คชธรรม : การสร้างสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย*

Kachatham: Creating Media to Promote Morality and Ethics for Tourists in Thai Elephant Conservation

[1]สมเพลิน ชนะพจน์, [2]พระเจริญพงษ์ ธมฺมทีโป และ [3]พระมหาศุภวัฒน์ ฐานวุฑฺโฒ
[1]Somphloen Chanaphot, [2]Phra Jaroenphong Dhammadīpo
and [3]Phramaha Supawat Ṭhānavuḍḍho
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
Mahachulalongkornrajvidhayalaya University, Thailand.
[3]Corresponding Author's Email: supawt.boon@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาหลักธรรมจากช้างในคัมภีร์พุทธศาสนาเถรวาท 2) ศึกษาการสร้างสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย และ 3) เพวิเคราะห์แนวทางเผยแพร่สื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการวิเคราะห์เอกสารพระไตรปิฎกและอรรถกถา การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิด้านพระพุทธศาสนา 10 รูป/คน นักอนุรักษ์ช้างและชุมชนผู้เลี้ยงช้าง 10 คน รวมทั้งการสนทนากลุ่มกับนักท่องเที่ยว 10 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพและการสังเคราะห์เชิงอุปนัย เพื่อสร้างองค์ความรู้และรูปแบบสื่อที่เหมาะสม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ช้างเป็นสัญลักษณ์ของคุณธรรม จริยธรรม และหลักธรรมสำคัญ เช่น ทาน ความไม่ประมาท ความอดทน ความกตัญญู และความเสียสละ ซึ่งปรากฏในชาดก พระพุทธประวัติ มงคล 7 ประการ มงคล 108 ประการ และพุทธชัยมงคล สะท้อนคุณค่าทางสังคมและจิตวิญญาณในฐานะสัตว์มงคลสูงสุด 2) การสร้างสื่อคชธรรมใช้ข้อมูลจากคติความเชื่อ บทบาท และคุณค่าของช้างทั้งในอดีตและปัจจุบัน ออกแบบเป็นสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ และวิดีโอสั้น เพื่อสื่อสารคุณธรรมด้านความเมตตา ความรับผิดชอบ ความกตัญญู และความเสียสละ โดยมีเนื้อหาสอดคล้องกันเพื่อสร้างความตระหนักและแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอนุรักษ์ช้างอย่างยั่งยืน 3) แนวทางการเผยแพร่สื่อควรใช้กลยุทธ์บูรณาการหลายช่องทาง ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ (สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ บล็อก การใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และโฆษณาออนไลน์) ช่องทางภาคสนาม (กิจกรรมในศูนย์อนุรักษ์ช้าง นิทรรศการ และเวิร์กชอป) ความร่วมมือกับเครือข่าย (ภาครัฐ เอกชน ชุมชน และวัด) และการเผยแพร่เชิงการศึกษา (การบูรณาการในหลักสูตร การจัดค่าย และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการเรียนรู้) พร้อมการประเมินผล–ปรับปรุงสื่ออย่างต่อเนื่อง

องค์ความรู้สำคัญที่ได้จากการวิจัย คือ ELEPHANT Model ซึ่งคำว่า ELEPHANT เป็นคำย่อของกระบวนการสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งแต่ละตัวอักษรมีความหมายดังนี้ E–Ethics Integration การบูรณาการหลักพุทธธรรมและคุณธรรมสากล L–Learning through Stories การใช้เรื่องเล่า

*Received September 25, 2025; Revised January 12, 2026; Accepted February 4, 2026

จากชาดก E–Engagement with Communities การมีส่วนร่วมของชุมชน, P–Participatory Media Design การออกแบบสื่อแบบมีส่วนร่วม H–Harmony Promotion การส่งเสริมความสมดุลคน–ช้าง–ธรรมชาติ A–Awareness Raising การปลุกจิตสำนึก N–Nature Connection การเชื่อมโยงกับคุณค่าของธรรมชาติ และ T–Tourism Sustainability การคำนึงถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โมเดลนี้แสดงถึงการบูรณาการองค์ความรู้ด้านพระพุทธศาสนา การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ และการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: จริยธรรมเชิงพุทธ; เถรวาท; การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์; สื่อส่งเสริมคุณธรรม

Abstract

This study pursued three objectives: (1) to examine Buddhist virtues derived from elephants in Theravāda canonical texts; (2) to develop ethics-promoting media for tourists engaged in Thai elephant conservation; and (3) to analyze dissemination strategies for such media. A Participatory Action Research (PAR) design was employed. Qualitative data were gathered through documentary analysis of the Pāli Tipiṭaka and commentaries; in-depth interviews with 10 Buddhist experts/monastics and 10 elephant-conservation practitioners and mahout-community members; and a focus group with 10 tourists. Data were analyzed by qualitative content analysis and inductive synthesis to generate context-appropriate knowledge and media prototypes.

Findings revealed that (1) elephants function as symbols of key Buddhist virtues—giving (dāna), heedfulness, patience, gratitude, and self-sacrifice—appearing across Jātaka tales, the Buddha's biography, the Seven Auspicious Jewels, the 108 auspicious emblems, and the Buddha's victorious deeds, thereby embodying social and spiritual value as highly auspicious beings. (2) Media development drew on beliefs, roles, and values of elephants past and present, resulting in three formats—leaflet, poster, and short video—conveying compassion, responsibility, gratitude, and self-sacrifice with coherent messaging designed to raise awareness and motivate sustainable tourist participation in elephant conservation. (3) Effective dissemination requires an integrated, multi-channel strategy: online (social media, websites, blogs, influencers, and online advertising); on-site (activities at conservation centers, exhibitions, and workshops); network partnerships (state, private sector, communities, and temples); and educational routes (curriculum integration, youth camps, and online learning), coupled with ongoing evaluation and iterative refinement.

A key contribution is the ELEPHANT Model, an acronym outlining a systematic process for ethics-promoting media: Ethics Integration (Buddhist and universal virtues); Learning through Stories (Jātaka-based narratives); Engagement with Communities; Participatory Media Design; Harmony Promotion (human–elephant–nature balance); Awareness Raising; Nature Connection; and Tourism Sustainability. The model integrates Buddhist studies, creative media design, and responsible tourism management in a coherent framework.

Keywords: Buddhist Ethics; Theravāda; Conservation Tourism; Ethical Media

บทนำ

ช้างจัดอยู่ในพวกชลาพุชโยนิ (Thai Tripitakas: 11/312/293) คือ สัตว์เกิดในครรภ์เป็นสัตว์ที่อาศัยอยู่ในติรัจฉานภูมิ คือ สัตว์ที่เดินไปมาโดยคว่ำหน้าอกลงเบื้องต่ำ (Na Nakhon, 1995) แต่ถือว่าเป็นภูมิที่ใกล้ชิดกับมนุษยภูมิ คือ โลกมนุษย์มากที่สุด (Phra Srisuddhisopon (Wilat Ñāṇavīro), 1970) ซึ่งช้างเป็นสัตว์ที่สำคัญ มีบทบาทและความสัมพันธ์กับพระพุทธศาสนาปรากฏในพระไตรปิกฎ อรรถกถา ฎีกาและปกรณ์วิเสสอื่น ๆ แม้แต่พระพุทธเจ้าก็ทรงเสวยพระชาติเป็นช้างรวม 7 ชาติ เช่น ในสีลวนาคชาดก (Thai Tripitakas: 27/72/30) พระโพธิสัตว์เสวยพระชาติเป็นพญาช้างบำเพ็ญศีลบารมีไม่ทำร้ายนายพรานหลงทางผู้เมื่อได้รับการช่วยเหลือแล้ว กลับคิดประทุษร้ายตัดงาไปขาย ในมาตุโปสกชาดก (Thai Tripitakas: 27/455/237) กล่าวถึงพญาช้างเผือกโพธิสัตว์เลี้ยงมารดาที่ตาบอดทั้งสองข้าง แม้ถูกจับมาเป็นช้างทรงของพระเจ้าพาราณสี ก็พ้นจากการยืนโรงได้ด้วยอำนาจความกตัญญูกตเวทีต่อมารดาที่ตาบอด ส่วนในทุมเมธชาดก (Thai Tripitakas: 27/72/30) กล่าวถึงพญาช้างบำเพ็ญศีลบารมี ไม่ทำร้ายนายพรานที่หลงทางในป่า นานถึง 7 วัน เมื่อช้างนำนายพรานออกจากป่าแล้ว นายพรานกลับคิดประทุษร้ายโดยรีบเข้าวังเพื่อเฝ้าพระราชาว่าพบช้างเผือกรูปงามในป่า เพียงเพราะหวังรางวัลที่จะได้รับในฐานะผู้บอกข่าว ในลกุฏิกชาดก (Thai Tripitakas: 4/357/22-25) สะท้อนถึงความไม่มีเมตตากรุณาของช้างเกเร มักเที่ยวไปตัวเดียว ทำร้ายสัตว์อื่นด้วยกำลังสุดท้ายก็พบจุดจบคือตกเหวตาย ยังมีบุรุษชั่วผู้มีอาชีพฆ่าช้างแล้วนำงาไปขาย ดังปรากฏในกาสาวชาดก ในสุวัณณกักกฎชาดก (Thai Tripitakas: 3/221/198-200) กล่าวถึงพังที่มีความจงรักภักดีของนางช้างพัง ใช้ถ้อยคำอ่อนหวานอ้อนวอนปูทองจนหลงเพลิน ง้างก้ามปูออกจากขาช้างพระโพธิสัตว์ และในฉัททันตชาดก (Thai Tripitakas: 7/514/180-203) แสดงถึงคุณธรรมและจริยธรรมของพญาช้าง ยอมสละงาอันเป็นที่รักยิ่งให้แก่นายพรานโสณุดร พระพุทธเจ้าทรงยกย่องและได้เปรียบเทียบช้างกับมนุษย์ไว้ว่า ช้างที่ได้รับการฝึกหัดแล้วเป็นสัตว์ประเสริฐ แต่คนที่ฝึกหัดตนได้แล้วประเสริฐกว่า

ในบริบทของสังคมไทย ถือว่าช้างเป็นสัตว์ขนาดใหญ่ชนิดเดียวที่มีความเกี่ยวข้องกับคนไทยอย่างลึกซึ้งมาช้านาน ทั้งด้านเศษฐกิจ การมือง ขนบธรรมเนียมประพณีในอดีตของคนไทยที่ใช้ในการทำสงคราม และใช้บรรทุกสิ่งของหรือสินค้า ใช้เป็นพาหนะในการเดินทาง ใช้ในงานประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ และเป็นราชพาหนะของพระมหากษัตริย์ในการรบ เป็นสัตว์สัญลักษณ์ของอำนาจเหนือธรรมชาติและถูกยกสถานะขึ้นสู่สภาวะเหนือโลกที่มีความเหนือกว่ามนุษย์ (Woradechnaina, and Hongsuwan, 2020) ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง (Rattanawirakun, 2007) ทำให้ช้างได้เข้ามาสู่ธุรกิจการท่องเที่ยว มีการฝึกฝนให้เชื่องเพื่อทำกิจกรรมในการบันเทิง เช่น การนั่งบนหลังช้าง อาบน้ำช้าง การแสดงโชว์ช้าง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับกิจกรรมของทัวร์ช้างในประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่กิจกรรมเหล่านี้ก่อให้เกิดปัญหาสร้างความทุกข์ใจ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกจำนวนไม่น้อย ที่ไม่เห็นด้วยกับการนำช้างมาสร้างความบันเทิงให้กับคนดู ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวช้างต้องปรับเปลี่ยน การท่องเที่ยวทัวร์ช้างในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ลักษณ์การท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของช้างที่ดีขึ้น (Nadee, and Soipram, 2022)

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาประเด็นความเชื่อเรื่องช้างในบริบทสังคมไทยทั้งในมิติทางโลกและทางธรรม เพื่อสร้างสื่อส่งเสริมคุณธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย ให้เห็นความสำคัญของช้าง เข้าใจกระบวนการร่วมกันอนุรักษ์และดูแลช้าง อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนกับช้างให้ลดน้อยลง โดยการใช้หลักธรรมที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมสร้างความ

เข้าใจเกี่ยวกับช้างให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างได้ทราบ รวมถึงให้ความสำคัญกับช้างมากขึ้น ด้วยการศึกษาวิเคราะห์จากเอกสาร ตำรา คัมภีร์ทางพระพุทธศาสนาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในเชิงปฐมภูมิและทุติยภูมิตามลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาหลักธรรมจากช้างในคัมภีร์พุทธศาสนาเถรวาท
2. เพื่อศึกษาการสร้างสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย
3. เพื่อเผยแพร่และประเมินสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี

ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการสำรวจวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ครอบคลุม (1) พระไตรปิฎก อรรถกถา และชาดกที่เกี่ยวกับ “ช้าง” และอุปมาอุปไมยเรื่องช้าง (เช่น ช้างฝึกดี รอยเท้าช้าง ช้างตกมัน) (2) งานวิชาการร่วมสมัยด้านจริยธรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสวัสดิภาพสัตว์ และ (3) กรอบทฤษฎีด้านการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการเรียนรู้ผู้ใหญ่ จากนั้นจึงสกัด “หมวดคชธรรม” ที่สามารถสื่อสารสู่สาธารณะได้ (เช่น สติ ขันติ เมตตา อหิงสา สัมมาอาชีวะ ความรับผิดชอบต่อสรรพชีวิต) พร้อมทำเมทริกซ์เชื่อมโยงแหล่งอ้างอิงคำสอน สารที่เหมาะแปลงเป็นสื่อในสนามท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลเนื้อหาในการออกแบบกิจกรรมภาคสนามและเครื่องมือเก็บข้อมูลในขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม

ภาคสนามคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่างที่มีบริบทการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ช้างอย่างแท้จริง ได้แก่ 1) Thai Elephant Conservation Center–ลำปาง 2) ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย เขาใหญ่ (Thai Elephant Conservation Centre Khao-Yai) 3) Elephant Conservation Park–เชียงใหม่ โดยพิจารณาความพร้อมของภาคี ความปลอดภัย และมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ การลงพื้นที่แบ่งเป็นสองระยะซ้อนทับกัน คือ ระยะทำความเข้าใจบริบท (context mapping) ผ่านการสังเกตการณ์ไม่เข้าร่วม–กึ่งเข้าร่วม เส้นทางนักท่องเที่ยว จุดเรียนรู้ และการสื่อสารที่มีอยู่ และระยะร่วมออกแบบ (co-design) ร่วมกับผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน พระวิทยากร/ครู และมัคคุเทศก์ เพื่อแปลง “หมวดคชธรรม” ให้เป็นต้นแบบสื่อ เช่น การ์ดเรื่องเล่าชาดกช้าง โปสเตอร์ และวีดีโอสั้น แล้วนำไปทดลองใช้แบบนำร่องและปรับปรุงจากข้อเสนอแนะทันที

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก คือ (1) พระสงฆ์/นักปราชญ์พระพุทธศาสนาเถรวาท ผู้ชี้แนะความถูกต้องของเนื้อหาธรรมและความเหมาะสมเชิงจริยธรรม 5 รูป/คน (2) ผู้ปฏิบัติงานด้านอนุรักษ์ช้างและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงรับผิดชอบ ผู้ถ่ายทอดข้อจำกัดจริงของพื้นที่ 5 คน (3) มัคคุเทศก์/วิทยากรกิจกรรม ผู้เป็นผู้ใช้สื่อโดยตรง 10 คน และ (4) นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ 10 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรับสื่อ เกณฑ์การคัดเลือกใช้แบบเจาะจง (purposive) เน้นความรู้เชิงลึก/ประสบการณ์ตรงและความหลากหลายของมุมมอง โดยกำหนดจำนวนให้เพียงพอแก่การอิ่มตัวของข้อมูล (data saturation) และสมดุลระหว่างเชิงลึกและเชิงกว้าง

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

1) การสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลทั้งสี่กลุ่ม แนวคำถามครอบคลุม (ก) ความเข้าใจต่อ “คชธรรม” จากคัมภีร์สู่ภาษาสาธารณะ (ข) แนวทางแปลงเป็นสื่อ/กิจกรรมที่เหมาะกับสนามจริง (ค) ตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงของผู้รับสื่อ (ง) ข้อพึงระวังด้านจริยธรรมและสวัสดิภาพสัตว์ บันทึกข้อมูลด้วยการจดภาคสนามและอัดเสียง (เมื่อได้รับความยินยอม) แล้วถอดความคำต่อคำเพื่อการวิเคราะห์เชิงธีม

2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย จัดประชุมกลุ่มย่อยแบบมีส่วนร่วม (FGD/Co-design workshop) แยกตามบทบาท (เช่น กลุ่มผู้ประกอบการ–ไกด์, กลุ่มชุมชน–พระวิทยากร) เพื่อร่วมกันคัดเลือกแก่นคชธรรมที่ “สื่อสารได้” ในบริบทนั้น ระดมไอเดียต้นแบบสื่อ ทดลองใช้สั้น ๆ และสะท้อนคิดร่วมกัน เอกสารประกอบมีแผ่นงานคัดกรองเนื้อหา ผังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และบอร์ดต้นแบบสื่อ (prototype board) เพื่อเก็บร่องรอยการตัดสินใจร่วม

3) ศึกษาและติดตามผลการปฏิบัติ/ทดลอง/ฝึกอบรม เมื่อต้นแบบสื่อพร้อมใช้งาน จะนำไปทดลองใช้ในทริปจริงหรือกิจกรรมฝึกอบรมสั้น ๆ ติดตามผลทั้งระหว่างและหลังจบกิจกรรมด้วยแบบสังเกต คู่มือเช็กลิสต์คุณภาพการดำเนินกิจกรรม การ์ดสะท้อนคิดของผู้เข้าร่วม และการสัมภาษณ์สั้นหลังใช้สื่อ (post-use interview) เพื่อประเมินความชัดเจน ความน่าสนใจ ความเหมาะบริบท และผลต่อความรู้–ทัศนคติ–ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ขั้นตอนที่ 5 การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจากเอกสาร คำให้สัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย บันทึกภาคสนาม ภาพถ่าย/วิดีโอประกอบ และการ์ดสะท้อนคิด ข้อมูลเชิงปริมาณเก็บด้วยแบบสอบถามก่อน–หลัง (pre–post) ที่วัดมิติความรู้ (K) ทัศนคติ (A) และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (BI) ของนักท่องเที่ยวต่อคุณธรรมไม่เบียดเบียน ความรับผิดชอบต่อช้างและชุมชน กระบวนการเก็บข้อมูลยึดหลักสมัครใจ เปิดเผยวัตถุประสงค์ ชี้แจงสิทธิ์การถอนตัว และปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลทุกกรณี

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงธีม (thematic analysis) เริ่มจากการถอดความ–ทำโค้ดแบบเปิด (open coding) จัดหมวดหมู่ และสังเคราะห์เป็นธีม/ซับธีมที่เชื่อมคชธรรม สื่อ พฤติกรรม พร้อมทำแผนภาพความสัมพันธ์ประกอบ เพื่อต่อภาพเชิงประจักษ์ระหว่างผลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณให้สอดคล้องกัน ตลอดกระบวนการมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธี triangulation (วิธี–แหล่ง–ผู้วิจัยร่วม) และตรวจความตรงของเนื้อหาเครื่องมือด้วย IOC พร้อมทดสอบความเชื่อมั่นก่อนใช้จริง

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัย และ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

เมื่อได้ผลเชิงประจักษ์ครบถ้วน ผู้วิจัยสรุปผลตามวัตถุประสงค์ทั้งสาม โดยเรียงลำดับจาก (ก) ชุด หมวดคชธรรมที่ผ่านการกลั่นกรอง (ข) ต้นแบบสื่อ–คู่มือการใช้ และ (ค) ผลการประเมินผลต่อความรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม พร้อมอภิปรายเทียบกับวรรณกรรมเดิม ชี้ให้เห็นคุณูปการและข้อจำกัด ตลอดจนข้อเสนอเชิงนโยบายและการประยุกต์ใช้ในพื้นที่ จากนั้นจึงจัดทำสื่อสารผลในสองรูปแบบ คือ รายงานเชิงวิชาการเพื่อส่งตีพิมพ์และชุดสื่อเพื่อสาธารณะ เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ซ้ำและขยายผลในหลายพื้นที่อย่างยั่งยืน

โครงการยื่นขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ล่วงหน้า ใช้แบบยินยอมโดยสมัครใจ เคารพศักดิ์ศรีผู้ให้ข้อมูล และยึดหลักสวัสดิภาพสัตว์ ไม่ส่งเสริมกิจกรรมที่ก่อความทุกข์ทรมานต่อช้างทุกรูปแบบ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาหลักธรรมจากช้างในคัมภีร์พุทธศาสนาเถรวาท ผลการวิจัยพบว่า ช้างมีความหมายเชิงสัญลักษณ์และเป็นตัวแทนคุณธรรม จริยธรรม และหลักธรรมสำคัญของพระพุทธศาสนา ซึ่งสามารถจัดหมวดหมู่ผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ช้างในคัมภีร์ชาดก พบเรื่องราวช้างในชาดกทั้งที่พระโพธิสัตว์เสวยพระชาติเป็นช้างและที่ช้างมีบทบาทร่วมในเหตุการณ์ รวมทั้งสิ้น 13 เรื่อง เช่น ฉัททันตชาดก มาตุโปสกชาดก สีลวนาคชาดก และเวสสันดรชาดก เป็นต้น โดยแต่ละเรื่องสะท้อนคุณธรรมสำคัญ เช่น ความกตัญญู ความเสียสละ ความมีเมตตา การรักษาศีล และการเตือนโทษของความริษยาและอกตัญญู

2. ช้างในพระพุทธประวัติ ปรากฏช้างสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธองค์ เช่น พระเศวตกุญชร (สุบินนิมิตของพระนางสิริมหามายา), ช้างคิรีเมขล์ (พาหนะพญามาร), ช้างนาฬาคิรี (เหตุการณ์โปรดช้างตกมันให้มีเมตตา) และช้างปาลิไลยกะ (ช้างผู้ปรนนิบัติพระพุทธเจ้าตลอดพรรษา) สะท้อนการนำคุณสมบัติช้างมาเชื่อมโยงกับพระบารมีและพระจริยาวัตร

3. หลักธรรมที่ปรากฏจากช้าง ได้แก่ 1) ทาน ช้างปรากฏทั้งในฐานะผู้ให้ทาน (อามิสทานและธรรมทาน) และเป็นปัจจัยในอานิสงส์ทานของบุคคลอื่น เช่น ช้างปัจจัยนาคในเวสสันดรชาดก 2) ความไม่ประมาท เปรียบเทียบกับรอยเท้าช้างและการถอนตนจากหล่มกิเลส เน้นการดำเนินชีวิตด้วยสติและเพียร 3) ความอดทน อุปมากับช้างศึกที่ผ่านการฝึกฝน อดทนต่อความลำบากและคำล่วงเกิน สะท้อนการฝึกตนและขันติ 4) ความกตัญญู ปรากฏเด่นชัดในมาตุโปสกชาดกที่ช้างโพธิสัตว์เลี้ยงดูมารดาชราตาบอด แสดงถึงการระลึกคุณและตอบแทนบุญคุณ 5) ความเสียสละ เห็นได้จากช้างในหัสติงชาดกที่ยอมสละร่างกายเป็นทานเพื่อช่วยผู้ตกทุกข์ รวมถึงฉัททันตชาดกที่ยอมเสียงาโดยไม่ตอบโต้เพื่อรักษาศีล

4. ช้างในมงคล 7 ประการ ช้างแก้วในฐานะหนึ่งในรัตนะของพระเจ้าจักรพรรดิ เช่น พญาช้างอุโบสถ พญาช้างฉัททันต์ และพญาช้างเอราวัณ ซึ่งสื่อถึงคุณธรรมและบารมีขั้นสูง อธิบายทั้งเชิงรูปธรรมและนามธรรม

5. ช้างในมงคล 108 ประการ ปรากฏในรอยพระพุทธบาท โดยมีช้างสำคัญ 3 ชนิด คือ พญาช้างอุโบสถ พญาช้างฉัททันต์ และพญาช้างเอราวัณ เชื่อมโยงการตีความคุณลักษณะของพระพุทธเจ้าให้เข้าใจผ่านสัญลักษณ์ของช้าง

6. ช้างในพุทธชัยมงคล ปรากฏในชัยชนะของพระพุทธเจ้า เช่น การปราบพญามารที่ขี่ช้างคิรีเมขล์และการโปรดช้างนาฬาคิรีด้วยพระเมตตา แสดงถึงพลังธรรมะที่เหนือกว่าพลังทางโลก

ผลการศึกษาชี้ว่า ช้างในคัมภีร์พุทธศาสนาเถรวาทมีบทบาทเป็นทั้งบุคคลาธิษฐานและสัญลักษณ์ทางธรรม สื่อสารคุณธรรมสำคัญอย่างน้อย 5 ประการ คือ ทาน ความไม่ประมาท ความอดทน ความกตัญญู และความเสียสละ พร้อมทั้งสะท้อนคุณค่าทางสังคมและจิตวิญญาณในฐานะสัตว์มงคลสูงสุด การใช้ช้างในเรื่องเล่าและสัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนาไม่เพียงแต่เป็นองค์ประกอบทางวัฒนธรรม หากยังเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดหลักธรรมสู่การปฏิบัติในชีวิตจริง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการสร้างสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินการพัฒนาสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมภายใต้แนวคิดคชธรรม เริ่มต้นจากการกำหนด Theme ของการสื่อสาร ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์หลักธรรมจากช้างที่ได้จากการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อแรกให้เหลือเพียงคุณธรรม 5 ประการ ได้แก่ ความกตัญญู ความเสียสละ ความอดทน ความเมตตา และความซื่อสัตย์สุจริต การเลือกคุณธรรมเหล่านี้มิได้เป็นเพียงการหยิบยกตามความโดดเด่นของช้างในชาดกเท่านั้น หากแต่เป็นกระบวนการคัดเลือกอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาว่าคุณธรรมเหล่านี้สามารถสื่อสารได้ง่าย กระตุ้นให้ผู้รับสารเข้าใจได้ตรงประเด็น และมีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิต

ของนักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อกำหนด Theme ที่ชัดเจนแล้ว การออกแบบสื่อทั้งหมดจึงสามารถเดินไปในทิศทางเดียวกันได้ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับหรือคลิปวิดีโอ

ในส่วนของ การกำหนดรูปแบบและประเภทของสื่อ ผู้วิจัยตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างผู้รับสาร จึงเลือกสร้างสื่อสองประเภทที่มีบทบาทแตกต่างกันแต่เสริมซึ่งกันและกัน ประเภทแรกคือสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปของแผ่นพับ ซึ่งทำหน้าที่เป็นคู่มือความรู้สำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีข้อดีคือสามารถหยิบอ่านได้สะดวกและเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือติดตัวขณะเดินทาง ส่วนอีกประเภทคือสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะคลิปวิดีโอที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและเข้าถึงอารมณ์ของผู้ชมได้ดีกว่า อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การเลือกสื่อสองประเภทนี้จึงเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้สารคดีคชธรรมสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงดิจิทัล

ในกระบวนการ ออกแบบโครงสร้างการสื่อสาร ผู้วิจัยได้วางบทบาทของแต่ละสื่ออย่างชัดเจน แผ่นพับเน้นเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้ ประกอบด้วยการอธิบายคุณธรรมทั้งห้า ข้อควรปฏิบัติในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และคำคมสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมกับการใส่ QR Code ที่เชื่อมโยงไปยังสื่อดิจิทัล เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการเรียนรู้ ส่วนคลิปวิดีโอมีบทบาทในการสร้างความรู้สึกและประสบการณ์ทางอารมณ์ ถ่ายทอดคุณธรรมแต่ละข้อผ่านการเล่าเรื่องที่ใช้ทั้งภาพจริง ภาพจากเทคโนโลยี AI และ Motion Graphic ประกอบเสียงบรรยายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าไม่เพียงแต่ได้รับข้อมูลเชิงความรู้ แต่ยังได้รับแรงบันดาลใจที่กระทบใจและกระตุ้นให้เกิดการนำไปปฏิบัติจริง

สำหรับการออกแบบแผ่นพับ ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบ Tri-Fold ซึ่งแบ่งออกเป็นด้านในและด้านนอกอย่างชัดเจน ด้านนอกนำเสนอภาพรวมของคชธรรมและคุณธรรมทั้งห้า พร้อมข้อความเชิงกระตุ้นใจให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านในแบ่งเนื้อหาเป็นสามเฟรม โดยเฟรมแรกอธิบายข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามที่นักท่องเที่ยวควรยึดถือเมื่ออยู่กับช้าง เฟรมกลางเน้นการนำเสนอถ้อยคำสร้างแรงบันดาลใจและข้อคิดที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความตระหนักรู้ และเฟรมสุดท้ายสรุปด้วยแนวคิด “คชธรรม : ช้างผู้สอนคุณธรรมแก่โลก” พร้อม QR Code ที่เชื่อมโยงไปยังคลิปวิดีโอ ทั้งหมดนี้ถูกออกแบบโดยใช้โทนสีน้ำเงินและทอง ซึ่งให้ความรู้สึกสง่างาม ศรัทธา และเข้ากับสัญลักษณ์ของช้างในบริบทไทย



Picture 1: Thai-Language Brochure on Moral and Ethical Principles (Front and Back)



Picture 2: English-Language Brochure on Moral and Ethical Principles (Front and Back)



Picture 3: Chinese-Language Brochure on Moral and Ethical Principles (Front and Back)

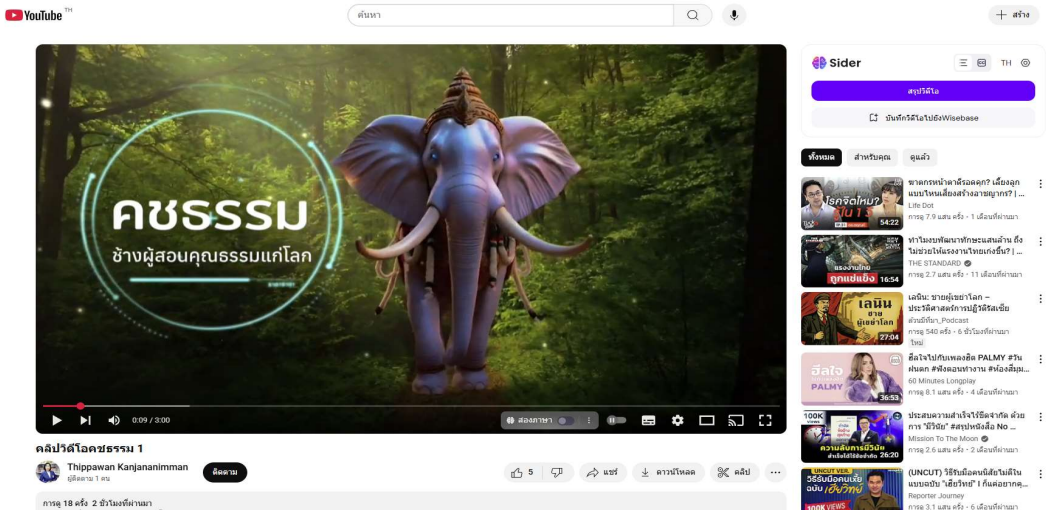
ส่วนการออกแบบคลิปวิดีโอ ผู้วิจัยกำหนดความยาวประมาณสามนาที เนื้อหาประกอบด้วยสามช่วงหลัก ช่วงแรกคือการเปิดเรื่องด้วยภาพช้างและคำบรรยายที่สร้างความรู้สึกศรัทธาและความน่าสนใจ ช่วงกลางนำเสนอคุณธรรมทีละข้อ โดยแต่ละข้อจะประกอบด้วยภาพจริงของช้าง ภาพสร้างด้วย AI และข้อความสั้น ๆ ที่สื่อความหมายกระชับแต่ทรงพลัง ช่วงท้ายสรุปด้วยถ้อยคำเชิญชวนให้ผู้ชมตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างมีคุณธรรม พร้อม QR Code ที่เชื่อมต่อไปยังเพจหรือเว็บไซต์โครงการ การออกแบบคลิปจึงไม่เพียงมุ่งให้ความรู้ แต่ยังสร้างแรงบันดาลใจและความผูกพันเชิงอารมณ์กับผู้ชม

เมื่อผู้วิจัยได้นำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้เบื้องต้นทั้งในพื้นที่จริงและในห้องเรียน ผลที่ปรากฏชี้ชัดว่าสื่อสามารถสร้างความสนใจและการมีส่วนร่วมได้จริง นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับแผ่นพับต่างหยิบอ่านและสแกน QR Code เพื่อติดตามสื่อดิจิทัลต่อ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวและเยาวชนที่รับชมคลิปในห้องเรียนก็มีปฏิกิริยาที่ดีและสามารถสะท้อนความคิดเชิงคุณธรรมที่ตนเองเชื่อมโยงกับชีวิตจริงได้ เช่น การกตัญญูต่อพ่อแม่หรือการเลือกปฏิบัติที่ไม่เบียดเบียนสัตว์ การทดลองใช้เบื้องต้นนี้จึงเป็นหลักฐานสำคัญว่าสื่อที่ออกแบบขึ้นมีประสิทธิภาพในการสื่อสารและสามารถนำไปเผยแพร่ในวงกว้างได้จริง

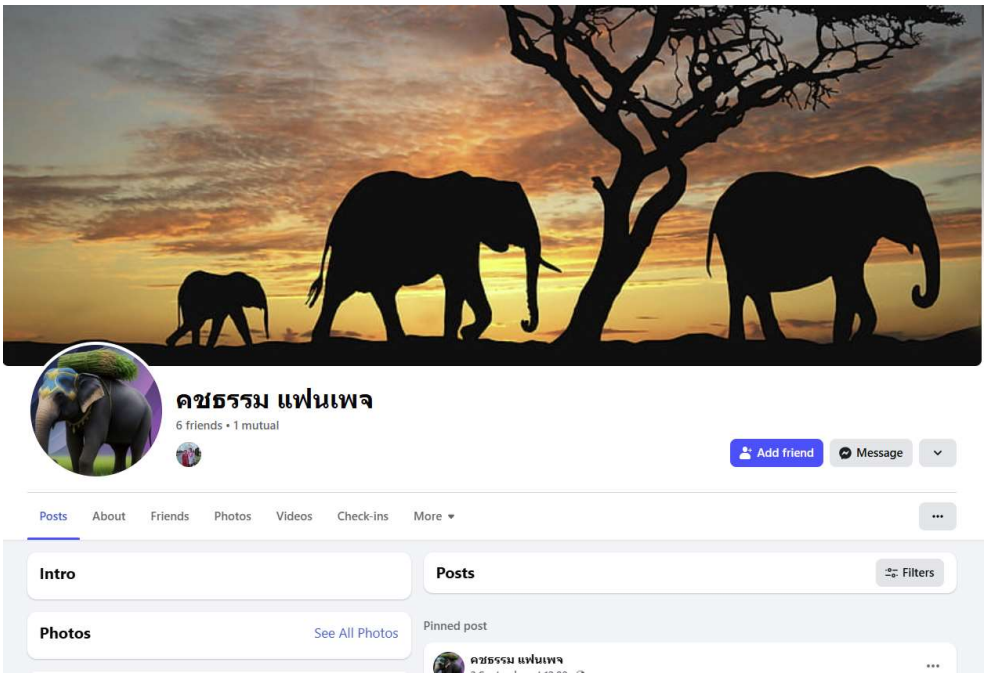
Picture 4: QR Code for Viewing and Downloading Short Video Clips

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเผยแพร่และประเมินสื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ช้างไทย ผลการวิจัยพบว่า การเผยแพร่เชิงพื้นที่ได้จัดทำแผ่นพับเพื่อแจกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังศูนย์อนุรักษ์ช้าง หมู่บ้านช้าง และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แผ่นพับถูกวางไว้ตามจุดบริการนักท่องเที่ยวและมุมความรู้ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถหยิบอ่านและพกพาไปได้สะดวก อีกทั้งยังมีบทบาทเป็นคู่มือย่อยที่ให้ข้อปฏิบัติที่ถูกต้องเมื่อต้องอยู่ร่วมกับช้าง ในขณะเดียวกันยังมีการใช้แผ่นพับประกอบกิจกรรม Workshop ที่มัคคุเทศก์หรือเจ้าหน้าที่จัดขึ้น เพื่ออธิบายคุณธรรมจากช้างแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

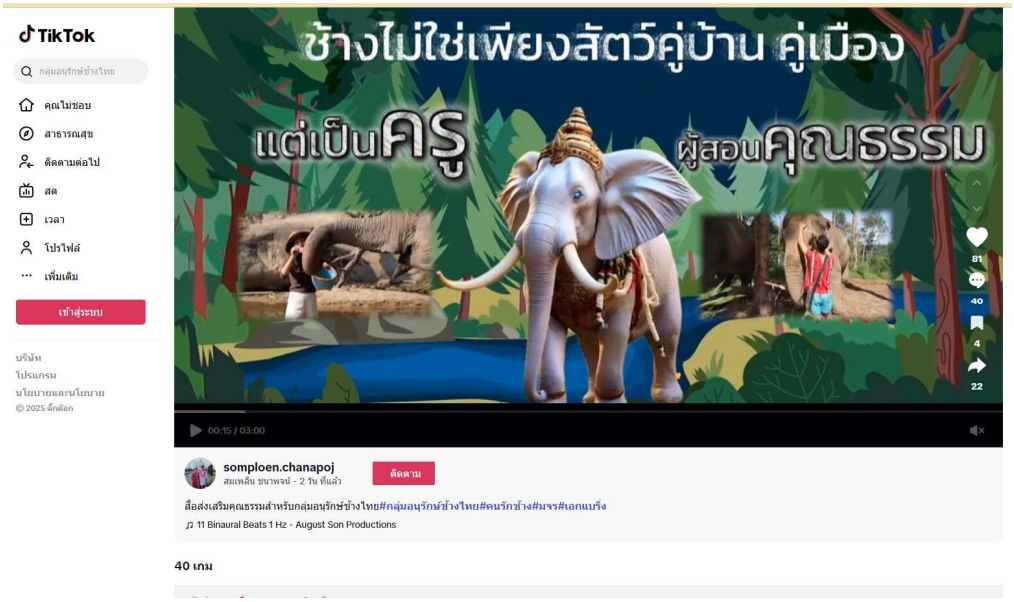
สำหรับการเผยแพร่เชิงดิจิทัล ผู้วิจัยได้ผลิตคลิปวิดีโอความยาวประมาณสามนาที และนำไปเผยแพร่ในหลายแพลตฟอร์ม ได้แก่ YouTube, Facebook และ TikTok โดยแต่ละแพลตฟอร์มมีการปรับเนื้อหาให้เหมาะกับพฤติกรรมการเสพสื่อของผู้ชม เช่น คลิปเต็มที่มีเนื้อหาครบถ้วนเผยแพร่ใน YouTube ส่วนคลิปสั้น 30–60 วินาทีเผยแพร่ใน TikTok และ Facebook Reels เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ยังได้จัดทำ E-Brochure ที่สามารถเปิดอ่านได้ผ่านสมาร์ตโฟน โดยเชื่อมโยงกับ QR Code ในแผ่นพับ ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลได้อย่างสมบูรณ์



Picture 5: Publishing Short Videos on YouTube



Picture 6: Create the Kachatham Page



Picture 7: Publishing Videos on TikTok

อีกหนึ่งรูปแบบการเผยแพร่ที่สำคัญคือการบูรณาการในกระบวนการเรียนการสอนในห้องเรียน ผู้วิจัยในฐานะครูผู้สอนได้ทดลองนำคลิปวิดีโอคชธรรมไปเปิดให้นักเรียนชมในรายวิชาสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ผลปรากฏว่านักเรียนเกิดความสนใจและมีส่วนร่วมในการอภิปรายเป็นอย่างมาก เด็ก ๆ สามารถเชื่อมโยงคุณธรรมจากช้าง เช่น ความกตัญญู ความเมตตา และความเสียสละ เข้ากับประสบการณ์ชีวิตจริงของตนเอง เช่น การกตัญญูต่อพ่อแม่ การช่วยเหลือเพื่อน และการอดทนต่อความยากลำบาก การนำสื่อไปใช้ใน

ห้องเรียนจึงทำให้คชธรรมก้าวข้ามจากการเป็นสื่อสำหรับนักท่องเที่ยวไปสู่การเป็นสื่อการเรียนรู้สำหรับเยาวชน ซึ่งถือเป็นการสร้างรากฐานทางคุณธรรมในระยะยาว

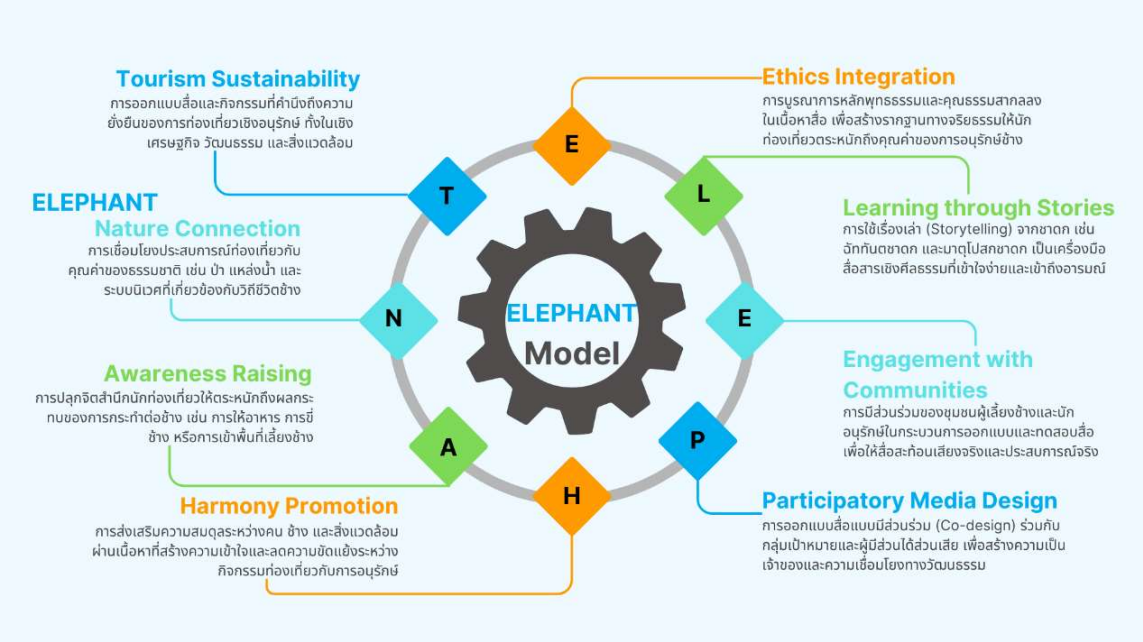


Picture 8: Integrating Kachatham Media into Classroom Teaching and Learning

ในการประเมินผลสื่อ ผู้วิจัยได้ใช้ทั้งวิธีการเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล ผลการสัมภาษณ์ พบว่าผู้รับสื่อมีความเข้าใจคุณธรรมทั้งห้ามากขึ้น โดยเฉพาะความเมตตาและความกตัญญูที่ได้รับการพูดถึงมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และมีความตั้งใจที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น การเลือกกิจกรรมที่ไม่เบียดเบียนช้าง ผลการสัมภาษณ์นี้จึงสะท้อนว่าสื่อมีประสิทธิภาพในการสร้างทั้งความรู้ ความตระหนัก และแรงจูงใจในการปฏิบัติจริง นอกจากนี้ผลการสัมภาษณ์ยังสะท้อนให้เห็นว่า สื่อสามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นการสะท้อนคิดได้จริง นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งกล่าวว่าคลิปวิดีโอทำให้เกิดความเข้าใจใหม่ว่า ช้างเป็นครูของคุณธรรมและพร้อมที่จะเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่เบียดเบียน ขณะเดียวกันการสังเกตในห้องเรียนก็พบว่านักเรียนตั้งใจดูคลิปตลอดเวลา และหลังจากนั้นสามารถแสดงความคิดเห็นเชิงคุณธรรมได้อย่างลึกซึ้ง เช่น หนูอยากซื่อสัตย์เหมือนช้างที่ไม่ทิ้งควาญ หรืออยากเมตตากับเพื่อน ๆ มากขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สะท้อนว่าสื่อไม่ได้เพียงสร้างความเข้าใจเชิงทฤษฎี แต่สามารถปลูกฝังคุณธรรมลงสู่ใจผู้รับสารได้จริง

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยได้สรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่เป็น ELEPHANT Model (Ethical Learning & Engagement for Promoting Harmony, Awareness, Nature, and Tourism) ดังภาพต่อไปนี้



Picture 9: The New Body of Knowledge

คำว่า **ELEPHANT** ไม่เพียงสื่อถึงช้างซึ่งเป็นหัวใจของงานวิจัย แต่ยังเป็นคำย่อที่สะท้อนกระบวนการและองค์ประกอบสำคัญของการสร้างสื่อเพื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม

E ย่อมาจาก Ethics Integration หมายถึง การบูรณาการหลักพุทธธรรมและคุณธรรมสากลลงในเนื้อหาสื่อ เพื่อสร้างรากฐานทางจริยธรรมให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าของการอนุรักษ์ช้าง

L ย่อมาจาก Learning through Stories หมายถึง การใช้เรื่องเล่า (Storytelling) จากชาดก เช่น ฉัททันตชาดก และมาตุโปสกชาดก เป็นเครื่องมือสื่อสารเชิงศีลธรรมที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงอารมณ์

E ย่อมาจาก Engagement with Communities หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนผู้เลี้ยงช้างและนักอนุรักษ์ในกระบวนการออกแบบและทดสอบสื่อ เพื่อให้สื่อสะท้อนเสียงจริงและประสบการณ์จริง

P ย่อมาจาก Participatory Media Design หมายถึง การออกแบบสื่อแบบมีส่วนร่วม (Co-design) ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสร้างความเป็นเจ้าของและความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม

H ย่อมาจาก Harmony Promotion หมายถึง การส่งเสริมความสมดุลระหว่างคน ช้าง และสิ่งแวดล้อม ผ่านเนื้อหาที่สร้างความเข้าใจและลดความขัดแย้งระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์

A ย่อมาจาก Awareness Raising หมายถึง การปลุกจิตสำนึกนักท่องเที่ยวให้ตระหนักถึงผลกระทบของการกระทำต่อช้าง เช่น การให้อาหาร การขี่ช้าง หรือการเข้าพื้นที่เลี้ยงช้าง

N ย่อมาจาก Nature Connection หมายถึง การเชื่อมโยงประสบการณ์ท่องเที่ยวกับคุณค่าของธรรมชาติ เช่น ป่า แหล่งน้ำ และระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตช้าง

T ย่อมมาจาก Tourism Sustainability หมายถึง การออกแบบสื่อและกิจกรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ช้างทำหน้าที่เป็นทั้งบุคคลาธิษฐานและสัญลักษณ์ทางธรรมที่ถ่ายทอดคุณธรรมหลัก (ทาน ความไม่ประมาท ขันติ กตัญญู เสียสละ) ผ่านชาดก เหตุการณ์ในพุทธประวัติ และภาพสัญลักษณ์มงคล จึงทำให้หลักธรรมถูกทำให้เป็นรูปธรรมและเชื่อมกับการปฏิบัติในชีวิตได้ง่าย ข้อค้นพบนี้ สอดคล้องกับงานที่ยืนยันพลังของสื่อ เรื่องเล่า แบบอย่าง ในการปลูกฝังคุณธรรมหลายกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ Limjiasahapong, and Lertrujidumrongkul, (2018) ที่ใช้นิทานตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura เป็นตัวแบบเชิงสัญลักษณ์ให้เด็กเลียนแบบ ความมีน้ำใจได้จริง ในทำนองเดียวกัน งานนี้ใช้ชาดกช้างเป็นแบบอย่างเชิงคุณธรรมให้ผู้รับสารเห็นตัวละคร เหตุการณ์ การตัดสินใจอย่างจับต้องได้ สอดคล้องกับ Mesangrutdharakul, Phramaha Suphon Rakkhitadhammo, and Suwannawong (2021) ที่ใช้ชาดกกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ยกระดับผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจ ชี้ว่าชาดกเป็นภาษาเชิงสัญลักษณ์ที่เข้าถึงผู้รับสารได้กว้างและหลากหลาย ยังสอดคล้องเชิงกรอบคิดกับ Hanwilai (2017) ที่ชี้ว่าพุทธจริยธรรมสำหรับสื่อควรยึดหิริ โอตตัปปะ สัมมาอาชีวะ และการไม่เอนเอียง ซึ่งตรงกับคุณธรรมแกนที่ช้างสื่อถึง อหิงสา สัมมาอาชีวะ ขันติ และช่วยยืนยันความชอบธรรมร่วมสมัยของการใช้ช้างเป็นสื่อกลางทางธรรม ขณะเดียวกัน ผลที่เน้นขันติ ความอดทนเป็นคุณธรรมแกนก็ สอดรับกับ Nooyot, Phokanit, and Hadkhuntod (2022) ที่พบว่าความอดทนอดกลั้นเป็นปัจจัยสำคัญสุดของความฉลาดทางอารมณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ ชี้ทางว่าเมื่อออกแบบสื่อคชธรรมบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ควรเน้นฝึกขันติและการควบคุมตนเป็นพิเศษ

อย่างไรก็ดี งานนี้ก็มีลักษณะแตกต่างจากงานของ Nooyot, Phokanit, and Hadkhuntod (2022) ซึ่งมุ่งพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนและตัวแปรจิตวิทยา ในขณะที่งานนี้เป็นการขุดค้นเชิงคัมภีร์เพื่อนิยามชุดคุณธรรมจากสัญลักษณ์ช้างเป็นฐานเนื้อหา ก่อนนำไปต่อยอดสื่อ และแม้จะสอดคล้องเชิงหลักการกับ Hanwilai (2017) เรื่องพุทธจริยธรรมของสื่อ แต่งานนี้ต่างตรงที่ใช้ช้างเป็นสัญลักษณ์ศูนย์กลางของการสังเคราะห์คุณธรรม ไม่ได้โฟกัสกลไกกำกับวิชาชีพสื่อโดยตรง แม้ใช้ชาดกเช่นกัน แต่งานนี้จำเพาะต่อช้าง ในหลายมิติ เพื่อจัดหมวดคุณธรรม ทาน ไม่ประมาท ขันติ กตัญญู เสียสละ สำหรับ การสื่อสารสาธารณะด้านการอนุรักษ์ช้าง โดยตรง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าสื่อคชธรรมที่พัฒนาขึ้นในสองแพลตฟอร์มแผ่นพับแบบ Tri-Fold ควบคู่กับคลิปวิดีโอความยาวสั้นที่สื่อสารผ่านเรื่องเล่า ภาพจริง ภาพสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี และเสียงบรรยายสองภาษา สามารถทำงานเสริมฤทธิ์กันได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในมิติการทำให้สารคมชัดและจับต้องได้หน้างาน และมิติการเร้าอารมณ์ สร้างแรงบันดาลใจในโลกดิจิทัล องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้สื่อมีพลังคือการวางแกนสารคุณธรรม 5 ประการ กตัญญู เสียสละ อดทน เมตตา ซื่อสัตย์สุจริต จากการสังเคราะห์เนื้อหาเชิงคัมภีร์ แล้วแปลเป็นสคริปต์สั้น กระชับ มีตัวแบบเชิงสัญลักษณ์จากชาดกช้าง เชื่อมด้วยกิจกรรมเช็กลิสต์พฤติกรรมที่ผู้รับสารนำไปใช้ได้ทันทีในบริบทท่องเที่ยวจริง ผลดังกล่าว สอดคล้อง อย่างชัดเจนกับงานวิจัยที่ชี้ประสิทธิผล Sakulpram, Kharompratch Khlaikaew, and Prasitchok (2020) และ Songtrairat et al. (2022) ที่พบว่าสื่อแอนิเมชัน มัลติมีเดียสามารถยกระดับความรู้และเจตคติด้านจริยธรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อออกแบบให้เหมาะกับพฤติกรรมเสพสื่อยุคดิจิทัล ตรงกับที่งานนี้ใช้วิดีโอสั้นและสื่อสิ่งพิมพ์เชื่อม QR เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ต่อเนื่องข้ามแพลตฟอร์ม อีกทั้งสอดคล้องกับ Limjiasahapong and Lertrujidumrongkul (2018) และ Pepathai (2022) ที่ยืนยันบทบาทของนิทาน แอนิเมชันในฐานะตัวแบบเชิงสัญลักษณ์ ตามกรอบการเรียนรู้โดยการสังเกตของ Bandura ซึ่งช่วยให้ผู้รับสารเลียนแบบและ internalize คุณธรรมได้ ประเด็นนี้สะท้อนตรงกับวิธีที่งานนี้ใช้ชาดกช้างเป็นแกนเล่าเรื่องเพื่อชวนให้ผู้ชมเห็น รู้สึก อยากทำตาม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Mesangrutdharakul, Phramaha Suphon

Rakkhitadhammo, and Suwannawong (2021) ที่แสดงให้เห็นว่าชาดกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจในการเรียนรู้ ซึ่งหนุนแนวทางการผสานสื่อดิจิทัลกับสาระเชิงคัมภีร์ของงานนี้ขณะเดียวกัน ผลที่เน้นการออกแบบสำหรับการรับชมบนโทรศัพท์และในช่วงเวลาการใช้งานสูงก็ไปในทิศทางเดียวกับข้อค้นพบของ Nooyot, Phokanit, and Hadkhuntod (2022) ที่ระบุรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถี่ผ่านสมาร์ตโฟนและชี้บทบาทของความอดทนอดกลั้น การควบคุมตน สุดท้าย โครงสร้างการเรียนรู้แบบ Head–Heart–Hand ของ Chaibutra, Poolaiyoa, and Phrakhrupariyatkittiwimol (2018) ก็สะท้อนอยู่ในดีไซน์: แผ่นพับให้ความเข้าใจ (Head) วิดีโอจูงใจ/อิน (Heart) และเช็กลิสต์ Do & Don’t/กิจกรรมหน้างานพาไปปฏิบัติ (Hand)

ขณะเดียวกัน งานนี้ก็มี ความแตกต่างด้านการออกแบบและทดสอบสื่อเป็นหลักในห้องเรียนหรือกับกลุ่มผู้เรียนเฉพาะ เพราะงานนี้ออกแบบ เพื่อสนามท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจังหวะเวลา พื้นที่ และแรงจูงใจของผู้รับสารต่างออกไปอย่างมาก จึงต้องวางจุดสัมผัสสื่อ ที่สอดคล้องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (หยิบอ่านไว สแกน QR ไว ดูคลิปสั้นก่อนตัดสินใจ) และเชื่อมสู่การกระทำจริงทันที ณ จุดบริการ นอกจากนี้แตกต่างจาก Nooyot, Phokanit, and Hadkhuntod (2022) ที่มุ่งสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของเยาวชนและปัจจัยเชิง EQ ในบริบททั่วไป เพราะงานนี้ใช้ข้อมูลเชิงพฤติกรรมออนไลน์เป็นเงื่อนไขออกแบบสื่อ แต่ตั้งเป้าผลลัพธ์ในเชิงจริยธรรมการท่องเที่ยวและสวัสดิภาพช้างเป็นหลัก อีกทั้งแตกต่างจาก Jutarosaga, and Charoensuk (2019) ที่พัฒนารูปแบบเชิงโครงสร้างกระบวนการสำหรับองค์กร โดยงานนี้มุ่งต้นแบบสื่อสาธารณะ ที่ deploy ได้ทันทีในชุมชน ศูนย์อนุรักษ์ มากกว่าการปรับระบบภายในองค์กรการศึกษา และแม้จะไปทางเดียวกับ พระครูปลัดณฐกรฯ ในหลัก Head–Heart–Hand งานนี้ก็จำเพาะด้วยฐานเนื้อหาจากช้างในคัมภีร์และ การใช้งานจริงในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องคำนึงถึงข้อจำกัดสวัสดิภาพสัตว์และการสื่อสารสาธารณะ ณ จุดบริการ มากกว่าการฝึกอบรมแบบแผนในห้องเรียน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่ากลยุทธ์เผยแพร่เชิงหลายช่องทาง (omni-channel) ที่ผสานพื้นที่จริงกับสื่อดิจิทัล และเชื่อมต่อสู่ชั้นเรียน สามารถยกระดับความเข้าใจ ทัศนคติ ความตั้งใจปฏิบัติของผู้รับสื่อได้พร้อมกัน ทั้งนี้เพราะสถาปัตยกรรมสื่อถูกออกแบบให้สอดคล้องกับเส้นทางการตัดสินใจของผู้ใช้จริง ณ หน้างาน นักท่องเที่ยวได้รับแผ่นพับและกิจกรรมสั้นที่ทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นการกระทำทันที ขณะที่สื่อดิจิทัลทำหน้าที่เร้าอารมณ์และต่อยอดการเรียนรู้ระหว่างและหลังการท่องเที่ยว เมื่อเข้าสู่ชั้นเรียนสื่อเดียวกันถูกใช้เพื่อเปิดสนทนาและสรุปบทเรียน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ Sakulpram, Kharompratch, Khlaikaew, and Prasitchok (2020) ตลอดจน Songtrairat et al. (2022) ที่ยืนยันประสิทธิผลของสื่อมัลติมีเดียในการยกระดับความรู้และเจตคติด้านคุณธรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อออกแบบให้เหมาะกับพฤติกรรมการเสพสื่อยุคดิจิทัล แนวโน้มนี้ยังสอดรับกับ Mesangrutdharakul, Phramaha Suphon Rakkhitadhammo, and Suwannawong (2021) ซึ่งแสดงผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจสูงจากการใช้ชาดกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อธิบายได้ว่าทำไมคลิปคชธรรมที่วางอยู่บนแพลตฟอร์มสาธารณะจึงก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในระดับสูง ในระดับจังหวะการเผยแพร่และการเลือกแพลตฟอร์ม ผลของงานวิจัยไปในทิศทางเดียวกับข้อค้นพบของ Nooyot, Phokanit, and Hadkhuntod (2022) ที่รายงานการใช้สื่อผ่านสมาร์ตโฟนถี่และบทบาทของความอดทนอดกลั้น การควบคุมตน ในความฉลาดทางอารมณ์ นำไปสู่เหตุผลรองรับการปล่อยคลิปสั้นในช่วงเวลาพีคและเน้นสารที่เสริมขันติ อหิงสา ขณะเดียวกัน กรอบ 3Hs (Head–Heart–Hand) ของ Chaibutra, Poolaiyoa, and Phrakhrupariyatkittiwimol (2018) อธิบายได้ว่าทำไมการจัดวางสื่อเป็นลำดับรู้ อิน ลงมือ จึงทำให้คะแนนทัศนคติและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมขยับขึ้นอย่างสอดคล้องกัน อีกด้านหนึ่ง แนวคิดพุทธจริยธรรมสื่อของ

นงค์นาถ ห่านวิไล (Hanwilai, 2017) ก็รองรับท่าทีของงานนี้ที่หลีกเลี่ยงการเร้าอารมณ์เกินจำเป็นและยึดหลักไม่เบียดเบียนสัตว์ ทำให้สื่อได้รับการยอมรับในฐานะสื่อสาธารณะที่รับผิดชอบ

สรุป

งานวิจัยคชธรรมเริ่มจากคำถามง่ายแต่ทรงพลังว่า ช้างในคัมภีร์เถรวาทสามารถเป็นสะพานเชื่อมหลักธรรมสู่ชีวิตร่วมสมัย ทำหน้าที่เป็นทั้งบุคคลาธิษฐานและสัญลักษณ์ทางธรรมที่ทำให้หลักคุณธรรมจับต้องได้ ผ่านโครงเรื่องชาดก เหตุการณ์ในพระพุทธประวัติ และภาพสัญลักษณ์มงคล การสังเคราะห์เนื้อหาชี้แกนคุณธรรมอย่างน้อยห้าประการ ทาน ความไม่ประมาท ขันติ กตัญญู และความเสียสละ ซึ่งล้วนแปลเป็นพฤติกรรมทางสังคมได้ตรงไปตรงมา เช่น การยับยั้งชั่งใจ ไม่เบียดเบียน และการตอบแทนคุณ เมื่อมีฐานเนื้อหาที่ชัด งานวิจัยจึงต่อยอดไปสู่การสร้างสื่อ โดยยึดหลักว่าสื่อที่ดีต้องพาผู้รับสารรู้ อิน ลงมือทำ ในบริบทจริง ผลการพัฒนาชี้ว่าแพลตฟอร์มสองชนิดทำงานเสริมกันคือ (1) แผ่นพับแบบ Tri-Fold ทำหน้าที่จัดระเบียบความรู้และเป็นคู่มือพฤติกรรม พร้อม QR เพื่อเชื่อมต่อสื่อออนไลน์ และ (2) คลิปวิดีโอสั้นราว ถ่ายทอดเรื่องเล่าจากชาดกช้างด้วยภาพจริง ภาพสร้างสรรค์และเสียงบรรยายสองภาษา จุดเด่นคือการคุมธีมคุณธรรม 5 ประการ ให้เป็นเอกภาพของสาร และวางตำแหน่งบทบาทของแต่ละสื่ออย่างชัดเจน สิ่งพิมพ์เน้นสาระ วิดีโอเน้นอารมณ์ เพื่อขับเคลื่อนทั้งความเข้าใจและแรงบันดาลใจไปพร้อมกัน ในเชิงการเผยแพร่ งานวิจัยเลือกสถาปัตยกรรมแบบหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกว้างและลึกพร้อมกัน เชิงพื้นที่ใช้การแจกแผ่นพับ ตั้งมุมความรู้ เชิงดิจิทัลใช้คลิปเต็มบน YouTube คลิปสั้นบน TikTok/Facebook ผ่าน QR และเชิงการศึกษานำสื่อเดียวกันไปเปิดบทเรียนอภิปรายในชั้นเรียน วิธีนี้ทำให้ จุดสัมผัสสื่อ สอดคล้องกับเส้นทางการตัดสินใจของผู้ใช้จริงหยิบอ่านสั้น สแกน QR ดูคลิป แล้วเลือกกิจกรรมที่ไม่เบียดเบียนก่อนต่อยอดสู่การทบทวนและสื่อสารซ้ำในห้องเรียน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ช้างในคัมภีร์เถรวาทเป็นสัญลักษณ์แบบอย่าง คชธรรม 5 ประการ ได้แก่ ทาน ไม่ประมาท ขันติ กตัญญู เสียสละ ซึ่งแปลงเป็นแนวปฏิบัติสาธารณะได้ ไม่เบียดเบียนสัตว์ ยับยั้งชั่งใจ รับผิดชอบต่อชุมชน สิ่งแวดล้อม ดังนั้น โรงเรียน/สถาบันการศึกษาควรบูรณาการหลักธรรมจากช้างกับการเรียนการสอน เพื่อให้นักเรียนได้ตระหนักถึงความอดทนต่อความยากลำบากในการดำเนินชีวิต

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า สื่อคชธรรม 2 แพลตฟอร์ม ที่ทำงานเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพ แผ่นพับ Tri-Fold และ คลิปวิดีโอ เรื่องเล่าชาดกช้าง ภายใต้ธีม คุณธรรม 5 ประการ ใช้งานได้จริงทั้งหน้างานท่องเที่ยวและในห้องเรียน สร้างการมีส่วนร่วมสูงและนำไปปฏิบัติได้ทันที ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้ 1) อปท.เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน สนับสนุนงบ ผลิต ติดตั้งสื่อ และเผยแพร่รายชื่อผู้ประกอบการที่นำชุดสื่อไปใช้ตามเกณฑ์ 2) โรงเรียน/สถาบันการศึกษาควรบูรณาการคลิปใบงานคชธรรมในวิชาสังคม ศาสนา พร้อมแบบประเมิน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การเผยแพร่สื่อคชธรรมหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงกว้างและลึกพร้อมกัน เช่น การแจกแผ่นพับ คลิปเต็มบน YouTube คลิปสั้นบน TikTok/Facebook ผ่าน QR ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้ 1) โรงเรียนควรส่งเสริมให้เด็กได้เห็นคุณค่าของช้างและ

ปลูกจิตสำนักรักษ์ช้างส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมแก่ช้าง 2) ศูนย์หรือปางช้างควรนำวีดีโอสั้นเปิดก่อนเข้าชมเพื่อเป็นการย้ำให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงจริยธรรมที่จะมีต่อช้าง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ผลระยะยาวของสื่อคชธรรม ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่เบียดเบียน: การติดตามแบบ Longitudinal เชื่อม K–A–BI กับข้อมูลการตัดสินใจจริง

2.2 การทดลองเปรียบเทียบประสิทธิผลสื่อคชธรรม แผ่นพับ vs วิดีโอสั้น/ยาว vs อินโฟกราฟิก ต่อความรู้ ทัศนคติ ความตั้งใจ พฤติกรรม

2.3 การพัฒนาและประเมินสื่อคชธรรมข้ามวัฒนธรรม/หลายภาษาและการเข้าถึงสำหรับผู้มีความต้องการพิเศษ ความเหมาะสมบริบทและต้นทุนและประสิทธิผล

References

Chaibutra, N., Poolaiyoa, K., & Phrakhrupariyatkittiwimol. (2018). Model for Enhancing Youth's Morals and Ethics Based on Lanna Proverbs Chiang Mai Province. *Journal of Peace Periscope*, 4(2), 91–105.

Hanwilai, N. (2017). *The Way to Enhance Ethics for Thai Media Using Buddhist Integration*. (Doctoral Dissertation). Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Ayutthaya.

Limjiasahapong, S., & Lertrujidumrongkul, P. (2018). The Media Design to Enhance Generosity: Case Study: Pupils at Watsangwornpimonpaiboon School, Nonthaburi. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 11(2), 2870–2884.

Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (1996). *Thai Tripitakas*. Bangkok: MCU Press.

Mesangrutdharakul, W., Phramaha Suphon Rakkhitadhammo, & Suwannawong, B. (2021). The Model Development Multimedia for Jataka to Promote the Morality and Ethics for Deaf Students at the Special Education Center in NRRU University. *Journal of Modern Learning Development*, 6(2), 158–168.

N Nakhon, P. (1995). *Jintawan Thai Literature*. Bangkok: Thai Watthana Panit Printing Co., Ltd.

Nadee, P., & Serpram, N. (2022). The Development for the Image of Thai Elephant Tour on Tourism for Entertainment. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(6), 419–732.

Nooyot, K., Phokanit, K., & Hadkhuntod, P. (2022). Enhancing Morality, Ethics, and Emotional Intelligence in Online Social Media Selection of Youths in Chaiyaphum Province. *Journal of MCU Ubon Review*, 7(3), 103–114.

Phra Srisuddhisopon (Vilat Ñāṇavīro). (1970). *Thai Literature: Phumiwilasini*. Bangkok: Phrachan Press.

Rattanawirakun, K. (2007). *Marketing Evolution of the Tourism Industry*. Bangkok: Thai Hotels Association.

Sakulpram, S., Kharompratch, K., Khlaikaew, P., & Prasitchok, P. (2020). *Research and Development of Instructional Media to Cultivate Moral through Social Media for Undergraduate Students*. (Research Report). Bangkok: National Research Council of Thailand (NRCT).

Songtrairat, P. et al. (2022). Promoting Morality Ethics Using Multimedia High School Level. *Journal of Integration Social Sciences and Development*, 2(2), 15–22.

Sujariyawong, S., Chaichompoo, S., & Punhoon, S. (2019). Model Development for Enhancing Students' Ethical and Moral Training by Implementing Scouting Process in Primary Schools under Bangkok Metropolitan. *Journal of Graduate Studies Review*, 15(3), 77–86.

Woradejnaiyana, K., & Hongsuwan, P. (2020). The Elephant in Isan Literature: Assembly Created the Identity and Cultural Meaning. *Journal of MCU Peace Studies*, 8(1), 233–246.