Communications Arts (Strategic Communication) Bangkok University:  
tosaporn.mah@kbu.ac.th

## Abstract

research study on Strategies and process of communicating through Facebook to spread Buddhism to the people. This research has a qualitative research model. The objective is to study communication strategies through Facebook fan pages of Phra Methivachirodom, Phrakhru Sangkharak Sakda Suntaro and Phra Thamphatcharayanmuni and study the communication process through Facebook in the propagation of religion Phra Methivachirodom, Phrakhru Sangkharak Sakda Suntaro and Phra Thamphatcharayanmuni Data were collected from in-depth interviews since May 2022. The results of this study revealed that to decide to follow Content must be presented that is easy to understand. Modern, not out of trend. All content formats that are presented include video clips, text, must also focus on the content of the post in the form of images. in accordance with religious knowledge and must have a communication strategy Is to choose to communicate content on Facebook fan pages on a daily basis. especially in the morning to be on time consistently to maintain a strong following.

**Keyword:** Communication strateg; Communication Methods; Religious propagation

## บทนำ (Introduction)

ตั้งแต่อดีตจากสมัยพุทธกาลที่ผ่านมา พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงเผยแผ่ศาสนาไปตามแคว้นต่าง ๆ ในชมพูทวีปด้วยพระองค์เอง โดยมีการมอบหมายให้ศิษย์หรือพระสงฆ์ผู้เป็นสาวก ดำเนินการเผยแผ่ศาสนาพุทธในวิถีทางเช่นเดียวกัน (Parakkamo, & Thitapanyo, 2020) จวบจนพุทธองค์เสด็จดับขันธปรินิพพาน จึงมีการเผยแผ่ศาสนาครั้งใหญ่อีกครั้งในสมัยพระเจ้าอโศกมหาราช (ประมาณปี พ.ศ.235) โดยเป็นการส่งสมณทูตออกเดินทางเผยแผ่ศาสนาไปยังพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลก ในเหตุการณ์ครั้งนั้นนั่นเอง ทำให้พระพุทธศาสนาเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทย ซึ่งการเผยแผ่ศาสนาเป็นไปในรูปแบบของการเชิญชวนประชาชนเข้ามาบวชเรียนอยู่ภายในวัด และใช้วิธีการเผยแผ่ศาสนาโดยการเทศนาหลักธรรมให้แก่ประชาชนที่เดินทางมาทำบุญในวันสำคัญทางศาสนาและเทศกาลสำคัญต่าง ๆ (Haar, 2014)

ในส่วนของประเทศไทย ได้มีการระบุตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับปี พ.ศ. 2560 มาตรา 67 ได้มีการบัญญัติให้รัฐพึงอุปถัมภ์ ค้ำครองพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่น รวมทั้งส่งเสริมให้มีการการเผยแผ่หลักธรรมคำสอนทางศาสนา เพื่อพัฒนาด้านจิตใจ ปัญญา นอกจากนี้ ในมาตรา 71 ยังได้บัญญัติให้รัฐพึงส่งเสริม พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ศักยภาพคนทุกช่วงวัยให้เป็นพลเมืองที่ดีมีคุณภาพ ประกอบกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ.2561-2580) ฉบับที่ 12 โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ระบุให้มีการเน้นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทุกช่วงวัยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์เป็นคนดี เก่ง มีคุณภาพ และยังส่งเสริมให้

สถาบันทางสังคมบูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมกันปลูกฝังค่านิยม ทางด้านศาสนา อันนำมาสู่นโยบายของรัฐบาลที่นำโดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มอบหมายให้ กรมศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม ดำเนินการส่งเสริมให้สถาบันศาสนาทุกศาสนา มีบทบาทการ เผยแพร่หลักคำสอนอันดีงาม ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมอันดี ให้ประชาชนเป็นพลเมืองที่ดี มีจิต สาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ แต่ในปัจจุบันมีปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในการ เผยแพร่ศาสนาในสังคมไทย อาทิ การเห็นห่างศาสนาของเยาวชนและประชาชน การขาดความ เข้าใจที่ถูกต้องต่อศาสนา รวมไปถึงการมีทัศนคติที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนา จึงเป็นเหตุให้สถาบัน ศาสนา มีบทบาทในการส่งเสริม กลุ่มเกลาและสนับสนุนให้ประชาชนได้เรียนรู้ศาสนาที่ตนเอง เคารพ อันนำไปสู่การพัฒนาตนเองให้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ ซึ่งผู้นำศาสนา ผู้เผยแพร่ศาสนา โดยเฉพาะพระสงฆ์ ที่ถือว่าเป็นศาสนทายาทของศาสนา จึงถือเป็นกลไกหลักของการนำความรู้ด้าน ศาสนาไปยังประชาชน

ด้วยเหตุนี้เอง ส่งผลให้พระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้เผยแพร่ศาสนาต่างให้ความสำคัญและใช้ช่องทาง ดังกล่าว เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้ทางด้านศาสนามากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากข้อมูล ณ วันที่ 6 กันยายน พ.ศ.2564 โดยสำนักข่าว ntiontv พบว่า พระสงฆ์ที่มีผู้ติดตามสูงที่สุดของประเทศไทย 3 อันดับแรก คือ “พระเมธีวชิโรดม” หรือรู้จักกันดีในนามปากกา “ว.วชิรเมธี” พระนักวิชาการ นักคิด นักเขียน และนักบรรยายธรรม ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระสิงห์ จ.เชียงใหม่, ประธานมูลนิธิวิมุตตยาลัย, ผู้อำนวยการสถาบันวิมุตตยาลัย และยังเป็นผู้ก่อตั้งและอธิการบดีมหา วิทยาลัยพุทธเศรษฐศาสตร์ ถือได้ว่า เป็นพระสงฆ์ที่มีผู้ติดตามในเฟซบุ๊กสูงที่สุดในประเทศไทยถึง 6,170,496 คน และจากเหตุผลการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ส่งผลให้พระสงฆ์ ผู้ซึ่งเป็นศาสนทายาท ได้มีการปรับตัวมาเผยแพร่ธรรมะผ่านทางเฟซบุ๊กที่เกิดขึ้น ได้ทำให้ผู้วิจัย ตระหนักถึงพลังในการใช้เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ศาสนาไปยังประชาชน ที่สามารถใช้กลยุทธ์ที่จะดึงดูด ให้มีผู้สนใจ คล้อยตาม รวมไปถึงเกิดความศรัทธาและพร้อมที่จะเปิดรับความรู้ทางศาสนาพุทธ จน กลายเป็นการกดติดตาม ผู้วิจัยจึงเลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจของพระสงฆ์ทั้ง 3 รูป มาเป็นกรณีศึกษาของ งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์และกระบวนการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พุทธศาสนาให้แก่ ประชาชน” เพื่อเป็นแนวทางที่จะสร้างประโยชน์ให้กับพระสงฆ์หรือสถาบันทางศาสนา ที่ต้องการใช้ เฟซบุ๊กเผยแพร่ความรู้ทางศาสนา ให้เกิดความน่าสนใจ จนเกิดเป็นการรับความรู้ของประชาชน อย่างแพร่หลายต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของ พระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และ พระธรรมพัชรญาณมุนี
2. ศึกษากระบวนการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ในการเผยแพร่ศาสนาของ พระเมธีวชิโรดม, พระ ครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และ พระธรรมพัชรญาณมุนี

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์และกระบวนการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พุทธศาสนาให้แก่ประชาชน เป็นการศึกษาด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารความรู้ด้านศาสนาของพระสงฆ์ โดยเป็นการใช้สื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผ่านกรณีศึกษา 3 พระสงฆ์ที่มียอดผู้ติดตามสูงที่สุดในประเทศไทย คือ 1.พระเมธีวชิโรดม (ว.วชิรเมธ) 2.พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร (พระศักดิ์ดา) และ 3.พระธรรมพัชรญาณมุนี (พระอาจารย์ชยสาโร) เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์โดยตั้งอยู่บนกรอบของปัญหาคำวิจัยและแนวคิดทฤษฎีที่ได้หยิบยกมาตีความ และอธิบายตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรูปแบบของขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2565 จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2565 เท่านั้น ผลการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจของ พระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และ พระธรรมพัชรญาณมุนี ในการสร้างกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อให้มีผู้สนใจ เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของพระสงฆ์ จนมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับกรณีศึกษา ซึ่งมีจำนวนผู้ติดตามในเฟซบุ๊กสูงที่สุดในประเทศไทยทั้ง 3 เฟซบุ๊กแฟนเพจ คือ พระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และ พระธรรมพัชรญาณมุนีนั่น จำเป็นจะต้องเริ่มศึกษาถึงขั้นตอนกว่าจะมาเป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยมีกระบวนการดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
2. การสื่อสารการตลาดผ่านการประชาสัมพันธ์
3. ชื่อเสียงของผู้นำทางความคิด
4. กลยุทธ์การสื่อสาร

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

หากจะทำการสื่อสาร ย่อมจะต้องมีการกำหนดว่าการสื่อสารจะทำไปนั้นโดยวิธีการใด เพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการสื่อสารต่าง ๆ ในการเผยแพร่ความรู้ทางด้านศาสนาพุทธไปสู่ประชาชนอย่างทั่วถึงกันนั้น ทางผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกดังต่อไปนี้

การกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารความรู้ด้านศาสนาจะเน้นไปที่คนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นชาวไทย หรือชาวต่างชาติที่สนใจในพระพุทธศาสนา ซึ่งด้วยบุคลิกของเรา ด้วยงานของเรา มันเป็นสายปัญญา เพราะฉะนั้นคนบริโภคนั้นเหมือนคัดกรองมาในระดับหนึ่ง แต่ถ้าโยมจะเอาปัญญา โยมจะมาที่นี่ เพราะฉะนั้นบุคลิกของเรา บุคลิกของวัดของเรา มันก็กำหนดผู้ติดตามไปโดยอัตโนมัติ (พระเมธีวชิโรดม, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 5 มิถุนายน 2565)

เมื่อดูจากคอมเมนต์ที่ผ่านมาของแฟนเพจพระศักดิ์ดา แล้ว จะพบว่าเป็นคนกลาง ๆ ของสังคม เป็นคนบ้าน ๆ โดยเชื่อว่ากลุ่มคนเหล่านี้เป็นตลาดใหญ่ของคนในสังคม ตรงกับที่เราอยากย่อย

ธรรมชาติแบบเข้าใจง่าย แต่ไม่ได้ตั้งความหวังว่ามันจะมาไกลขนาดนี้ เพียงแต่ทำปัจจุบันให้ดี (พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 15 พฤษภาคม 2565)

เฟซบุ๊กแฟนเพจพระธรรมพัชรญาณมุนี ได้ตั้งเป้ากลุ่มเป้าหมายเป็นคนที่ใช้งานเฟซบุ๊ก โดยมองว่ากลุ่มคนที่ใช้งานส่วนใหญ่ เป็นคนรุ่นใหม่ที่ใช้คอมพิวเตอร์ จนมาในช่วงหลัง ที่ผู้ใหญ่เริ่มมาศึกษาการใช้เฟซบุ๊ก จึงเน้นไปที่กลุ่มคนที่เข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียนี้เป็นหลัก ซึ่งภายหลังจากที่มีการทำเฟซบุ๊กแฟนเพจ ก็จะพบว่าคนรุ่นใหม่ที่เขาอาจจะไม่เคยรู้จักพระอาจารย์ หรือไม่เคยรู้จักพระพุทธรูปสามารถเข้าถึงคำสอนของพระอาจารย์ได้มากขึ้น (ผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจของพระธรรมพัชรญาณมุนี, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 9 กรกฎาคม 2565)

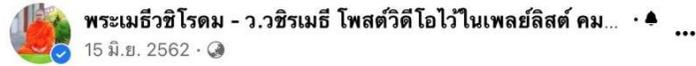
พระเมธีวชิโรดม (การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 5 มิถุนายน 2565) เปิดเผยว่า จะมีการเน้นเนื้อหา 2 เรื่องด้วยกัน นั่นก็คือ

1. เน้นคลิปธรรมะ พร้อมทำคำบรรยายใต้ภาพ (Subtitle) เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้เข้าถึงได้ทั้งคนไทยและคนต่างชาติ ในส่วนของคลิป เป็นคลิปที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในรายการที่ชื่อช่วงว่า “คมธรรมประจำวัน” หลังจากนั้นในวันถัดมาก็จะมาลงในเฟซบุ๊ก

2. โครงการรูปธรรม โดยตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ.2564 ที่ผ่านมา ได้เริ่มสร้างอินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งเมื่อโพสต์ลงอินสตาแกรมแล้ว ก็จะนำมาโพสต์ลงในเฟซบุ๊ก ทำให้มีคนมาติดตาม (Follower) และ การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน (User Engagement) ก็จะเพิ่มขึ้น เพราะบางคนเขาไม่ชอบฟัง ดูเพียงรูป แต่บางคนพอไม่มีรูปมีแต่ข้อความอย่างเดียวเขาก็ไม่ยอมอ่าน เราก็เลยเอารูปกับคำมาอยู่ด้วยกัน เป็นโครงการรูปธรรม เลียนแบบรูปธรรม นามธรรม เป็นคำพ้องเสียงของคำที่คิดว่าหนึ่งภาพมันแทนพันคำ เน้นภาพสวย ๆ คำเพราะ ๆ

นอกจากนี้ จะมีการเพิ่มคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับวันสำคัญต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศ เช่น ในวันสิ่งแวดล้อมโลก ก็อาจจะมีคอนเทนต์กับสิ่งแวดล้อม หรือวันแม่ หรือวันพ่อเราก็จะมีคลิปเกี่ยวกับพ่อเกี่ยวกับแม่ คือคอนเทนต์ที่จะมีการดูวันสำคัญต่าง ๆ คอนเทนต์ก็จะเพิ่มความเข้มข้น สอดคล้องไปกับวันนั้น ๆ ด้วย

ตัวอย่างเนื้อหาประเภทคลิปจากรายการคณาธรรมประจำวัน



สิ่งที่สูงกว่าเงิน โดย ท่าน ว.วชิรเมธี



28.9K

ความคิดเห็น 2.3K รายการ แชร์ 10.9K ครั้ง รับชม 1.1 ล้าน ครั้ง

ที่มา: พระเมธีวชิโรดม. (2565). คณาธรรมประจำวัน. สืบค้นจาก  
<https://www.facebook.com/watch/?v=303144150571547>.

ภาพที่ 4.2: ตัวอย่างเนื้อหาประเภทการโพสต์ภาพในรูปแบบของโครงการรูปปะธรรม



อย่าเป็นคนโง่เง่า  
หมายความว่า  
ใครทำอะไรก็โง่โง่หมด  
พระพุทธรูปท่านใดก็ตามอย่างนั้น  
ท่านสอนว่า "ใจเยอ หาน หาดุพ" และว่า "จงวิจัยให้ดี แล้วจึงให้"  
หากไม่วิจัยให้ดี  
จึงให้สติ ผิดคน  
ก็เท่ากับส่งเสริมพวกฉลามอหิง (ว.วชิรเมธี)

#วชิรเมธี #ไร่เชิงตุลารัน #ธรรมชาตินิยม #วชิรเมธีภัตตาคาร #วชิรเมธีภัตตาคาร  
#ธรรมชาตินิยม #นานาชาติโลกนิยม #ใจงามโลกงาม #ปลูกป่าไว้ในใจคน  
#สวนโรมา #ปลูกป่าเปลี่ยน #อาหารออนไลน์ #อาหารOnline #หาหาหา  
พื้นที่doitnow #ไร่เชิงตุลารัน #มหาวิหารวัดพุทธเศรษฐศาสตร์  
#Clubhouseสวนธรรม #vvajiramedhi #vanaropa #raichertawan  
#vvajiramedhipoet #vvajiramedhipoetry #vvajiramedhiquote  
#vvajiramedhiartmuseum #raichertawanmeditationcenter  
#raichertawaninternationalmeditationcenter



1.5 พัน

ความคิดเห็น 1.1 พัน รายการ แชร์ 2.7 พัน ครั้ง

ที่มา: พระเมธีวชิโรดม. (2565). อย่าเป็นคนโง่เง่า. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/v.vajiramedhi/posts/pfbid0c3AuTzdd5ZAKquxWHsWmVf9R1wvfJdhj7nkKzLUMK7N7XsJzjZPATg8XRLfTK2dCL>.

ตัวอย่างเนื้อหาประเภทการโพสต์ภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวันสำคัญ

 **พระเมธีวชิโรดม - ว.วชิรเมธี**  
10 มิถุนายน · 🌐

บรรยากาศงาน “ปลูกรักพิทักษ์โลก”  
เนื่องในวัน “สิ่งแวดล้อมโลก” (World Environment’ Day)  
ซึ่งตรงกับวันที่ ๕ มิถุนายน ของทุกปี

โดยในปีนี้ (กิจกรรมจัดวันที่ ๓ มิถุนายน ๖๕)  
ท่านเจ้าคุณอาจารย์พระเมธีวชิโรดม (ว.วชิรเมธี)  
ได้เป็นประธานปลูกต้นยางนา และต้นพยอม จำนวน ๑,๐๐๐ ต้น  
เพื่อฟื้นฟูดูแลสภาพแวดล้อม ณ สุชาติศาสนาลัย  
คลอง ๑๔ ด.หนองสามวัง อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี

จึงขอประกาศอนุโมทนา  
เจ้าภาพต้นไม้, โรงทาน, น้ำดื่ม ทุกคณะมา โอกาสนี้



2.3 ฟัน

ความคิดเห็น 338 รายการ แชร์ 59 ครั้ง

ที่มา: พระเมธีวชิโรดม. (2565). บรรยากาศงาน “ปลูกรักพิทักษ์โลก” เนื่องในวัน “สิ่งแวดล้อมโลก” (World Environment’ Day). สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/v.vajiramedhi/posts/pfbid0zwPH8qidunamKYGzdhHjs2K2EVKM7EwyBK3p2TjZNuhHNLXajPcUhZTBN2k4XHCFL>.

 **พระเมธีวชิโรดม - ว.วชิรเมธี**  
20 มิถุนายน · 🌐

กวีนิพนธ์  
เนื่องในวันผู้ลี้ภัยโลก  
๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๕

“อัญมณีแห่งจักรวาล”

จงละคนให้พ้นว่าเป็นคน  
เลิกหลงกลสมมุติมนุษย์สร้าง  
ความแตกต่างประต้อมีวิถีทาง  
เป็นเปลือยขวางความจึงงมขยา

เธออาจผิวเผกเพื่อนไม่เหมือน मैं  
กำเนิดแดนดอคงใบพองน้ำ  
สำเนียงพูดดละเภาไม่เข้าตา  
แต่ทุกคนล้วนมีค่าความเป็นคน

เลิกตัดสินจากเปลือกนอกที่พองอู  
เลิกหมายร้ายจากสัญชาติที่พองผล  
เลิกแบ่งแยกเพราะศรัทธามหาชน  
เลิกมีมันเพราะการเมืองจึงอูหี

เราทุกคนคือท่านเองของคิด  
คือคลื่นทะเลงามตามเงดสี  
คือพราวแสงหงายขงฟ้าพร  
คือ “อัญมณีจักรวาล” ธรรมการงาม

(กวีนิพนธ์ : วชิรเมธี)  
(ภาพ : Art of Daily)

“Gems of the Universe”  
Let’s see through humans

\*\*\*

End falling into a false fantasy  
Differences...clear and crafting the way  
The outer parts block the way to the truth  
You might be a different colour from your friends  
Originating from far away in the woods  
Your accent from a different tribe...unlike the music to your ears  
But we all share the same value of being human  
Stop judging because of the outer parts  
Stop judging because of nationality  
Stop discriminating because of faith  
Stop despair because of politics  
We are part of the rhythm of a song  
Of various beautiful shades like waves in the sea  
Of the bright colours in the rainbow  
Of the “Gems of the Universe” shining bright.

Poetry by Venerable Phramedhi Vajirodom (V.Vajiramedhi)



1 ฟัน

ความคิดเห็น 103 รายการ แชร์ 79 ครั้ง

ที่มา: พระเมธีวชิโรดม. (2565). กวีนิพนธ์เนื่องในวันผู้ลี้ภัยโลก. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/v.vajiramedhi/posts/pfbid024nHMSV8eiKk47hhAdTeQu9RpQCW8xT9gFkgd7aDr8hpXi8Y56mMFDfCKs7jd6migL>

## อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์และกระบวนการการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่พุทธศาสนาให้แก่ประชาชน โดยมีกรณีศึกษา 3 เฟซบุ๊กแฟนเพจของพระสงฆ์ที่มีผู้ติดตามสูงที่สุดในประเทศไทย คือ

1. พระเมธีวชิโรดม (ว.วชิรเมธ) 2. พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร (พระศักดา) และ 3. พระธรรมพัชรญาณมุนี (พระอาจารย์ชยสาโร) นั้น พบว่า ก่อนจะเริ่มสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสาร ย่อมจะต้องมีการกำหนดกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าการสื่อสารจะทำไปนั้นโดยวิธีการใด เพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ โดยทั้งพระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และ พระธรรมพัชรญาณมุนี ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารให้ส่งไปถึงชาวไทยและชาวต่างชาติที่สนใจศาสนาพุทธ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และผู้ที่ไม่ได้เดินทางไปเรียนรู้ด้านธรรมะที่วัด ซึ่งช่องทางดังกล่าวมีความน่าสนใจ สามารถสื่อไปถึงคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ ปันดนา เช่นชวานิช (2556) ได้อธิบายในการสื่อสารของผู้มีอิทธิพลด้านความงามทางสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข้อมูล ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภค ถึงเป้าหมายของการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเอาไว้ว่า เพื่อเป็นช่องทางแจ้งข่าวสาร และช่องทางการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการอัปเดตข้อมูลสำหรับติดต่อสมาชิก กลุ่มลูกค้า และเฟซบุ๊กแฟนเพจยังเป็นเสมือนศูนย์รวมกลุ่มคนที่ชื่นชอบตัวเองเอาไว้ด้วยกันสำหรับบุคคลธรรมดาทั่วไปและดารา ศิลปินที่มีชื่อเสียง เพื่อแจ้งกิจกรรมข่าวสาร

ทั้งนี้ จากการศึกษของผู้วิจัยในครั้งนี้ ยังได้พบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิ่งที่พระสงฆ์ที่ตัดสินใจก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อที่จะเผยแพร่ศาสนาเช่นเดียวกับพระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และพระธรรมพัชรญาณมุนี จะต้องตระหนักเอาไว้อยู่เสมอ นั่นคือ หากพระสงฆ์จะใช้เฟซบุ๊กในการเผยแพร่ศาสนา จะต้องมีความเชี่ยวชาญในพระวินัย และมีวุฒิภาวะ พร้อมทั้งจะถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านศาสนาเพียงอย่างเดียว ฟังระวังเอาไว้ด้วยว่าหากมีการตอบโต้แบบส่วนตัวกับผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยเฉพาะสตรี หรือทำตนไม่สำรวมในกิริยาของสงฆ์ ก็จะถูกวิพากษ์วิจารณ์และมีเรื่องราวดราม่า (Drama) เกิดขึ้นได้ ซึ่งความคิดเห็นนี้ยังสอดคล้องกับ สุภาพร เทพยสุวรรณ (2553 อ่างใน นาวิน เพิ่มประยูร, 2562) ผู้สร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจต้องระมัดระวังในการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจตามประเด็นที่ควรคำนึงถึง คือ ห้ามคุกคามพื้นที่ส่วนตัว เช่น การส่งข้อความโดยตรงเข้าไปที่สมาชิก (Inbox) และเฟซบุ๊กก่อให้เกิดสังคมแห่งการนิทาและการย้ายเรื่องส่วนตัวของผู้อื่นได้

## ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestion)

จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าในเฟซบุ๊กแฟนเพจของพระสงฆ์ โดยส่วนใหญ่ผู้มักจะเลือกวิธีการสื่อสารที่มีเพียงรูปภาพและคลิปวิดีโอเท่านั้น ในขณะที่รูปแบบการสื่อสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจยังมีวิธีการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบที่มีลักษณะเด่นและแตกต่างกัน จึงควรมีการพัฒนาสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะช่วยให้การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า หากผู้ที่ต้องการเผยแพร่ศาสนาผ่านเฟซบุ๊กนำกระบวนการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก ที่เน้นการสื่อสารโดยนำเสนอรูปแบบรูปภาพเป็นหลัก รวมไปถึงใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารความรู้ด้านศาสนาในช่วงเช้าเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้เกิดความสนใจและมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก ที่จะเข้ามาติดตามอย่างต่อเนื่อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า หากพระสงฆ์หรือผู้ที่ต้องการเผยแพร่ศาสนาผ่านเฟซบุ๊กให้มีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกับพระเมธีวชิโรดม, พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร และพระธรรมพัชรญาณมุนีนั้น จะต้องตระหนักว่าเป็นการทำเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อเผยแพร่ศาสนาเท่านั้น มิใช่การทำเพื่อเผยแพร่ตัวเอง อีกทั้งต้องระวังการเลือกวิธีการตอบกลับแบบส่วนตัวกับผู้ติดตามเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะสตรี หรือทำตนไม่สำรวมในกิริยาของสงฆ์ ก็จะถูกวิพากษ์วิจารณ์ขึ้นมาได้

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษาการเผยแพร่ศาสนาผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊กเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรศึกษากลยุทธ์การเผยแพร่ศาสนาผ่านทางช่องทางอื่น ๆ อาทิ ยูทูป (Youtube) หรืออินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น

การศึกษาครั้งนี้ เป็นเพียงการวิเคราะห์การสื่อสารของพระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้ส่งสารเท่านั้น ผู้ศึกษาวิจัยขอเสนอให้มีการศึกษาจากมุมมองของผู้ที่ติดตามรับสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจของพระสงฆ์เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดข้อมูลครบถ้วน ทั้งด้านผู้ส่งสารและผู้รับสารอีกด้วย

### เอกสารอ้างอิง (References)

ผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจของพระธรรมพัชรญาณมุนี, *การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล*, 9 กรกฎาคม 2565)  
พระเมธีวชิโรดม. (2565). *คมธรรมประจำวัน*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/watch/?v=303144150571547>

พระเมธีวชิโรดม. (2565). *อย่าเป็นคนโง่ใจดี*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/v.vajiramedhi/posts/pfbid0c3AuTzdd5ZAkquxWHswMvf9R1vwfJdhj>

พระเมธีวชิโรดม. (2565). *บรรยากาศงาน “ปลูกรักพิทักษ์โลก” เนื่องในวัน “สิ่งแวดล้อมโลก” (World Environment’ Day)*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/v.vajiramedhi/posts/pfbid0zwPH8qidunamKYGzdHhJs2K2EVKM7EwyBK3p2TjZNuhHNLXaJPcUhZTBN2k4XHCFL>

พระเมธีวชิโรดม. (2565). *กวีนิพนธ์เนื่องในวันสีเขียวโลก*. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/v.vajiramedhi/posts/pfbid024nHMSV8eiKk47hhAdTeQu9RpQCW8xT9gFkgd7aDr8hpXi8Y56mMFDfCKs7jd6migI>

(พระครูสังฆรักษ์ ศักดา สุนทรโร, *การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล*, 15 พฤษภาคม 2565)

(พระเมธีวชิโรดม, *การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล*, 5 มิถุนายน 2565)

Parakkamo, P. A., & Thitapanyo, P. M. (2020). พุทธ ศาสนา คือ อะไร. *Dhammathas Academic Journal*. 20(2), 197-204.

Ter Haar, B. (2014). *Practicing Scripture: A Lay Buddhist Movement in Late Imperial China*. University of Hawaii Press.