

บทความวิชาการ

Academic Articles

การเผยแผ่ธรรมะสำหรับคนรุ่นใหม่ในยุควิถีใหม่

Dhamma Dissemination for the New Generation in the New Normal Era

นางสาวฉัตรสุดา ส่องแสงเจริญ

Chatrasuda Songsaengcharoen

ประธานกรรมการมูลนิธิแทนใจรัก

Independent Researcher, President of the Board of Directors of Tanjairuk Foundation

chatrasuda.s@gmail.com

Received: 2 March 2022 Revised: 30 March 2022

Accepted: 7 April 2022

บทคัดย่อ

การเผยแผ่ธรรมะสำหรับคนรุ่นใหม่ในยุควิถีใหม่ มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการเรียนการสอนเป็นแบบเชิงรุก หรือการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active Learning) โดยผ่านการเรียนการสอน 5 รูปแบบ ขึ้นอยู่กับบริบท ความพร้อม และความเหมาะสมของสถาบัน หรือองค์กรต่างๆ คือ 1) Online 2) On-Demand 3) On-Air 4) On-Hand 5) On-Site การเรียนการสอนออนไลน์ (Online) นิยมมากที่สุดในยุควิถีใหม่ (New Normal) เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง ผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม หรือแอปพลิเคชันต่างๆ บนอินเทอร์เน็ต การใช้รูปแบบ เนื้อหา ภาษาที่ร่วมสมัย และเข้าใจง่าย ร่วมกับการศึกษาพฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติคนรุ่นใหม่ จะช่วยให้ผู้สอนเข้าใจและเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย รวมถึงประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การให้ความรักและความเมตตาเป็นต้นนำเพื่อสร้างศรัทธาและปัญญาแก่ผู้เรียน จะทำให้คนรุ่นใหม่ตระหนักรู้และน้อมนำหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้าไปประพฤติปฏิบัติ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์สุขทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม รวมทั้งเป็นการสานต่อธรรมะของพระพุทธเจ้าให้คงอยู่สืบไป

คำสำคัญ: การเผยแผ่ธรรมะ, คนรุ่นใหม่, วิถีใหม่

Abstract

Dhamma Dissemination for the New Generation in the New Normal Era has adjusted the learning process from Passive Learning to Active Learning through Five Teaching Models, depending on the context, readiness and suitability of the institution or various organizations, namely: 1) Online 2) On-Demand 3) On-Air 4) On-Hand 5) On-Site. Online learning is a 2-way communication through digital platforms or applications by broadcasting via the Internet, which is the most commonly used in the New Normal era. Using contemporary model and easy-to-understand format, content, language, also a study of behaviors, attitudes and values of the new generation help lecturers understand and reach the new generation easily, conveniently, quickly, safely, also, save time and money. Giving love and compassion to build faith and wisdom in Buddhism, we have to make new generations aware and bring the Dhamma of the Buddha to behave and to conduct it for their own benefits and happiness of themselves and others in society, so that the Buddha's Dhamma can still be continued and inherited.

Keywords: Dhamma Dissemination, New Generation, New Normal

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือที่เราเรียกว่า COVID-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชากรทั่วโลก ผู้คนจำนวนมากต้องปรับตัวในการใช้ชีวิตแบบใหม่ที่เปลี่ยนไปจากเดิมจนนำไปสู่สังคมที่เรียกว่า ยุควิถีใหม่ (New Normal) การศึกษาและการเรียนรู้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์ เราจึงจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลมาใช้ในการเรียนการสอนหรือการเผยแพร่ธรรมะ เพื่อให้กระบวนการเรียนการสอนดำเนินไปได้ด้วยดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการปรับตัวให้ทันกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง และเพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือโรค COVID-19 (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/>. วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564).

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ทำให้โลกแคบลงจนกลายเป็นเครือข่ายสังคมหรือชุมชนเสมือนแห่งใหม่ ผู้คนทั่วโลกสามารถติดต่อถึงกันได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย รวมถึงประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การเผยแพร่ธรรมะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือวิธีการ เพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่และยุคสมัยที่เปลี่ยนไป โดยบูรณาการและพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน เชื่อมโยงระหว่างสถาบัน

สงฆ์ วัด บ้าน โรงเรียน มหาวิทยาลัย และองค์กรต่างๆ เข้าด้วยกันผ่านสื่อใหม่บนโลกออนไลน์ การเรียนการสอนแบบเชิงรุก หรือการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active Learning) รวมถึงการศึกษาพฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ เพศ หรือวัยที่แตกต่างกัน จะช่วยให้ผู้สอนหรือนักเผยแผ่สามารถพัฒนารูปแบบแนวทาง หรือวิธีการเผยแผ่ธรรมะ เพื่อความเข้าใจและเข้าถึงคนรุ่นใหม่ตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์

1. หลักการเผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนา

หัวใจสำคัญในการเผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนาที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงโอวาทปาติโมกข์แก่เหล่าพระอรหันตสาวก 1,250 รูป (ในมหาปทานสูตร ทรงแสดงพระโอวาทปาติโมกข์ คัมภีร์ที่ขนิณายมหาวรรค พระสุตตันตปิฎก (พระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2539, เล่มที่ 10 ข้อที่ 90: หน้า 50) ที่มาประชุมกันโดยมิได้นัดหมายในวันมาฆบูชา หรือ วันจาตุรงคสันนิบาต ซึ่งพุทธบริษัทควรศึกษาและน้อมนำไปประพฤติปฏิบัติเพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิตและการนำมาซึ่งสันติสุข โอวาทปาติโมกข์ประกอบด้วยหลักสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ หลักการ 3 อุดมการณ์ 4 วิธีการ 6

หลักการ 3 หรือ พุทธโอวาท 3 คำสอนที่เป็นหลักใหญ่ เพื่อเข้าถึงจุดมุ่งหมายของพระพุทธศาสนา คือ 1) การไม่ทำบาปทั้งปวง 2) การทำกุศลให้ถึงพร้อม 3) การทำจิตให้บริสุทธิ์ อุดมการณ์ 4 เป็นหลักสำคัญในการน้อมนำไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ คือ 1) ความอดทนอดกลั้น 2) ความไม่เบียดเบียนผู้อื่น 3) ความสงบทางกาย วาจา ใจ 4) มุ่งพระนิพพาน คือ การดับทุกข์ ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดในพระพุทธศาสนา วิธีการ 6 เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อความถูกต้องสำหรับผู้เผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนา คือ 1) ไม่กล่าวร้าย 2) ไม่ทำร้าย 3) สำรวมในปาติโมกข์ 4) รู้จักประมาณในการบริโภค (ปัจจัยสี่) 5) อยู่ในสถานที่อันสงัด 6) ผึกจิตใจให้สงบ มีปรากฏในขุททกนิกาย-ธรรมบท พระสุตตันตปิฎก (พระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2539, เล่มที่ 25 ข้อที่ 24: หน้า 33-35)

1.1 ความหมายการเผยแผ่ธรรมะ

การเผยแผ่ธรรมะ หมายถึง การน้อมนำหลักธรรม หรือแบบอย่างการดำรงชีวิตอันประเสริฐที่เรียกว่า พรหมจรรย์ ของพระพุทธเจ้ามาประพฤติปฏิบัติ เพื่อพัฒนาให้เกิดประโยชน์สุขทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม รวมถึงเหล่าเทพเทวดาและสรรพสัตว์โลกทั้งหลาย ดังพุทธพจน์ที่ว่า “ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอจงเที่ยวจาริก เพื่อประโยชน์และความสุขแก่ชนหมู่มาก เพื่ออนุเคราะห์โลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูล และความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ พวกเธออย่าได้ไปรวมทางเดียวกันสองรูป จงแสดงธรรมงามในเบื้องต้น งามในท่ามกลาง งามในที่สุด จงประกาศพรหมจรรย์พร้อมทั้งอรรถทั้งพยัญชนะครบบริบูรณ์ บริสุทธิ์...” มีปรากฏในคัมภีร์มหาวรรควินยปิฎก (พระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2539, เล่มที่ 4 ข้อที่ 32: หน้า 40)

การเผยแผ่ธรรมะ เป็นการนำหลักธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงตรัสรู้มาเป็นแนวทางให้เหล่าเวไนยสัตว์ทั้งหลายนำไปประพฤติปฏิบัติ เพื่อให้ถึงการหลุดพ้น โดยการนำเสนอผ่านพุทธวิธีการสอนในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ประชาชนเห็นคุณค่าและความสำคัญของหลักธรรม จนเกิดความศรัทธาที่จะน้อมนำไปประพฤติปฏิบัติ ผู้เผยแผ่ธรรมะควรมีจิตเมตตาและปรารถนาดีอย่างจริงใจ สอนไปตามลำดับขั้นตอน ขยายความตามเหตุผล ไม่มุ่งแก่ลาภสักการะ หรือยกตนข่มท่าน

1.2 ความสำคัญของการเผยแผ่ธรรมะ

จุดมุ่งหมายของการเผยแผ่ธรรมะ เพื่อนำหลักการและวิธีปฏิบัติมาใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง เพื่อหลักประโยชน์ 3 ประการ ได้แก่ 1) ประโยชน์ปัจจุบัน หรือ ประโยชน์ตน 2) ประโยชน์เบื้องหน้า หรือ ประโยชน์ผู้อื่น 3) ประโยชน์สูงสุด หรือ ประโยชน์ร่วมกัน คัมภีร์ขุททกนิกาย จุฬนิตเทส พระสุตตันตปิฎก (พระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2539, เล่มที่ 30 ข้อที่ 673: หน้า 333) หน้าที่พุทธบริษัท 4 คือ ศึกษา ปฏิบัติ เผยแผ่ และปกป้องพระพุทธศาสนา การให้ความรู้ ข้อคิด คติธรรม หรือ การผลิตตำราวิชาการทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นแนวทางการปฏิบัติแก่ประชาชน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ สร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้อง ถูกวิธี พร้อมน้อมนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนาไปประพฤติปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขในการดำเนินชีวิตทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พระพุทธศาสนามีความเจริญ มั่นคง และแพร่หลายมาจนถึงทุกวันนี้

1.3 แนวทางการเผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนา

ก่อนที่พระพุทธเจ้าจะทรงแสดงพระธรรมเทศนาในแต่ละครั้ง พระองค์จะทรงพิจารณาระดับภูมิธรรมหรือสติปัญญาของผู้เรียนแต่ละคน อุปมาเหมือนบัว 4 เหล่า คือ บัวพื้นน้ำ (ผู้มีปัญญามาก) บัวปรึมน้ำ (ผู้มีปัญญาดี) บัวใต้น้ำ (ผู้มีปัญญาพอใช้) บัวในตม (ผู้ขาดปัญญา) จากนั้นพระองค์จะทรงปรับเนื้อหาหรือเรื่องที่สอนให้เหมาะสม ตรงประเด็น เป็นเหตุเป็นผล มีความหมาย และเป็นประโยชน์ สอนจากสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจง่ายไปหาสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจยาก ค่อยๆ ลุ่มลึกลงไปตามลำดับขั้น ให้ผู้เรียนได้มีโอกาสสัมผัสจากประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง และทรงสอนเท่าที่จำเป็น พอเหมาะ พอดีกับผู้เรียนในการทำความเข้าใจ นอกจากนี้พระพุทธองค์ทรงตรัสเฉพาะเรื่องที่จริง ถูกต้อง เป็นประโยชน์ เป็นที่รักที่ขอบใจของผู้อื่น และถูกกาลเทศะเท่านั้น มีปรากฏในคัมภีร์มัชฌิมนิกาย มัชฌิมปัณณาสก์ พระสุตตันตปิฎก (พระไตรปิฎกฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2539, เล่มที่ 13 ข้อที่ 94: หน้า 91)

1.4 รูปแบบการเผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนา

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต) กล่าวถึง พุทธวิธีหรือรูปแบบการสอนของพระพุทธเจ้าทั้งหมด 4 แบบ คือ 1) รูปแบบสนทนา สำหรับผู้ที่ยังไม่ได้เลื่อมใสศรัทธาในพระศาสนา 2) รูปแบบการบรรยาย สำหรับการแสดงธรรมหรือที่ประชุมใหญ่ 3) รูปแบบตอบปัญหา สำหรับผู้ที่มีความสงสัยหรือข้องใจในข้อธรรมต่างๆ 4) รูปแบบการวางกฎข้อบังคับ สำหรับเมื่อเกิดเรื่องมีกิเลสกระทำความผิดอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นเป็นครั้งแรก โดยพุทธลีลาการสอน หรือเทศนาวิธี 4 ของพระพุทธเจ้า ประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ประการ โดยย่อคือ “ชี้ให้ชัด ชวนให้ปฏิบัติ ใ้รู้ให้กล้า ปฏิบัติให้รู้แจ้ง” หรือ “แจ่มแจ้ง จูงใจ แก่กล้า รู้แจ้ง” นอกจากนี้ พระพุทธเจ้ายังทรงมีกลวิธีในการประกอบการสอน ได้แก่ การยกอุทาหรณ์ การเล่านิทานประกอบ การเปรียบเทียบด้วยข้ออุปมา การใช้อุปมาอุปไมยการสอน การทำเป็นตัวอย่าง การเล่นเกมภาษา การเล่นคำ และการใช้คำในความหมายใหม่ รวมถึงพุทธวิธีการเลือกคนและการปฏิบัติรายบุคคล การรู้จักจังหวะและโอกาส ความยืดหยุ่นในการใช้วิธี การลงโทษและให้รางวัล รวมถึงกลวิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (พุทธวิธีในการสอน, 2556: หน้า 46-64)

2. คนรุ่นใหม่กับการเรียนรู้ธรรมะ

2.1 ความหมายคนรุ่นใหม่

คนรุ่นใหม่ หมายถึง ผู้มีวิสัยทัศน์ ความคิด หรือทัศนคติเชิงบวก มี Growth Mindset พร้อมที่จะเรียนรู้ ยอมรับ ปรับตัว และพัฒนาความรู้ความสามารถไปตามกระแสสังคมโลกอย่างสร้างสรรค์ และรู้เท่าทันด้วยสติปัญญา โดยไม่จำกัดอายุ เพศ หรือวัย

การแบ่งเจเนอเรชัน (Generation) ตามยุคสมัยหรือช่วงวัยในความคิดชาวตะวันตก มีประโยชน์ในการทำความเข้าใจและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ธรรมะของพระพุทธเจ้าเช่นเดียวกัน สามารถเข้าถึงได้กับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกเชื้อชาติ และทุกศาสนา เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปิดกว้างมากขึ้น หลายสิ่งหลายอย่างบนโลกไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มหรือบุคคล ทุกคนมีโอกาสเข้าถึงธรรมะของพระพุทธเจ้าเท่าเทียมกันหมด ไม่มีการแบ่งแยกระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ดังนั้นความหมายของคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่จะไม่ถูกจำกัดที่อายุ เพศ หรือวัย อีกต่อไป แต่จะขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ การยอมรับ และการปรับตัวของบุคคลผู้นั้นต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์และสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้น คนรุ่นใหม่อาจมีพฤติกรรมหรือลักษณะนิสัยแตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก ไม่ว่าจะเป็นพันธุกรรม การเลี้ยงดู ครอบครัว สังคม หรือสิ่งแวดล้อม ผู้คนในแต่ละยุคสมัยอาจจะมีมุมมองต่อโลกต่างกัน อย่างไรก็ตามกระบวนการเรียน การสอน หรือการเรียนรู้ ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ที่ใดที่หนึ่ง ยุคสมัยใดสมัยหนึ่ง หรือคนรุ่นใดรุ่นหนึ่ง

2.2 ค่านิยมและทัศนคติคนรุ่นใหม่

การแบ่งกลุ่ม Generation ตามปีพุทธศักราชหรือคริสต์ศักราช ยังคงมีการทับซ้อนและชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ค่านิยมและทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมมารับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ของคนรุ่นใหม่ จะช่วยเป็นแนวทางศึกษาและวิเคราะห์การเผยแพร่ธรรมะสำหรับคนรุ่นใหม่ในยุควิถีใหม่ โดย นายเสมอ นิมเงิน อ้างถึง

1. Baby Boomers (Gen-B) เกิดในช่วง พ.ศ. 2489-2507 ยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุคเริ่มต้นของคอมพิวเตอร์ เศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นฟู Gen B จึงมีลักษณะนิสัยอดทน จริงจัง เคร่งครัดขนบธรรมเนียม ประเพณี ทุ่มเทให้กับการทำงาน ประหยัดอดออม พฤติกรรมมารับข่าวสารคือ “ไม่เชื่อ= ไม่เสพ” รับข่าวสารจากแหล่งที่ตนเองให้ความเชื่อถือ “ชอบสื่อดั้งเดิม เพิ่มเติม คือ สื่อใหม่”

2. Generation X (Gen-X) หรืออีกชื่อหนึ่งว่า Yuppie หรือ Young Urban Professionals เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2523 ยุคเริ่มต้นอินเทอร์เน็ต เศรษฐกิจโลกเริ่มมั่นคง Gen X เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาคอมพิวเตอร์ ชอบอะไรที่ไม่เป็นทางการมาก มีแนวคิดสร้างความสมดุลในเรื่องงานและครอบครัว คือทำงานตามหน้าที่ ไม่พึ่งพาใคร เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดสร้างสรรค์ เปิดกว้าง ชอบช่วยเหลือสังคม มีความยืดหยุ่นสูง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี คือ เน้นใช้เพื่อการทำงานที่มีประโยชน์ เหมาะสมกับความพอดี หรือความจำเป็น และ พฤติกรรมมารับข่าวสารผ่านสื่อ คือ FOMO (Fear of Missing Out) กลัวไม่ทันข่าว

3. Generation Y (Gen-Y) ถูกเรียกขานไว้หลายชื่อ Millennial, WHY, Dot Com, Net Generation หรือ KIPPERS เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524-2540 ยุคเริ่มต้นเปลี่ยนผ่านจากอนาล็อกไปดิจิทัล

เศรษฐกิจเฟื่องฟู Gen-Y มีโอกาสทางการศึกษาดี มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร มีความคิดสร้างสรรค์ ทำอะไรหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน รักความสะดวกสบาย มีแนวคิดเป็นของตัวเอง ไม่อดทน ใจร้อน ไม่ชอบการถูกบังคับ กล้าแสดงออก กล้าแสดงความคิดเห็น ชอบความท้าทาย มีค่านิยมต่างจากคนรุ่นก่อนทั้งในเรื่องการดำเนินชีวิตและการทำงาน ให้ความสำคัญกับสังคมรอบข้างน้อยลง โดยไปเพิ่มพูนความสำคัญในโลกโซเชียล พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อ คือ “ใช้สื่อใหม่ ไวใจสื่อดั้งเดิม”

4. Generation Z (Gen-Z) คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2541-2554 ยุคเริ่มต้นของดิจิทัล สังคมออนไลน์ Gen-Z เกิดมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกรอบด้าน ค้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีดี เรียนรู้เร็ว มีความคิดเปิดกว้าง ยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่าง ไม่แบ่งแยกชนชั้น สีผิว ศาสนา วัฒนธรรม หรือประเพณีที่แตกต่าง ต้องการเหตุผล หาความรู้ได้จากทุกที่ ไม่ชอบการเรียนรู้แบบบรรยาย ชอบข้อมูลแนวกราฟ ภาพ สถิติชัดเจน เน้นข้อมูลสั้น กระชับ เข้าใจง่าย พฤติกรรมการรับสื่อ คือ “ติดสื่อใหม่ ไวใจสื่อดั้งเดิม”

5. Generation A (Gen Alpha/Gen-A) คนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2553-2568 ยุคดิจิทัลและยุคเริ่มต้นของ AI โดย Mark McCrindle นักประชากรศาสตร์ชื่อดังชาวออสเตรเลียเคยพูดบนเวที TEDx ว่า Gen Alpha ถูกเรียกว่า “Digital Natives” Gen Alpha อาจเป็นเจนที่ฉลาดที่สุดในเผ่าพันธุ์มนุษย์ เพราะเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่พัฒนาเต็มที่ ค้นชินกับการใช้มือถือและแท็บเล็ตตั้งแต่เด็ก มีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีพลังความรู้และความสามารถเต็มเปี่ยม เรียนรู้เร็ว รักการใช้ชีวิตอิสระ มุมมองในมิติโลกการเรียนรู้และอาชีพการงานเปลี่ยนไป มีความสนใจในการสร้างสรรค์โลกนี้ให้ดีขึ้น (เจาะ เทรนด์ ‘เด็ก Gen Alpha’ เพียงพ่อแม่สนับสนุนก็ประสบความสำเร็จในอนาคตได้. (17 ธันวาคม 2561). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/reports/gen-alpha-s26/>. วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564).

ข้อสังเกต Generation C หรือ Gen-C (ย่อมาจากคำว่า “Connectedness”) คือ กลุ่มเจนเนอร์ชันที่ไม่ได้แบ่งตามช่วง พ.ศ. เกิดอีกต่อไป บริษัทวิจัยข้อมูลด้านการตลาด “นิลสัน” (Nielsen) นิยามกลุ่มลักษณะประชากรกลุ่มใหม่ตามอัตราความกระตือรือร้นของการเป็นคนในยุคดิจิทัล กลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุด ครอบครองโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเป็นส่วนใหญ่ของตลาด มีอัตราการรับชม “วิดีโอออนไลน์” และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ “เฟซบุ๊ก” สูงที่สุด รวมถึงการรับสื่อดิจิทัลมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ โดยเป็นการรวมกลุ่มประชากรใน “Gen Y” และ “Gen Z” เข้าด้วยกัน (Marketingoops.com. เจเนอเรชันและความต่าง Gen-X Gen-Y Gen-C. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/reports/behavior>. วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564).

จากผลการสำรวจและการวิเคราะห์ข้อมูล สะท้อนให้เห็นภาพแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในการรับข่าวสารและความเชื่อถือที่ประชาชนมีต่อสื่อออนไลน์ โดยเจนเนอร์ชันที่อายุน้อย ยังมีความเชื่อถือและรับข่าวสารผ่านสื่อใหม่มากขึ้น ประเด็นหนึ่งที่มีความสำคัญและน่าสนใจคือ ถึงแม้ผู้บริโภคข่าวสารยุคใหม่จะให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ แต่ก็ยังคงให้ความไว้วางใจในสื่อดั้งเดิม โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ว่าเป็นแหล่งต้นตอข่าวสารที่น่าเชื่อถือ รูปแบบการเปลี่ยนแปลงนี้อาจกล่าวได้ว่า เป็นพฤติกรรมในการรับข่าวสารของผู้บริโภคในยุคที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารสูงขึ้น เป็นยุคใหม่แห่งการบริโภคข่าวสาร หรือ The Modern News Consumer ที่

สื่อจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยผสมผสานการใช้สื่อดั้งเดิมที่ผู้บริโภคให้ความไว้วางใจ เข้ากับสื่อใหม่ที่มีความสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคมากขึ้น (Generation กับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ. กรมประชาสัมพันธ์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.prd.go.th/th/page/item/index/id/1>. วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564).

คนที่เกิดในแต่ละยุคสมัยหรือ Generation แม้เกิดในประเทศเดียวกัน แต่มีพฤติกรรมหรือจิตที่แตกต่างกัน เนื่องจากประสบการณ์ในวัยเด็กส่งผลต่อมุมมอง ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ด้านการติดต่อสื่อสาร คนรุ่นใหม่ชอบใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนเฉพาะกลุ่มของตนเอง เช่น การใช้คำย่อ สัญลักษณ์ คำพูดที่เข้าใจกันเองเฉพาะกลุ่ม และพูดคุยโต้ตอบแบบพิมพ์ข้อความ ดังนั้น การบริโภคข้อมูลส่วนใหญ่ของคนกลุ่มนี้จึงมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ในปริมาณที่สูงมาก

2.3 พฤติกรรมคนรุ่นใหม่กับการใช้อินเทอร์เน็ต

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม นำเสนอรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2563 ใน Theme “วิถีใหม่ (New Normal) วิถีไทย” จากผลสำรวจพบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 25 นาที โดยในวันธรรมดาจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 11 ชั่วโมง 23 นาที/วัน ส่วนในวันหยุดจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 11 ชั่วโมง 29 นาที/วัน

เมื่อแบ่งตามเจนเนอเรชัน พบว่า กลุ่ม Gen Y (อายุ 20-39 ปี) มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดอยู่ที่ 12 ชั่วโมง 26 นาที รองลงมาคือ Gen Z (อายุน้อยกว่า 20 ปี) จำนวน 12 ชั่วโมง 8 นาที ขณะที่กลุ่ม Gen X (อายุ 40-55 ปี) จำนวน 10 ชั่วโมง 20 นาที ส่วน Baby Boomer (อายุ 56-74 ปี) มีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 41 นาที ตามลำดับ เหตุผลที่ทำให้อินเทอร์เน็ตถูกใช้งานในวันธรรมดาเพิ่มมากขึ้น เหตุผลหลักคืออินเทอร์เน็ตทำให้ผู้คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ง่าย มีเครือข่ายครอบคลุมทุกพื้นที่ เหตุผลรองคือ กิจกรรม ธุรกรรม หรือบริการต่างๆ ในชีวิตประจำวันสามารถทำผ่านออนไลน์ได้มากขึ้น และเหตุผลสำคัญที่สุดคือ ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ที่มีมาตรการปิดสถานศึกษา นโยบายการทำงานแบบ Work from Home ทำให้หลายคนโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ที่อยู่ในวัยทำงานและวัยเรียน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด ต้องเปลี่ยนรูปแบบการเรียนและการทำงานมาเป็นแบบออนไลน์มากขึ้น รายงานเพิ่มเติมระบุว่า Gen Alpha มีการใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันเฉลี่ย 47.4% และมีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในการทำกิจกรรมต่างๆ ความบันเทิง ฟังเพลง ดูยูทูบ ตามด้วยโซเชียลเน็ตเวิร์ค อัปโหลดรูปภาพ และค้นหาข้อมูล

จากผลสำรวจกิจกรรมออนไลน์ยอดนิยม 10 อันดับแรก คือ 1) ใช้ Social Media เช่น Facebook, LINE, Instagram 95.3% 2) ดูโทรทัศน์ / ดูคลิป / ดูหนัง / ฟังเพลงออนไลน์ 85.0% 3) ค้นหาข้อมูล 82.2% 4) ติดต่อสื่อสารออนไลน์ ทั้งการโทรศัพท์และพูดคุย (Chat) 77.8% 5) รับส่งอีเมล 69.0% 6) ซื้อสินค้าออนไลน์ 67.3% 7) อ่านข่าว/ บทความ/ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) 64.2% 8) เรียนออนไลน์ (E-Learning) 57.5% 9) เล่นเกมออนไลน์ 56.8% 10) ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ 56.5% นอกจากนี้

จากการสำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า Facebook, YouTube และ LINE ยังคงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ครองใจคนไทยอย่างต่อเนื่อง โดย Facebook เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็น 98.29% รองลงมาคือ YouTube คิดเป็น 97.5% และ LINE คิดเป็น 96.0% ขณะเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์ที่มาแรงอย่าง TikTok กำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วโดยมีผู้ใช้บริการ คิดเป็น 35.8%. (รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>. วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564).

เราจะสังเกตเห็นว่า การใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ในการรับส่งข้อมูลข่าวสารของคนรุ่นใหม่มีจำนวนสูงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การรู้เท่าทันกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง โดยการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมคนรุ่นใหม่และยุคสมัยที่เปลี่ยนไป จะช่วยทำให้ผู้สอนค้นพบวิธีการเผยแพร่ธรรมะได้อย่างถูกทาง

3. การเผยแพร่ธรรมะสำหรับคนรุ่นใหม่ในยุควิถีใหม่

วิถีใหม่ หรือ พุทธนวัตวิถี คือ การใช้ชีวิตวิถีใหม่ตามแนวพุทธ การประพฤติและปฏิบัติธรรมตามหลักธรรมในพระพุทธศาสนา โดยการดำเนินชีวิตอย่างมีสติอยู่กับปัจจุบัน เพื่อประโยชน์สุขทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม

3.1 การเผยแพร่ธรรมะยุควิถีใหม่

จากสถานการณ์วิกฤต COVID-19 ทำให้ผู้คนทั่วโลกหันมาเริ่มใส่ใจดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิตของตนเองและผู้คนรอบข้างมากขึ้น การเผยแพร่ธรรมะยุควิถีใหม่ สามารถช่วยเยียวยา รักษา จิตใจ และบำบัดทุกข์โศกของผู้คนทั่วโลก สำนักงานกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ได้กล่าวถึง การเรียนการสอนในยุควิถีใหม่ 5 รูปแบบ คือ

1) Online การเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ตและระบบ Video Conference ของสถาบันหรือองค์กรตามที่ สพฐ.จัดเตรียมให้ เป็นการถ่ายทอดสดหรือการสื่อสารแบบ 2 ทาง ที่นิยมใช้มากที่สุดในปัจจุบัน เช่น Zoom, Google Meet หรือบนแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Line, TikTok, Youtube บนสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก แล็บท็อป หรือคอมพิวเตอร์

2) On-Demand การเรียนการสอนผ่านทางเว็บไซต์ DLTV (www.dltv.ac.th) ช่อง Youtube (DLTV Channel 1-15) และแอปพลิเคชัน DLTV บนสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก แล็บท็อป คอมพิวเตอร์ หรือ สมาร์ททีวี ตามที่ผู้สอนและผู้เรียนตกลงใช้ร่วมกัน

3) On-Air การเรียนการสอนผ่านทีวี (ON-AIR) และผ่านระบบดาวเทียม KU-BAND (จานทิป) ช่อง 186-200 ระบบเคเบิลทีวี (Cable TV) และระบบ IPTV

4) On-Hand การเรียนการสอนโดยการนำหรือส่งหนังสือ แบบฝึกหัด ใบงาน ไปเรียนรู้ที่บ้าน (อาจใช้ร่วมกับรูปแบบอื่นๆ ตามบริบทของท้องถิ่นนั้นๆ)

5) On-Site การเรียนการสอนที่โรงเรียนตามปกติ หรือการนัดหมายให้ผู้สอนและผู้เรียนเฉพาะกลุ่มมาที่บ้านหรือโรงเรียนที่อยู่ในเขตพื้นที่ปลอดภัย (สพฐ.(2564). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.obec.go.th/archives/377135>. วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564).

สำหรับสถาบัน องค์กร ผู้สอน หรือผู้เรียน ที่มีความพร้อมด้านบุคลากร สถานที่ อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องมือสื่อสาร รวมถึงความรู้ความสามารถในการใช้งาน สามารถเลือกใช้รูปแบบการเรียนการสอนแบบ Online หากไม่มีความพร้อมดังกล่าว สามารถเลือกใช้วิธีการเรียนการสอนแบบอื่นๆ ทั้งนี้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าต้องเป็นรูปแบบใดแบบหนึ่งตลอดไป ขึ้นอยู่กับบริบทที่เหมาะสม

3.2 การเผยแพร่รูปแบบมีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติ

Active Learning เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้เชิงรุกตามแนวคิดสร้างสรรค์ทางปัญญา ที่เน้นกระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาทางวิชาการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนการสอน และลงมือปฏิบัติด้วยตนเองผ่านสื่อ กิจกรรม หรือโครงการต่างๆ โดยการสร้างเสริมการจัดการและการนำองค์ความรู้ หลักการ หรือประสบการณ์ต่างๆ มาเชื่อมโยง ผู้สอนเป็นเพียงผู้แนะนำ กระตุ้น ส่งเสริม สร้างบรรยากาศ จัดการวางแผน หรือจัดกิจกรรมที่ชัดเจนและหลากหลาย ให้สอดคล้องกับเนื้อหาและเวลา โดยมีผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในกระบวนการจัดการเรียนรู้ การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง ที่สำคัญคือ ผู้สอนต้องเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงออกอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพทางสมอง หรือทักษะกระบวนการคิดขั้นสูงในการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และหาบทสรุป รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม

เทคนิคการจัดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active Learning) สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน รวมทั้งสามารถใช้ได้กับนักเรียนทุกระดับชั้น ทั้งการเรียนรู้แบบรายบุคคล แบบกลุ่มเล็ก และแบบกลุ่มใหญ่ โดยรูปแบบของกิจกรรมการเรียนรู้ที่นิยมนำมาใช้ในการนำเสนอการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning คือ (Kathleen McKinney, S. E. (2008-07-10).

- 1) การแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างผู้เรียน (Think-Pair-Share)
- 2) การร่วมมือกันทำงานเป็นกลุ่ม (Collaborative Learning Group)
- 3) การทบทวนบทเรียนโดยผู้เรียน (Student-Led Review Sessions)
- 4) การนำเกมเข้าบูรณาการ (Games)
- 5) การวิเคราะห์หรือแสดงความคิดเห็นต่อวิดีโอ (Analysis or Reactions to Videos)
- 6) การโต้เถียง (Student Debates)
- 7) การสร้างแบบทดสอบจากสิ่งที่ได้เรียนรู้ (Student Generated Exam Questions)
- 8) การวิจัยข้อเสนอหรือโครงการ (Mini-Research Proposals or Project) การเรียนรู้แบบโครงการ (Project-Based Learning) หรือ การเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning)
- 9) การวิเคราะห์กรณีศึกษา (Analyze Case Studies)
- 10) การจดบันทึก หรือเขียนเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ (Keeping Journals or Logs)
- 11) การเขียนและผลิตจดหมายข่าว (Write and Produce a Newsletter)

12) การออกแบบแผนผังความคิด เพื่อนำเสนอความคิดรวบยอด (Concept Mapping) (สถาพร พุทธิพิฏฐกุล. 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559. การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://km.buu.ac.th/article/frontend/article_detail/141. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

3.3 การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อเทคโนโลยีรูปแบบดิจิทัล สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในติดต่อสื่อสารระหว่างผู้คนบนโลกออนไลน์ ผ่านตัวอักษร เสียง ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว แล้วนำมาเผยแพร่หรือแบ่งปันผ่านเครือข่ายสังคมอย่างสร้างสรรค์ การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการเผยแพร่ธรรมะแบบเชิงรุก เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง ซึ่งผู้สอนและผู้เรียนสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีแบบ Real-time สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย รวมทั้งประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและผู้คนหลากหลายได้ครั้งละเป็นจำนวนมากจากทั่วทุกมุมโลกในเวลาพร้อมเพรียงกัน การเผยแพร่ธรรมะสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปผ่านแพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Facebook, Line, Instagram, YouTube, TikTok หรือผ่าน Video Conference เช่น Zoom, Google Meet ทั้งนี้ เนื้อหาธรรมะที่พระพุทธเจ้าทรงเคยสอนยังคงเดิม เพียงปรับเปลี่ยนวิธีการและพัฒนา รูปแบบที่แตกต่างและหลากหลาย ผู้คนสามารถเลือกรับชม รับฟังธรรมเทศนา และปฏิบัติธรรมผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ตามความชอบ ความถนัด และความสะดวกของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ การเผยแพร่ธรรมะดังกล่าว ยังเอื้อประโยชน์สำหรับพุทธศาสนิกชนที่อยู่ห่างไกลและบุคคลทั่วไปที่อาจไม่เคยฟังธรรมของพระพุทธเจ้าได้เข้าถึงธรรมะของพระพุทธเจ้าได้อีกด้วย

บทสรุป

การเผยแพร่ธรรมะในพระพุทธศาสนาประกอบด้วยหลักสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ หลักการ 3 อุดมการณ์ 4 วิธีการ 6 โดยยึดหลักธรรมและหลักการในการดำเนินชีวิตอย่างถูกต้องตามหลักไตรสิกขา อันได้แก่ ศีล สมาธิ ปัญญา จุดมุ่งหมายเพื่อหลักประโยชน์ 3 ประการ คือ ประโยชน์ปัจจุบัน ประโยชน์เบื้องหน้า และประโยชน์สูงสุด ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกล้วนมีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ธรรมะ พุทธบริษัท 4 ต้องสร้างสุขจากภายใน แม้ภายนอกจะเปลี่ยนแปลงคือ เรียนรู้ ยอมรับ ปรับตัว และเข้าใจสถานการณ์ สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง เพราะไม่ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารจะก้าวไกลเพียงใด บทบาทหน้าที่ของพุทธบริษัท 4 ในการศึกษา ปฏิบัติ เผยแผ่ และปกป้องพระพุทธศาสนานั้นยังคงสำคัญเสมอ การเป็นต้นแบบที่ดีงามทั้งคุณสมบัตินอก และคุณธรรมภายใน รวมถึงการพิจารณาทำความเข้าใจธรรมชาติของผู้เรียนในแต่ละยุคสมัยหรือช่วงวัย โดยการศึกษาวิเคราะห์ พฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติคนรุ่นใหม่ จะช่วยให้สำนักเผยแผ่หรือผู้สอน สามารถนำพุทธวิธีไปประยุกต์ใช้กับผู้เรียนซึ่งมีความแตกต่างในระดับสติปัญญาได้อย่างเหมาะสม

การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Active Learning) เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สอนและผู้เรียนได้มีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กัน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นหาสิ่งใหม่ๆ เกิดแรงจูงใจ และการจดจำข้อมูลอย่างยั่งยืน ช่วยให้ผู้เรียนตระหนักรู้คุณค่าในตนเองและผู้อื่น เป็นการสร้างแรงขับเคลื่อนที่

จะช่วยส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม โดยนำเนื้อหาที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้และปฏิบัติในรูปแบบที่แตกต่างหลากหลายตามความชอบของแต่ละบุคคล เพื่อสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้แบบมีชีวิต สนุกสนาน เสริมสร้างพลังงานบวก หรือ Growth Mindset

การเผยแพร่ธรรมะยุควิถีใหม่ผ่านการเรียนการสอน 5 รูปแบบ คือ 1) Online 2) On-Demand 3) On-Air 4) On-Hand 5) On-Site ขึ้นอยู่กับบริบทความพร้อมและความเหมาะสม ในปัจจุบันการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างเห็นได้ชัด การเผยแพร่ธรรมะออนไลน์ เป็นการเผยแพร่ธรรมะแบบเชิงรุกผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Facebook, Line, Instagram, YouTube และ TikTok หรือผ่าน Video Conference เช่น Zoom และ Google Meet เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง ที่สามารถรับส่งข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพ เสียง หรือคลิปวิดีโอ ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย รวมถึงประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นการเพิ่มโอกาสและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการเข้าถึงผู้คนทั่วโลกได้ครั้งละจำนวนมาก

จากการศึกษาพบว่า การเผยแพร่ธรรมะสำหรับคนรุ่นใหม่ในยุควิถีใหม่ (New Normal) โดยการนำพุทธวิธีหรือเทคนิคการเผยแพร่ธรรมะทั้งศาสตร์ ศิลป์ และศาสน์ ร่วมกับสื่อใหม่ในการเผยแพร่องค์ความรู้และหลักธรรมในพระพุทธศาสนา เพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่อย่างสร้างสรรค์ เป็นการช่วยส่งเสริม สนับสนุน และถ่ายทอดองค์ธรรมทั้งปริยัติ ปฏิบัติ ปฏิเวธ เพื่อเป็นการปลูกฝัง บ่มเพาะ และพุ่มพักเมล็ดต้นกล้าแห่งคุณงามความดีงามที่มีอยู่ในส่วนลึกของจิตใจมนุษย์เราทุกคน การทำให้คนรุ่นใหม่ตระหนักรู้ว่า ธรรมะในพระพุทธศาสนาเป็นสิ่งที่มีความค่า เป็นประโยชน์ จำต้องได้ และเห็นผลได้ ดังพุทธพจน์ “ผู้ใดเห็นธรรม ผู้นั้นเห็นเรา... ตถาคต” โดยนำหลักไตรสิกขา อันได้แก่ ศีล สมาธิ และปัญญา ไปประพจน์ปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และส่วนรวม เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการสานต่อธรรมะขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าให้คงอยู่สืบไป

เอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2556). พุทธวิธีในการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร: บริษัทพิมพ์สวย จำกัด: หน้า 46-64.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย: หน้า 33-35.

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/>. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

สำนักงานกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (29 มกราคม 2564). สพฐ. แจงเลือกวิธีเรียนได้หลายแบบ หากไม่พร้อมเรียนออนไลน์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.obec.go.th/archives/377135>. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (9 เมษายน 2564). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

เสมอ นิมเงิน. (2562). Generation กับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ. กรมประชาสัมพันธ์[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.prd.go.th/th/page/item/index/id/1>. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

สถาพร พุทธิพิฏฐกุล. (4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559). การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://km.buu.ac.th/article/frontend/article_detail/141. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

Marketingoops.com. (20 พฤษภาคม 2556). เจเนอเรชั่น และความต่าง “Gen-X Gen-Y Gen-C.” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/gen-x-gen-y-gen-c/>. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)

Marketingoops.com. (17 ธันวาคม 2561). เจาะเทรนด์ ‘เด็ก Gen Alpha’ เพียงพ่อแม่สนับสนุนก็ประสบความสำเร็จในอนาคตได้. (17 ธันวาคม 2561). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/reports/gen-alpha-s26>. (วันที่สืบค้น 9 กันยายน 2564)