

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเชิงรุกผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง  
The Proactive of Buddhism Propagation via Social Media in Ming Mueang Mul  
Temple, Mueang District, Lampang

พระครูสิริธรรมบัณฺฑิต (Phrakrusirithammabandit)<sup>1</sup>

บุรินทร์ รุจจนพันธุ์ (Burin Rujjanapan)<sup>2</sup>

บุษกร วัฒนบุตร (Busakorn Watthanabut)<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนา 2) นำเสนอหลักธรรมในพระพุทธศาสนาผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล ใช้วิธีการวิจัยแบบผสานวิธี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 10 คน และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจำนวน 30 คน โดยเก็บข้อมูล 3 ประเภท คือ ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ศึกษาความมีปฏิสัมพันธ์ต่อสื่อธรรมะ และแบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยสื่อธรรมะที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขึ้นวิเคราะห์และเขียนเนื้อหา ขึ้นบันทึกและตัดต่อ ขึ้นโพสต์และแบ่งปัน ขึ้นติดตามผลและประเมินผล ซึ่งจำแนกได้เป็น 16 กิจกรรม 2. คุณภาพหลักธรรมที่นำเสนอผ่านสื่อธรรมะในแต่ละคลิปวิดีโอพบว่า ที่ได้รับผลประเมินความพึงพอใจสูงสุด คือ เรื่องพรปีใหม่ มีผลประเมินอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนประสิทธิภาพของสื่อธรรมะประเภทคลิปวิดีโอ พบว่า ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือ มีผลประเมินอยู่ระดับมากที่สุด ส่วนประสิทธิภาพของสื่อธรรมะประเภทอีบุ๊ก พบว่า ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือ มีผลประเมินอยู่ระดับมากที่สุด จึงสรุปได้ว่า รูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่นำมาใช้ เมื่อได้ประเมินผลทั้งสามส่วน พบว่า ผลประเมินทุกส่วนอยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ:** การเผยแผ่ พระพุทธศาสนา สื่อธรรมะ สื่อสังคม วัดมิ่งเมืองมูล

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study the pattern of Buddhism propagation and 2) to present the principles of Buddhism through social media of Ming Mueang Mul temple. This study was mixed-method research. A sample of 30 people was selected by convenient sampling and 10 people were interviewed by a semi-structured interview. Documentary research, Dhamma media interaction study, and online questionnaires were used as the data collection tools.

<sup>1</sup> สาขาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

E-mail : phanu\_mculp@hotmail.com

<sup>2</sup> สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น E-mail : burin\_ruj@nation.ac.th

<sup>3</sup> สาขาวิชาการพัฒนาธุรกิจและทุนมนุษย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ E-mail : busaaiey2516@gmail.com

The results of the research were the development of a model of Buddhism propagation through Dhamma media which consisted of 4 steps: 1) content analysis and writing, 2) recording and editing, 3) posting and sharing, and 4) follow-up and evaluation, which can be classified into 16 activities. The quality of dhamma principles presented through Dhamma media in each video clip found that the highest satisfaction rating was New Year's blessings. In the case of the efficiency of Dhamma media found that the factor with the highest satisfaction is reliability. In the same way, the efficiency of the e-book of Dhamma media also was revealed that the most satisfaction was reliability. Therefore, it can be concluded that the model of Buddhism propagation in Ming Mueang Mul Temple that is used to evaluate all three parts was at the highest level.

**Keywords:** Propagation, Buddhism, Dhamma media, Social media, Ming Mueang Mul Temple

วันที่รับบทความ : 14 กันยายน 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 15 พฤศจิกายน 2564

วันที่ตอบรับบทความ : 30 พฤศจิกายน 2564

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของสถาบันสงฆ์หรือพระสงฆ์ได้ถูกพัฒนาตามบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก สถาบันสงฆ์ในประเทศไทยมีบทบาทเชื่อมโยงกับสถาบันทางสังคมเป็นเครือข่ายที่ทำงานพัฒนาร่วมกันเชิงบูรณาการที่ยึดโยงบ้าน วัด โรงเรียน สอดคล้องกับคำว่าการบูรณาการที่ยึดโยงบ้าน วัด โรงเรียน สอดคล้องกับคำว่า บวร หมายถึง การบูรณาการการศึกษาที่สมบูรณ์ที่เน้นการพัฒนาด้านคุณธรรมผ่านการเรียนรู้ร่วมกันทั้งบ้าน วัด และโรงเรียน (ขวัญดิน สิงห์คำ, 2556)

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเพื่อส่งเสริมศรัทธาให้เข้มแข็ง พบว่ามีการเผยแผ่เข้าไปทั้งสังคมออนไลน์และสังคมออฟไลน์ นอกจากพระสงฆ์จะทำหน้าที่เผยแผ่สารธรรมในวัด และรอบวัดก็ยังไม่เพียงพอ เพราะยังมีโลกอีกใบที่เปรียบเหมือนโลกคู่ขนาน ปัจจุบันชาวพุทธนิยมการมีวิถีชีวิตใหม่ในสภาพแวดล้อมใหม่ นั่นคือสังคมออนไลน์ที่เป็นโลกเสมือนจริง ซึ่งไม่ต่างกับสังคมออฟไลน์ที่วัดยังต้องมีบทบาทสำคัญไม่เพียงแต่การเผยแผ่สารธรรม แต่วัดยังมีบทบาทอื่น อาทิ บทบาทด้าน

การส่งเสริมการศึกษา บทบาทด้านสาธารณสุขสงเคราะห์ บทบาทด้านส่งเสริมเครื่องรางของขลัง บทบาทด้านการส่งเสริมเผยแพร่ธรรม บทบาทด้านการส่งเสริมศิลปะ ประเพณี และพิธีกรรม บทบาทด้านการท่องเที่ยว โดยการขับเคลื่อนร่วมกันทั้งพระสงฆ์ และศรัทธาในชุมชนเป็นสำคัญ (พระมหาภาณุวัฒน์ ปฎิภาณเมธี และศศิวิมล แรงสิงห์, 2562)

นอกจากนั้น วัดยังมีบทบาทในการอบรมสั่งสอน คุณธรรมจริยธรรม ความเข้มแข็งในสถาบันครอบครัว สร้างเสริมบทบาทที่พึ่งกระทำต่อกันในครอบครัว ชุมชน และสังคม เพื่อลดปัญหา และแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง (ยุรนนท์ ตามกาล, 2557) วัดถือเป็นสถาบันหนึ่งในวัฒนธรรมที่ซับซ้อนที่มี 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัดฤๅได้แก่ อาคาร สิ่งก่อสร้าง สิ่งประดิษฐ์ และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัดฤๅ หมายถึง แบบแผนการดำเนินชีวิต กฎ กติกา ระเบียบ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ภาษา ศิลปกรรม (ณรงค์ เสงี่ยมประชา, 2539) ซึ่งวัดกับชุมชนถูกหล่อหลอมกลมกลืนเป็นวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อกัน

ความเป็นมาของวัดในพระพุทธศาสนาดำเนินไปพร้อมความเป็นมาของชุมชน เช่นเดียวกับวัดมิ่งเมืองมูล อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนถึงยุคของพระครูอาทรพิพัฒนกิจ (กนกวรณ อุทองทรัพย์, 2559)

จากบทบาทและความเป็นมาของวัดมิ่งเมืองมูลพบว่า ชุมชนไม่ได้ตั้งอยู่เฉพาะในชุมชน แต่เชื่อมโยงกับสังคมภายนอก และสังคมออนไลน์ที่ทวีความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ภายในสังคมออนไลน์หรือสื่อสังคมมีการสื่อสารที่หลากหลายกลายเป็นสถานที่ที่ผู้คนใช้เวลาในโลกเสมือนจริงเพิ่มขึ้น การเชื่อมโยงกิจกรรมพัฒนา วัด บ้าน โรงเรียนเริ่มเข้าไปอยู่ในสื่อสังคม เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้คนในชุมชนและนอกชุมชนสามารถเชื่อมโยงกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ปรับเปลี่ยนแนวคิดแนวปฏิบัติให้เท่าทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

วัดมิ่งเมืองมูลให้ความสำคัญกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเชิงรุก (รุ่งภรณ์ กล้ายประยงค์, 2563) โดยศึกษาการสร้างรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ที่มุ่งนำเสนอสาระธรรมเข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคมที่มีศรัทธาในพระธรรมมุงยกระดับความศรัทธาให้กล้าแข็งยิ่งขึ้น โดยขับเคลื่อนผ่านทั้งสื่อสังคมออนไลน์ และสังคมออฟไลน์ควบคู่กัน ผ่านความร่วมมือของเครือข่ายบ้าน วัด และโรงเรียน เพื่อการเป็นที่พึ่งทางใจของพุทธศาสนิกชน จึงพัฒนารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาตามวงจรชีวิตการพัฒนาให้ได้รูปแบบการเผยแผ่เชิงรุกที่สมบูรณ์อีกรูปแบบหนึ่ง

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

1.2.2 เพื่อนำเสนอหลักธรรมในพระพุทธศาสนาผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

### 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

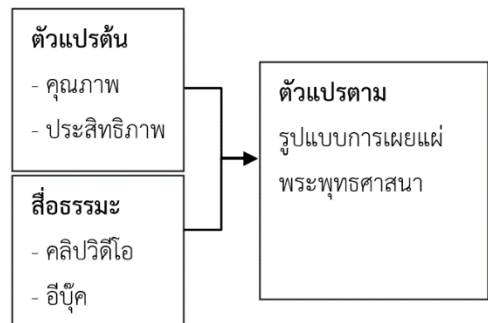
1.3.1 ประชากร คือ กลุ่มศรัทธาของวัดมิ่งเมืองมูลที่ใช้บริการสื่อสังคมและเคยเข้าถึงเว็บไซต์หรือแฟนเพจของวัดมิ่งเมืองมูล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

1.3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 10 คน ซึ่งเป็นกลุ่มศรัทธาของวัดมิ่งเมืองมูลและใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) พิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยทั้งหมด 30 คน โดยเลือกตามลักษณะความพร้อมและความสะดวกของกลุ่มตัวอย่าง

### 1.4 สมมติฐานการวิจัย

รูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในสื่อสังคมทำให้กลุ่มศรัทธาของวัดมิ่งเมืองมูลมีความพึงพอใจในระดับมากขึ้นไปต่อประสิทธิภาพของสื่อธรรมะ

### 1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

## 2. แนวคิดทฤษฎี

การอยู่ร่วมกันในสังคมจำเป็นที่ทุกคนต้องมีหลักธรรมประจำใจ ผ่านการเผยแผ่ อบรม ชี้นำ ชี้แนะ ชี้แนะให้ทุกคนได้ดำเนินชีวิตตามหลักที่ถูกต้องร่วมกันได้อย่างปกติสุข โดยสถาบันสงฆ์คือสถาบันหนึ่งที่มีหน้าที่เผยแผ่หลักธรรมในการครองตน ครองคน และครองงาน

การเผยแผ่พระพุทธศาสนา คือ การนำคำสอนในพระพุทธศาสนาไปปรากฏต่อการรับรู้ของบุคคลกลุ่มบุคคลและมวลชนผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสื่อบุคคล

และสื่อมวลชน โดยมุ่งหวังให้ผู้รับเข้าใจและนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ คือ สามารถส่งผลกระทบต่อสังคมในระดับต่าง ๆ จนถึงพระนิพพาน (พระศรีธมฺมพัฒน์ , 2562)

การเผยแพร่สารธรรมเชิงรุก (Proactive Dhamma Propagation) คือ การสื่อสารรูปแบบหนึ่งเพื่อเผยแพร่สารธรรม โดยกำหนดเป้าหมายไว้ล่วงหน้า ซึ่งยังไม่มีปัญหาเกิดขึ้น แต่เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย เป็นสิ่งที่ทำเพื่อการป้องกัน มิใช่แก้ปัญหาที่สอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งภรณ์ กล้ายประยงค์ (2563)

รูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาใช้ต้นแบบจากวงจรเดมมิง (Deming Cycle) คือ แนวคิดการพัฒนาการทำงานเพื่อควบคุมคุณภาพงานให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประกอบด้วย 1) การวางแผนเตรียมการ 2) ดำเนินการ 3) ประเมิน และ 4) นำผลการประเมินมาพัฒนาให้ดีขึ้น แล้วทบทวนเพื่อวางแผนเข้าวงจรรอบต่อไป ที่สอดคล้องกับการศึกษาของ ธีรพงศ์ ทับอินทร์ (2558) ที่ใช้วงจรคุณภาพมาใช้เป็นกลไกพัฒนางานวิจัย

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ที่ใช้การศึกษาข้อมูลจากเอกสารแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ซึ่งมีรูปแบบทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สอดคล้องกับแนวทางของ วลัยนิภา ผลากบาง (2560) ที่ได้ทำวิจัยแบบผสมผสาน จึงได้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับกลุ่มศรัทธาของวัดมิ่งเมืองมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้อการเนื้อหาความคิดเห็นต่อรูปแบบการใช้สื่อสังคม และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ และแบบสอบถามใช้เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อธรรมะ

ซึ่งการวิจัยจะนำเสนอรูปแบบที่ได้จากการพัฒนาไปทดลองใช้ควบคู่กับการพัฒนาสื่อธรรมะแล้วเผยแพร่ในสื่อสังคมเป้าหมาย โดยเก็บข้อมูลประกอบการศึกษามี 3 ประเภท คือ 1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) 2) ศึกษาความมีปฏิสัมพันธ์

ต่อสื่อธรรมะ (Dhamma Media Engagement) ที่ถูกพัฒนาขึ้น ระหว่างการเผยแพร่พระพุทธศาสนา 3) แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เพื่อให้ได้ข้อมูลผลการพัฒนาสื่อธรรมะ

โดยเนื้อหาในการจัดทำสื่อธรรมะคลิปวิดีโอ และอีบุ๊ก คือ เนื้อหาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลมาพิจารณาร่วมกับสถานการณ์ เทศกาล และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวัดมิ่งเมืองมูล

การนำเครื่องมือไปตรวจสอบคุณภาพ จำนวน 2 เครื่องมือ ได้แก่ การทดสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face validity) โดยเพื่อนนักวิชาการอ่านแบบสอบถาม พิจารณารูปแบบ คำชี้แจง การใช้ภาษา ความชัดเจน ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามว่าตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ และประเมินผลว่ามีเนื้อหาสอดคล้องกับเรื่องที่ต้องการหรือไม่ แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญด้านที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน คือ ด้านพระพุทธศาสนา ด้านสื่อสังคม และด้านมิติมีเดีย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องความชัดเจน ความสอดคล้องของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence, IOC) เท่ากับ 0.88

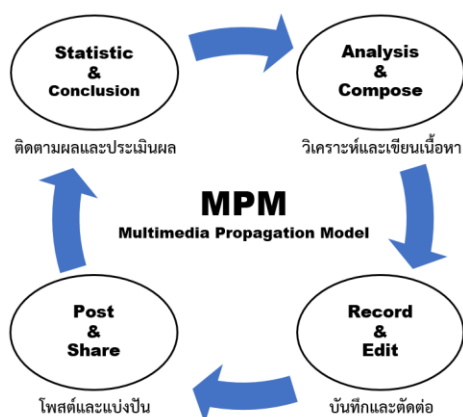
แบบสอบถามจัดทำด้วย Google Form ตอบรับนโยบายเว้นระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์เกิดโรคระบาด โดยส่งลิงค์แบบสอบถามถึงกลุ่มเป้าหมายที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจงแต่ละคนโดยตรง

การแปลผลคะแนนสามารถสรุปเป็นระดับของความพึงพอใจ โดยนำระดับสูงสุดลบระดับต่ำสุดแล้วหารด้วยจำนวนช่วงที่ตั้งไว้ จึงได้เกณฑ์การแปลผลคะแนน ดังนี้ มากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 4.21–5.00 มากมีคะแนนเฉลี่ย 3.41–4.20 ปานกลางมีคะแนนเฉลี่ย 2.61–3.40 น้อยมีคะแนนเฉลี่ย 1.81–2.60 และน้อยที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80

#### 4. สรุปผลการวิจัย

ตามระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี เพื่อศึกษาพัฒนาารูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาใช้ต้นแบบจากวงจรเดมมิ่ง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา คือ กลุ่มศรัทธาของวัดมิ่งเมืองมูล จังหวัดลำปาง ที่ส่วนหนึ่งใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มด้วยการเชื่อมโยงประสบการณ์ของกลุ่มศรัทธาวัดมิ่งเมืองมูล และกลุ่มศรัทธาในสถาบันการศึกษาบนสื่อสังคม โดยมีผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 รูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ได้จากการใช้ข้อมูลการติดตาม และสร้างปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่เนื้อหาสื่อธรรมะในพระพุทธศาสนา จำนวน 5 คลิปวิดีโอ และอีบุ๊ก รวมถึงการใช้ข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับจากกลุ่มพุทธศาสนิกชนในสื่อสังคมทั้ง 10 กลุ่มเฟซบุ๊ก มาประกอบการพัฒนาเนื้อหาสื่อธรรมะ และรูปแบบจนได้โมเดลแบบ 4 คุณ 4 ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสอดคล้องกับวงจรเดมมิ่ง ได้แก่ 1) ขั้นวิเคราะห์และเขียนเนื้อหา 2) ขั้นบันทึกและตัดต่อ 3) ขั้นโพสต์และแบ่งปัน 4) ขั้นติดตามผลและประเมินผล ซึ่งแต่ละขั้นตอนมี 4 กิจกรรม จึงทำให้รูปแบบนี้ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 16 กิจกรรม



ภาพที่ 2 รูปแบบการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคม

4.2 นำเสนอหลักธรรมในพระพุทธศาสนาผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล ซึ่งผลการวิจัยทำให้เครื่องมือนำเสนอหลักธรรมได้แก่ 1) คลิปวิดีโอ 2) อีบุ๊ก 3) รายชื่อกลุ่มเฟซบุ๊กด้านพระพุทธศาสนา สรุปผลการวิจัยทำให้ได้ผลการประเมิน 3 เรื่อง ได้แก่ คุณภาพของสื่อธรรมะในแต่ละคลิปวิดีโอ ภาพรวมประสิทธิภาพของสื่อธรรมะประเภทคลิปวิดีโอ และภาพรวมประสิทธิภาพของสื่อธรรมะประเภทอีบุ๊ก

สรุปขั้นตอน และกิจกรรมย่อยตามรูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาที่ออกแบบและพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยแหล่งเผยแพร่ดังนี้ ยูทูป กลุ่มเฟซบุ๊กสลิป กลุ่ม อีบุ๊ก และเว็บไซต์ โดยมีผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมย่อย ดังนี้

##### 1. ขั้นวิเคราะห์และเขียนเนื้อหา (Analysis and Compose)

###### 1.1 วิเคราะห์ปัญหาและกลุ่มเป้าหมาย (Analysis)

ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร รวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และบุคคล แล้ววิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกันในทีมวิจัย พบปัญหาข่าวอาชญากรรมปรากฏในทีวี สื่อสิ่งพิมพ์และอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ประเด็นความเลื่อมใสศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาเริ่มเปลี่ยนไป ความยึดมั่นต่อหลักธรรมเป็นแนวทางดำเนินชีวิตเริ่มจางหาย เมื่อสิ่งยึดเหนี่ยวทางใจไม่เข้มแข็งย่อมดำเนินชีวิตด้วยความประมาทจนเป็นปัญหาต่อตนเองและสังคม โดยเฉพาะบนโลกออนไลน์ที่เป็นโลกใบที่สองที่ผู้คนแบ่งเวลาใช้ชีวิตยาวนานขึ้น ปัญหามากมายเชื่อมโยงกับสื่อสังคม พบได้ในเฟซบุ๊ก ยูทูป ไลน์ อินสตาแกรม หรือดีท็อก ดังนั้น จะหวังให้วัดเป็นแหล่งเผยแพร่พระธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาเพียงแหล่งเดียวย่อมไม่เพียงพอในการรับมือสถานการณ์ปัญหาที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมสามารถเป็นได้ทั้งโอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) มีผู้คนมากมายรวมถึงคณะศรัทธาของวัดมิ่งเมืองมูลที่มีโลกใบที่สองในสื่อสังคม

นอกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้มีศรัทธาต่อวัดมิ่งเมืองมูลและใช้สื่อสังคมแล้ว การศึกษาครั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับสมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊กที่มีการเผยแพร่พระพุทธศาสนาจำนวน 10 กลุ่มเฟซบุ๊ก ได้แก่ ธรรมะในใจ พระพุทธเจ้ามหาศาสดาโลก ธรรมะ ธรรมะของพระพุทธเจ้า ครูบาอาจารย์สายเมืองล้านนา สารความรู้เพื่อชีวิตและสังคม ศิล สมาธิ ปัญญา คำสอนของพระพุทธองค์และพระอริยะสงฆ์ กลุ่มส่งเสริมพุทธศาสนา และพระพุทธศาสนา ซึ่งเปิดให้เข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่แตกต่างกันไปตามเจตนาธรรมของผู้ดูแลกลุ่ม

ตารางที่ 1 กลุ่มเฟซบุ๊กด้านพระพุทธศาสนา

กลุ่มในเฟซบุ๊ก (13 พ.ค.64)	จำนวนสมาชิก	โพสต์ต่อเดือน
1. ธรรมะในใจ	302.4 K	10,000
2. พระพุทธเจ้ามหาศาสดาโลก	94.8 K	1,673
3. ธรรมะ	88.8 K	666
4. ธรรมะของพระพุทธเจ้า	57.8 K	6,240
5. ครูบาอาจารย์สายเมืองล้านนา	42.4 K	134
6. สารความรู้เพื่อชีวิตและสังคม	40.6 K	3,090
7. ศิล สมาธิ ปัญญา	18.3 K	2,191
8. คำสอนของพระพุทธองค์	9.9 K	1,102
9. กลุ่มส่งเสริมพุทธศาสนา	7.7 K	507
10. พระพุทธศาสนา	5.8 K	3,005
รวม	668.5K	28,608

### 1.2 เสนอประเด็นเนื้อหา (Propose an issue)

การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล ได้จัดทำประเด็นไว้ทั้งหมด 5 คลิปวิดีโอเรียงตามเดือนจากก่อนไปหลัง ดังนี้ 1) ประเพณีกฐินในเดือนพฤศจิกายน 2) ทศพิธราชธรรม ในเดือนธันวาคม 3) พรปีใหม่ ในเดือนมกราคม 4) มาฆบูชา ในเดือนกุมภาพันธ์ 5) ทานในเดือนมีนาคม ซึ่งเป็นตัวแทนประเด็นที่ถูกเลือกตามสะดวก และตามเหตุการณ์ที่สัมพันธ์กัน

### 1.3 เรียบเรียงข้อมูล (Collection)

รวบรวมข้อมูลจากเอกสารในท้องสมุด อีบุ๊ก และสื่อออนไลน์ แล้วนำมาเรียบเรียงประมวลให้อยู่ในรูปแบบอีบุ๊กแบบร่าง เพื่อเตรียมทบทวนเนื้อหาก่อนไปบันทึกเสียง แล้วจัดทำคลิปวิดีโอ ซึ่งแหล่งข้อมูลมาจากหลายแหล่ง อาทิ หนังสือมงคลชีวิต 38 ประการ ของเทพพร มังธานี หรือบทประพันธ์ของพระครูประจักษ์สารธรรม , นิราลัย

### 1.4 กลั่นกรองและเขียนเนื้อหา (Compose)

นำเนื้อหาในรูปแบบอีบุ๊กแบบร่างที่ได้จากการรวบรวมมาทบทวนและเรียบเรียงใหม่ โดยพิมพ์ลงกระดาษ ฝึกอ่านในที่มิวจัด และร่วมกันปรับแก้ให้สมบูรณ์จัดทำทั้งหมด 5 เนื้อหา ประกอบด้วย 1) ประเพณีกฐิน เลื่อนนำเสนอประเด็นอนิสงส์ของการร่วมทำบุญทอดกฐินซึ่งเผยแพร่หลังงานบุญประเพณีทอดกฐินของชาวไทย เพื่อให้ผู้ศรัทธาได้รู้และเข้าใจยิ่งขึ้นว่านอกจากความสุขที่ได้ทำบุญแล้ว ยังส่งเสริมให้เกิดความสามัคคีในชุมชน และทำให้ครอบครัวมีภูมิคุ้มกัน 2) ทศพิธราชธรรม คือ ธรรมของพระราชา เพื่อให้ชาวพุทธได้รู้ถึงหลักธรรมทั้ง 10 ที่ผู้บังคับบัญชา ผู้บริหาร หรือหัวหน้างานพึงปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้คนในสังคมได้ใช้ชีวิตร่วมกันมีปฏิสัมพันธ์แบบเอื้ออาทร มีศีลธรรมประจำใจ และอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข 3) พรปีใหม่ เน้นย้ำในเรื่องหลักการครองตนอย่างมีสติ ชวนทบทวนอดีต กำหนดปัจจุบัน และวางแผนอนาคต มีหลักคิดไว้พิจารณาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างไม่ประมาท เพราะชีวิตต้องมองหน้ามองหลัง และระมัดระวังตนอยู่เสมอ 4) มาฆบูชา ที่ถือเป็นวันแห่งความรักของชาวพุทธ นำเสนอในช่วงเทศกาลวันวาเลนไทน์ ถือเป็นโอกาสเชิญชวนให้ร่วมกันพิจารณาที่มาที่ไปของวันมาฆบูชา เพื่อส่งเสริมศรัทธา ยึดมั่นในความดี รู้รักสามัคคี และใช้ชีวิตอย่างไม่ประมาท 5) ทาน คือ การให้อย่างถูกวิธี ผลของการให้ทานนั้นมีผลดีทั้งต่อตนเองและสังคม การให้ทานย่อมส่งเสริมให้มีอายุยืนจากสุขภาพจิตที่ดี เพราะจิตใจดีย่อมส่งผลถึงสุขภาพกายดี การให้โดยไม่หวัง

ผลจะส่งผลให้สุขใจ ผิดไม่ยึดติด ปล่อยวาง เมื่อมีปัญหาจากทุกซีกจะทุเลาเบาบาง

## 2. ชั้นบันทึกและตัดต่อ (Record and Edit)

### 2.1 บันทึกคลิปวิดีโอ (Record)

นำเนื้อหาที่เรียบเรียงไว้ มาบันทึกเสียงบรรยายสาระธรรม และส่งให้กับทีมวิจัยประเมินคุณภาพเสียง ซึ่งเลือกบันทึกและส่งผ่านเฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ แล้วร่วมกันพิจารณาว่าแฟ้มเสียงใดสามารถนำไปพัฒนาเป็นคลิปวิดีโอได้ ซึ่งแฟ้มเสียงในช่วงแรกเป็นการทดลอง แล้วส่งเพื่อพิจารณาร่วมกัน มีการปรับแก้ไขใหม่จนได้แฟ้มเสียงที่ดี คือ ไม่เบา ไม่ดัง ไม่มีเสียงรบกวน ไม่ติดขัด และน้ำเสียงราบรื่น โดยนำบทเรียนจากคลิปแรกไปพัฒนาการบันทึกครั้งต่อไป

### 2.2 จัดการคลิปภาพ และคลิปเสียง (Convert)

นำแฟ้มเสียงมาแปลงให้อยู่ในรูปแบบของเอ็มพีสาม (MP3) และเพิ่มระดับเสียง เพื่อนำไปใช้ตัดต่อ แล้วจัดทำคลิปภาพในส่วนของไทเทิล (Title) และเครดิต (Credit) เตรียมเป็นต้นแบบไว้ใช้ประกอบในแต่ละคลิป โดยใช้บทเรียนจากคลิปที่ปรับปรุงแก้ไข ประเมินผลงาน และพิจารณาคุณภาพร่วมกัน หากมีการแก้ไขก็จะบันทึกคลิปใหม่ หรือตัดต่อให้ผลงานสมบูรณ์

### 2.3 รูปภาพ และข้อความ (Photo and Text)

แต่ละเนื้อหาใช้ภาพประกอบแตกต่างกันไป ภาพที่ใช้จะต้องสัมพันธ์กับเรื่องราวในเนื้อหา ซึ่งผ่านการพิจารณากลั่นกรองร่วมกัน เพื่อจัดการให้เนื้อหา คำบรรยาย ภาพ และเสียงมีความสอดคล้องกลมกลืน มีการทบทวนทั้งกระบวนการและเนื้อหาให้สมบูรณ์ จึงต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมชุดภาพที่สัมพันธ์กับการผลิตสื่อแต่ละเรื่อง

### 2.4 ตัดต่อ (Edit)

ใช้โปรแกรมตัดต่อคลิปวิดีโอ โดยใช้แฟ้มเนื้อหาที่ได้ถูกคัดเลือกไว้ เมื่อตัดต่อแล้วเสร็จจะส่งให้ทีมงานได้พิจารณาก่อนทดสอบเผยแพร่ และปรับแก้ไขกรณีพบปัญหา ให้ได้คลิปวิดีโอรุ่นปรับปรุงที่มีความสมบูรณ์

เพื่อเผยแพร่ไปยังสื่อสังคมหลัก และกลุ่มเฟซบุ๊กด้านพระพุทธศาสนาต่อไป

## 3. ชั้นโพสต์และแบ่งปัน (Post and Share)

### 3.1 โพสต์สื่อธรรมะในสื่อสังคมหลัก (Post)

เตรียมแฟ้มคลิปวิดีโอในรูปแบบที่สมบูรณ์ แล้วอัปโหลดไปยังสื่อสังคมหลัก ซึ่งมี 3 แห่ง ได้แก่ แฟนเพจวัดมิ่งเมืองมูล เฟซบุ๊กโปรไฟล์ผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนา และเว็บไซต์ของวัดมิ่งเมืองมูล โดยอัปโหลดเนื้อหาไปยังสื่อสังคมหลัก แล้วเลือกแบ่งปันไปยังกลุ่มอื่น สื่อสังคมอื่น หรือโปรไฟล์อื่น แทนการคัดลอกออกมาทำซ้ำ แล้วนำไปวางใหม่ในแหล่งใหม่ เนื่องจากการแบ่งปันออกไปจะเชื่อมโยงกับแหล่งเก็บสื่อเดิมที่ช่วยให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงข้อมูลการมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่ายกว่า

### 3.2 แบ่งปันในสื่อสังคมที่เกี่ยวข้อง (Share)

เนื้อหาคลิปวิดีโออยู่ในสื่อสังคมหลัก และแบ่งปันไปยังกลุ่มสื่อสังคมอีกจำนวน 10 กลุ่ม ผ่านบัญชีของทีมวิจัยที่ช่วยกันสนับสนุนการเผยแพร่ ได้แก่ 1) ธรรมะในใจ 2) พระพุทธเจ้ามหาศาสดาโลก 3) ธรรมะ 4) ธรรมะของพระพุทธเจ้า 5) ครูบาอาจารย์สายเมืองล้านนา 6) สาระความรู้เพื่อชีวิตและสังคม 7) ศิล สมาธิ ปัญญา 8) คำสอนของพระพุทธองค์และพระอรหันตสัมมาสัมพุทธเจ้า 9) กลุ่มส่งเสริมพระพุทธศาสนา 10) พระพุทธศาสนา นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่นที่ใช้เป็นแหล่งเผยแพร่ อาทิ เช่น issuu.com, anyflip.com, flipsnack.com หรือ thaiall.com

แล้วผู้สนใจยังสามารถเข้าถึงโฮมเพจสื่อธรรมะผ่านที่อยู่แบบสั้น (Short address) คือ bit.ly/32Ei75c และเผยแพร่ QR Code โดยใช้บริการแปลงลิงค์จาก the-qr-code-generator.com

### 3.3 แลกเปลี่ยน และติดตามผล (Follow)

ในการเผยแพร่คลิปวิดีโอ หรืออีบุ๊กเข้าไปในกลุ่มเฟซบุ๊กด้านพระพุทธศาสนา จำเป็นต้องมีการติดตามและสร้างปฏิสัมพันธ์ (Engagement) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สมาชิกได้เห็นโพสต์สื่อธรรมะ เร่งให้เกิดการกดไลค์ กดแชร์เพิ่มขึ้น สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ คือ

การเขียนเนื้อหาที่ใช้แท็กที่คาดว่าจะตรงกับสิ่งที่สมาชิกสนใจ การใช้ภาพประกอบที่น่าสนใจ การตอบข้อคิดเห็นของผู้สนใจอย่างรวดเร็ว การแสดงความคิดเห็นต่อโพสต์อื่นในกลุ่มเดียวกัน การมีเพื่อนร่วมกลุ่มเดียวกันล้วนเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดปฏิสัมพันธ์เชิงบวกทั้งสิ้น

#### 3.4 จัดทำอีบุ๊กแล้วแบ่งปัน (e-Book)

ตามเนื้อหาที่ใช้จัดทำคลิวิดีโอทั้ง 5 เรื่อง เมื่อเรียบเรียงใหม่ผ่านโปรแกรมเอกสารแล้วบันทึกเพิ่มเป็นแบบ PDF แล้วนำไปเผยแพร่ในสื่อสังคมที่ให้บริการ ฟลิปบุ๊ก (Flip book) แบบเปิดอ่านเหมือนหนังสือ ได้แก่ issuu.com, anyflip.com, flipsnack.com

แล้วนำอีบุ๊กไปฝังในเว็บไซต์ เพื่อบริการเปิดอ่านอีบุ๊กแบบฟลิปบุ๊กบนหน้าเว็บไซต์ wat3m.com โดยรวมสื่อทั้งหมดในหน้าเดียวรวมทั้งอีบุ๊กและคลิวิดีโอ แล้วแบ่งปันลิงค์ไปยังกลุ่มเฟซบุ๊ก ด้านพระพุทธศาสนา



ภาพที่ 3 สื่อแบบต่าง ๆ

### 4. ขั้นตอนติดตามผลและประเมินผล (Statistic and Conclusion)

#### 4.1 ติดตามการมีส่วนร่วม (Statistic)

สถิติการเข้าถึงหรือยอดวิวในแต่ละสื่อธรรมะที่สะท้อนถึงความมีปฏิสัมพันธ์ พบว่า มีแนวโน้มสูงขึ้น เมื่อยกระดับการพัฒนาคลิวิดีโอให้มีคุณภาพตามรูปแบบ แผนงาน การแบ่งปัน ประเมินจากปฏิสัมพันธ์ต่อสื่อธรรมะ ติดตามผล เพิ่มช่องทางการเข้าถึง ส่งผลให้ยอดวิวสูงขึ้นตามช่องทางที่ได้ยกระดับ มีกิจกรรมสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง พบว่าช่องทางใดที่ไม่เพิ่มกิจกรรมปฏิสัมพันธ์จะมีผลให้ยอดวิวไม่เพิ่ม ซึ่งยอดวิว

แปรผันตรงกับภาพลักษณ์ของผู้เผยแพร่สื่อ และความเอาใจใส่ในการสร้างกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ในแต่ละแหล่ง

#### ตารางที่ 2 สถิติความมีปฏิสัมพันธ์ในแต่ละคลิวิดีโอ

ยอดวิวคลิวิดีโอสื่อธรรมะ	ยูทูป	บัญชีเฟซบุ๊ก
คลิวิที่ 1. ประเพณี กฐิน	56	5
คลิวิที่ 2. ทศพิธราชธรรม ธรรมพระราชชา	82	1
คลิวิที่ 3. พรปีใหม่ การครองตนอย่างมีสติ	187	1
คลิวิที่ 4. มาฆบูชา วันแห่งความรัก	198	8
คลิวิที่ 5. ทาน การให้อย่างถูกวิธี	139	2
รวม เมื่อวันที่ 17 พ.ค.64	662	16

#### 4.2 จัดทำเครื่องมือ (Questionnaire)

เครื่องมือที่ใช้เพื่อประเมินผลสื่อธรรมะที่ใช้สะท้อนถึงรูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาจากคุณภาพของสื่อธรรมะแต่ละเรื่อง หรือประสิทธิภาพของสื่อที่จำแนกได้ 3 ส่วน คือ 1) ส่วนของคุณภาพของสื่อธรรมะในแต่ละคลิวิดีโอ และ 2) ส่วนประสิทธิภาพของสื่อธรรมะประเภทคลิวิดีโอ และ 3) ส่วนประสิทธิภาพของสื่อธรรมะประเภทอีบุ๊ก ซึ่งส่วนประสิทธิภาพที่ใช้เครื่องมือที่ประกอบด้วยประเด็นคำถาม 5 ประเด็น คือ ความสอดคล้องกับวิถีชาวพุทธ ความสมบูรณ์ครบถ้วน ความชัดเจน ความทันสมัย และความน่าเชื่อถือ ที่ปรับมาจากงานวิจัยของ กฤษฎา สว่างงาม และชญาพิมพ์ อูสาโท (2557) ออกแบบประเด็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพไว้ 5 ประเด็น คือ ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความต่อเนื่อง ความสามารถของผู้รับ และความแจ่มชัด และงานวิจัยของ วฒนพงษ์ นิมสุวรรณ และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2556) ออกแบบประเด็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อสังคมไว้ 6 ประเด็น คือ ความเป็นมิตรมีเดีย ความทันสมัย ความชัดเจน ความเชื่อมโยง ความสนับสนุนการตัดสินใจ และความน่าเชื่อถือ

#### 4.3 เก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

นอกจากข้อมูลการมีปฏิสัมพันธ์ในสื่อสังคมที่ต้องนำมาใช้พิจารณาถึงผลการเผยแพร่แล้ว ยังใช้

แบบสอบถามที่ทำให้รู้ถึงผลประเมินอย่างเป็นระบบ แล้วนำมาวิเคราะห์และแปลผลเป็นระดับตามเกณฑ์ที่กำหนด

การรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ใช้ที่อยู่แบบสอบถามอย่างสั้น คือ [bit.ly/3dHgsLW](https://bit.ly/3dHgsLW) เพื่อแบ่งปันลิงค์ไปพร้อมกับข้อความอธิบาย โดยมีหลายช่องทาง ดังนี้ 1) โลกออนไลน์มีดั่งเมืองมูล 2) แฟนเพจของวัดมีดั่งเมืองมูล 3) กลุ่มด้านพระพุทธศาสนา 4) ส่งถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละบุคคลแบบเฉพาะเจาะจง

#### 4.4 ประเมินผลและสรุปผล (Conclusion)

แหล่งเผยแพร่มีหลายช่องทาง โดยกลุ่มเฟซบุ๊กได้รับความนิยมและเปิดให้มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน พบการรวมตัวของกลุ่มที่สนใจด้านพระพุทธศาสนา จากข้อมูลเมื่อ 13 พฤษภาคม 2564 ที่เลือกสำรวจจำนวน 10 กลุ่ม มีจำนวนรวมไม่ต่ำกว่า 668,500 คน ซึ่งในเฟซบุ๊กมีกลุ่มด้านนี้จำนวนมากและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการตั้งกลุ่มใหม่ มีกลุ่มที่ไม่เคลื่อนไหว มีกลุ่มที่ถูกเฟซบุ๊กยุติบทบาทเนื่องจากผิดนโยบายของสื่อสังคม แม้บางกลุ่มจะมีจำนวนสมาชิกมากถึงหลักหมื่น แต่สมาชิกอาจไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้มีโพสต์ต่อวันเพียงหลักหน่วย ต่างกับบางกลุ่มที่มีสมาชิกหลักพัน แต่มีจำนวนโพสต์ต่อวันถึงหลักร้อย กฎกติกาเงื่อนไขของกลุ่มที่เข้มงวดอาจเป็นอีกข้อจำกัดในการโพสต์ของสมาชิก

ผลการจัดอันดับกลุ่มตามจำนวนสมาชิกและการโพสต์ในแต่ละกลุ่ม ที่เรียงลำดับจากมากไปน้อย จำนวน 3 อันดับแรก มีผลดังนี้ มากที่สุดคือ ธรรมะในใจ รองลงมาคือ พระพุทธเจ้ามหาศาสดาโลก และธรรมะเมื่อประเมินผลจากจำนวนโพสต์ต่อเดือนหรือความถี่ในการโพสต์เรียงลำดับจากมากไปน้อย มีผลดังนี้ มากที่สุดคือ ธรรมะในใจ รองลงมาคือ ธรรมะของพระพุทธเจ้า และสาระความรู้เพื่อชีวิตและสังคม

#### ตารางที่ 3 คุณภาพของสื่อธรรมะในแต่ละคลิปวิดีโอ

ประเด็นเนื้อหาคลิปวิดีโอ	ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	s.d.
1. ประเพณี กฐิน	มากที่สุด	4.28	0.73
2. ทศพิธราชธรรม ธรรมพระราชา	มาก	4.00	1.21
3. พรปีใหม่ การครองตนอย่างมีสติ	มากที่สุด	4.41	0.65
4. มาฆบูชา วันแห่งความรัก	มาก	3.95	1.33
5. ทาน การให้อย่างถูกวิธี	มากที่สุด	4.32	0.85
ภาพรวม	มาก	4.19	0.99

จากตารางที่ 3 เปรียบเทียบคุณภาพของสื่อธรรมะในแต่ละคลิปวิดีโอ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากขึ้นไปทุกประเด็น สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้ผลดังนี้ 1) พรปีใหม่ 2) ทาน 3) ประเพณี กฐิน 4) ทศพิธราชธรรม และ 5) มาฆบูชา

#### ตารางที่ 4 ภาพรวมประสิทธิภาพสื่อประเภทคลิปวิดีโอ

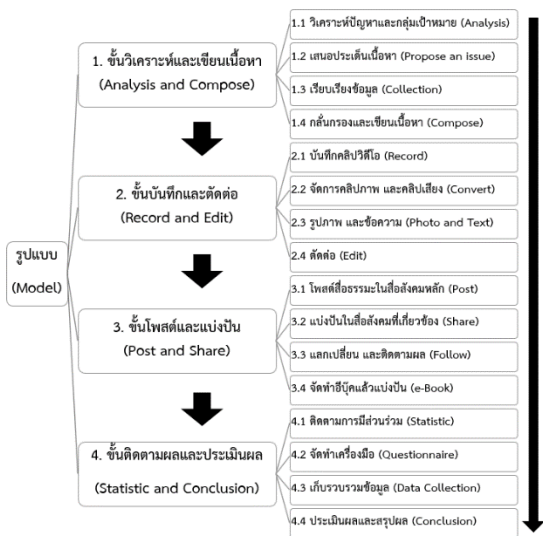
ปัจจัยประสิทธิภาพต่อคลิปวิดีโอ	ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	s.d.
1. สื่อสอดคล้องกับวิถีชาวพุทธ	มากที่สุด	4.32	0.85
2. สื่อมีความสมบูรณ์ครบถ้วน	มากที่สุด	4.29	0.85
3. สื่อมีความชัดเจน	มากที่สุด	4.28	0.89
4. สื่อมีความทันสมัย	มากที่สุด	4.24	0.87
5. สื่อมีความน่าเชื่อถือ	มากที่สุด	4.45	0.72
ภาพรวม	มากที่สุด	4.31	0.83

จากตารางที่ 4 เปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อธรรมะแบบคลิปวิดีโอ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากทุกปัจจัย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้ผลดังนี้ 1) สื่อมีความน่าเชื่อถือ 2) สื่อมีความสอดคล้องกับวิถีชาวพุทธ 3) สื่อมีความสมบูรณ์ครบถ้วน 4) สื่อมีความชัดเจน 5) สื่อมีความทันสมัย

ตารางที่ 5 ภาพรวมประสิทธิภาพสื่อประเภทอีบุ๊ก

ปัจจัยประสิทธิภาพต่ออีบุ๊ก	ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )	s.d.
1. สื่อสอดคล้องกับวิถีชาวพุทธ	มากที่สุด	4.37	0.76
2. สื่อมีความสมบูรณ์ครบถ้วน	มากที่สุด	4.33	0.76
3. สื่อมีความชัดเจน	มากที่สุด	4.37	0.71
4. สื่อมีความทันสมัย	มากที่สุด	4.37	0.76
5. สื่อมีความน่าเชื่อถือ	มากที่สุด	4.41	0.71
ภาพรวม	มากที่สุด	4.37	0.73

จากตารางที่ 5 เปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อธรรมะแบบอีบุ๊ก พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากทุกปัจจัย สามารถเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้ผลดังนี้ 1) สื่อมีความน่าเชื่อถือ 2) สื่อมีความสอดคล้องกับวิถีชาวพุทธ 3) สื่อมีความชัดเจน 4) สื่อมีความทันสมัย 5) สื่อมีความสมบูรณ์ครบถ้วน



ภาพที่ 4 รูปแบบการเผยแพร่จำแนกขั้นตอนและกิจกรรม

### 5. อภิปรายผล

จากการศึกษาการเผยแพร่พระพุทธรศาสนาเชิงรุกผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมุล ทำให้ได้รูปแบบการเผยแพร่พระพุทธรศาสนา ที่ดำเนินการสอดคล้องกับวงจรเดมมิ่งที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่มี 16 กิจกรรมย่อย เป็นโมเดลแบบ 4 คูณ 4 ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นวิเคราะห์และเขียนเนื้อหา ประกอบด้วย วิเคราะห์

ปัญหาและกลุ่มเป้าหมาย เสนอประเด็นเนื้อหา เรียบเรียงข้อมูล กลั่นกรองและเขียนเนื้อหา 2) ขั้นบันทึกและตัดต่อ ประกอบด้วย บันทึกคลิปวิดีโอ จัดการคลิปภาพ และคลิปเสียง รูปภาพและข้อความ ตัดต่อ 3) ขั้นโพสต์และแบ่งปัน ประกอบด้วย โพสต์สื่อธรรมะในสื่อสังคมหลัก แบ่งปันในสื่อสังคมที่เกี่ยวข้อง แลกเปลี่ยน และติดตามผล จัดทำอีบุ๊กแล้วแบ่งปัน 4) ขั้นติดตามผลและประเมินผล ประกอบด้วย ติดตามการมีส่วนร่วม จัดทำเครื่องมือ เก็บรวบรวมข้อมูล ประเมินผลและสรุปผล ที่สอดคล้องกับการศึกษาของ อีรพงศ์ ทับอินทร์ (2558) ที่ใช้กระบวนการสี่ขั้นแล้วทำให้การบริหารงานได้ผล ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การตรวจสอบ และการปรับปรุงพัฒนา

การจัดเตรียมเนื้อหาองค์ประกอบ การเลือกทราบชชชช การติดต่อในแต่ละคลิปวิดีโอใช้บทเรียนที่เรียนรู้จากการเผยแพร่คลิปวิดีโอก่อนหน้านี้มาเป็นบทเรียนทำคลิปต่อไป การเรียนรู้จากผลตอบกลับและปฏิสัมพันธ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องสื่อธรรมะจากทุกแหล่งเผยแพร่ ซึ่งการพัฒนาคลิปส่งผลให้ยอดวิวคลิปวิดีโอสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารในงานวิจัยของ วฒนพงษ์ นิมสุวรรณ และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2556) ที่ให้ความสำคัญในการเพิ่มความโดดเด่นด้วยการเลือกใช้ภาพ ภาพเคลื่อนไหว แสง สี เสียง และข้อความที่ใช้สร้างเนื้อหา เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในสื่อสังคม

ผลการวิจัยในส่วนคุณภาพของสื่อธรรมะในแต่ละคลิปวิดีโอ พบว่าคลิปวิดีโอเรื่อง พระปีใหม่ ได้รับผลประเมินสูงสุด โดยเนื้อหาในสื่อธรรมะที่ให้อรรถกถาการดำรงชีวิตที่เกี่ยวกับเวลาคือตระหนักรู้ทั้งอดีตที่เป็นปีเก่า ปัจจุบันที่เป็นปีปัจจุบัน และอนาคตที่เป็นปีใหม่ สอดคล้องกับบทความของ พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) (2559) ที่ระบุว่า การเตือนตนเองเป็นเรื่องสำคัญมากในการปรับเปลี่ยนชีวิตเรา โดยเฉพาะช่วงสงกรานต์ปีที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สามารถ รอดสันติเยะ , ประมาณ เทพสงเคราะห์ , สีบพงศ์ ธรรมชาติ และอุทิศ สังขรัตน์

(2559) พบว่า กิจกรรมการทำบุญตักบาตรวันขึ้นปีใหม่เป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ควบคู่กับแนวปฏิบัติของชุมชนที่เตือนให้ตระหนักเรื่องความสำคัญของเวลา

ผลการวิจัยในส่วนของประสิทธิภาพของสื่อธรรมะทั้งสองประเภท คือ คลิพวิดีโอ และอีบุ๊ก พบว่า ได้ผลตรงกันที่มีปัจจัยความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง สอดคล้องกับงานของ วฒนพงษ์ นิมสุวรรณ และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2556) ที่สรุปรายงานว่าหนึ่งในทัศนคติต่อคุณลักษณะของเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญคือ ความน่าเชื่อถือ และยังสอดคล้องกับงานของ กฤษณา สว่างงาม และชญาพิมพ์ อูสาโท (2557) ที่สรุปรายงานว่าความน่าเชื่อถือมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารในระดับมาก

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ารูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาแบบ 4 คุณ 4 ประกอบด้วย 16 กิจกรรมที่ออกแบบและใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเชิงรุกผ่านสื่อสังคมของวัดมิ่งเมืองมูล สามารถนำมาใช้ได้ และมีผลประเมิณความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของสื่อธรรมะในระดับมากที่สุดต่อสื่อทั้งสองประเภท คือ คลิพวิดีโอ และอีบุ๊ก

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 6.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาควรส่งเสริมสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคม สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงรุกกับพุทธศาสนิกชนผ่านกลุ่มในสื่อสังคม รู้เท่าทันเทคโนโลยี รู้จักประยุกต์ และสามารถเผยแพร่พระพุทธศาสนาเชิงสร้างสรรค์เป็นระบบอย่างมีรูปแบบ เพื่อยกระดับศรัทธา ความเข้าใจในสาระธรรม และแก่นแท้ของศาสนาที่มุ่งส่งเสริมให้คนทำความดี ละเว้นความชั่ว มุ่งสู่ความสุขสงบ และลดละเลิกสิ่งที่ทำให้ใจเศร้าหมอง

### 6.2 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

รูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสอดคล้องกับวงจรเดมมิ่งที่มีความยืดหยุ่น จึงสามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้เพื่อพัฒนาสื่อธรรมะเผยแพร่ในสื่อสังคมที่มีบริการอย่าง

หลากหลายในอินเทอร์เน็ต นักวิจัยสามารถนำรูปแบบนี้ไปพัฒนาร่วมกับการพัฒนาสื่อธรรมะตามกิจกรรมได้ตลอดปี ในประเด็นที่เหมาะสมกับบริบทของสังคม วัด หรือพระสงฆ์ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อการยกระดับศรัทธาของพุทธศาสนิกชนอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## 7. เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ อุทองทรัพย์. (2559). **หนังสือที่ระลึกในงานพิธีถวายผ้ากฐินประจำปี 2559**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์แม่ทัพวันตั้ง.
- กฤษณา สว่างงาม และชญาพิมพ์ อูสาโท. (2557). การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในของศูนย์สื่อสารองค์กร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา**, 9(3), 483 - 493.
- ขวัญดิน สิงห์คำ. (2556). **บูรณาการ วัด บ้าน โรงเรียน ศาสตร์และศิลป์แห่งการพัฒนาชุมชน**. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 4(1), 21 - 32.
- ณรงค์ เส็งประชา. (2539). **พื้นฐานวัฒนธรรมไทย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทักษ์อักษร.
- ธีรพงศ์ ทับบินทร์. (2558). การใช้วงจรเดมมิ่ง (PDCA) ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 42. **วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**, 9(2), 68 - 78.
- พระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมมจิตโต). (2559). ศิลปะแห่งการเตือนตนต้อนรับปีใหม่. **วารสาร มจรพุทธปัญญาปริทรรศน์**, 1(1), 1 - 4.
- พระมหาภาณุวัฒน์ ปฏิภาณเมธี และศศิวิมล แรงสิงห์. (2562). บทบาทและความสำคัญของวัดมิ่งเมืองมูล : ในบริบทสังคมกระแสปัจจุบัน. **วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์**, 7(3), 151 - 164.

พระศรีบุญพัฒนา (ขยจิตโต) แสงอุทัย และวันพิชิต ศรีสุข.

(2562). รูปแบบและวิธีการเผยแพร่พระพุทธศาสนา  
ในประเทศมาเลเซียของสำนักสงฆ์จันทน์นาราม  
ตำบลยะรม อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. **วารสาร  
สจล.ชุมชนเกษตรอุตสาหกรรม ภูมิปัญญาศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์**, 1(1), 32 - 39.

ยุรนนท์ ตามกาล. (2557). บ้าน วัด โรงเรียน กับการใช้วิถี  
เศรษฐกิจพอเพียงในการส่งเสริมความเข้มแข็งของ  
ครอบครัว. **วารสาร HR intelligence**, 9(1),  
12 - 31.

รุ่งภรณ์ กล้ายประยงค์. (2563). การจัดการเรียนรู้เชิงรุกใน  
สาระการเรียนรู้การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง.  
**วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร**, 11(1),  
104 – 113.

วฒนพงษ์ นิมัสสุวรรณ และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2556).  
แนวความคิดใช้เครื่องมือสื่อสารในแฟนเพจ  
บนเฟซบุ๊ก และทัศนคติ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อ  
การตัดสินใจกดปุ่ม "ถูกใจ" ให้เครื่องมือสื่อสาร  
ในแฟนเพจบนเฟซบุ๊กของวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม. **วารสารเทคโนโลยีสุนารี**,  
7(1), 38 - 67.

วัลนิกา ฉลากบาง. (2560). การวิจัยแบบผสมผสาน. **วารสาร  
มหาวิทยาลัยนครพนม**, 7(2), 124 - 132.

สามารถ รอดสันเทียะ , ประมาณ เทพสงเคราะห์ , สืบ  
พงศ์ ธรรมชาติ และอุทิศ สังข์รัตน์. (2559).  
วัฒนธรรมไทยที่ใช้เป็นฐานในการพัฒนา  
ชุมชน : กรณีศึกษา ชุมชนบ้านกำแพงเพชร  
อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา. **วารสาร  
มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
ทักษิณ**, 11(2), 97 - 117.