Journal of MCU Palisueksabuddhaghosa Review
วารสาร มจร บาฬีศึกษาพุทธโฆสปริทรรศน์
ISSN : 2539 - 5777

แนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม

The Guideline of Public Relations Media Promotion Based on Buddhist Integration for Social Service of Mahachulalongkornjavidyalaya University, Palisueksabuddhaghosa Campus

ธีร์ธวัช ภูมิประมาณ[1]
Theethawat Phoomparmarn
E-mail: acting.lt.theethawat@gmail.com

Received: *September 17, 2024* **Revised:** *October 21, 2024*
Accepted: *October 25, 2024*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ 2) เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐมการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และการสัมภาษณ์เชิงลึกในภาคสนาม วิเคราะห์และสังเคราะห์ผ่านความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม จำนวน 16 รูป/คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา นำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทฤษฎีการสื่อสาร SMCR Model ซึ่งเป็นแบบจำลองพื้นฐานที่อธิบายกระบวนการประชาสัมพันธ์ ยังคงมีความเกี่ยวข้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน

[1]นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย / Student in Doctor of Philosophy Buddhist Studies, Mahachulalongkornrajavidyalaya University,

สังคม ในฐานะสถาบันการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา สามารถนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมบริการสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักธรรมกถึก 5 ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้แสดงธรรม ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานการประสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี และ3) แนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ตามทฤษฎีการสื่อสาร SMCR Model ร่วมกับ หลักพระธรรมกถึก 5 ประการ ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคม ผู้ส่งสาร ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 3 สาร ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 1 และ 2 ช่องทาง ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 5 ผู้รับสาร ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 4 สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเป็น SMCR-B Model.

คำสำคัญ: การเผยแพร่, สื่อประชาสัมพันธ์, พุทธบูรณาการ, บริการสังคม

Abstract

This research paper contains the following objectives: 1) to study the theoretical concepts of modern public relations dissemination, 2) to study Buddhist principles promoting public relations for social service at Mahachulalongkornjavidyalaya University, Palisueksabuddhaghosa Campus, and 3) to propose a framework for Buddhist-integrated public relations dissemination for social service at Mahachulalongkornjavidyalaya University, Palisueksabuddhaghosa Campus. It was qualitative research, employing in-depth field interviews. Data were analyzed and synthesized by 16 experts divided into 3 groups. Content analysis was conducted, and the findings were presented through descriptive analysis.

The results of the research found that 1) in the digital age where information spreads quickly, public relations play an important role in creating a good image for an organization and relationships with stakeholders. SMCR Model communication theory, a basic model explaining the public relations process. It is still relevant and can be effectively applied in planning and executing public relations in the digital age. 2) Public relations plays a pivotal role driving social change. As a Buddhist educational institution, it effectively utilizes Buddhist teaching in our public relations efforts to promote social service activities, especially the five Dhammakathika, which are the qualities of a Dhamma teacher, can be excellently applied to public relations work. 3) A framework for disseminating integrated Buddhist public relations for community service at Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Pali Buddhaghosa Campus, Nakhon Pathom, based on the SMCR Model of Communication in conjunction with the Five *Dhammakathika* teaching for social services, as follows; Sender is applied with the 3rd *Dhammakathika* principle, the Message was applied with the 1st and 2nd *Dhammakathika* principle,

Channel is applied with the 5th *Dhammakathika* principle. Receiver is applied with the 4th *Dhammakathika* principle. Summary of knowledge gained from research is the SMCR-B Model.

Keywords: Publishing, public relations media, integrated Buddhism, social services

บทนำ

ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว การสื่อสารจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม การนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมายและสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม หลักธรรมที่เป็นรากฐานของการสื่อสาร หลักธรรมกถึก 5 ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้แสดงธรรม ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานการประสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดีในการนำเสนอข้อมูล 5 ประการ ได้แก่ 1) แสดงธรรมไปโดยลำดับ ไม่ตัดลัดให้ขาดความ คือการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยควรมีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย 2) อ้างเหตุผล แนะนำให้ผู้ฟังเข้าใจ คือการให้เหตุผลประกอบการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญของกิจกรรมต่างๆ จะช่วยให้ผู้คนเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม 3) ตั้งจิตเมตตา ปรารถนาให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง คือการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยความจริงใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือ 4) ไม่แสดงธรรมเพราะเห็นแก่ลาภ คือการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การสื่อสารควรเน้นที่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่สังคมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว 5) ไม่แสดงธรรมกระทบตนและผู้อื่น คือการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ควรเป็นไปอย่างสุภาพ ไม่ดูถูกเหยียดหยามผู้อื่น และไม่ยกตนข่มผู้อื่น

โลกยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญของการศึกษาในอนาคต มนุษย์ในโลกปัจจุบันจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องการพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิต ในการทำงานและสนองความต้องการเพื่อให้ได้มาซึ่งความสุข แม้คำสอนทางศาสนาบางอย่างก็พยายามตีความและอธิบายด้วยเทคโนโลยี มีนักคิดบางท่านพยายามอธิบายหลักคำสอนใน พระพุทธศาสนา เพื่อให้เชื่อมโยงกับโลกแห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีการตีความให้เข้ากับยุคสมัย เช่น เรื่องเทคโนโลยีกับสวรรค์ ความว่า “ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีปัจจุบันสามารถสร้างสวรรค์ชั้นดาวดึงส์สำหรับผู้คนในโลกได้แล้ว เช่น อานุภาพของสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ได้แก่อาวุธสายฟ้าซึ่งเป็นอาวุธประจำตัวมีอานุภาพทำลายล้างสูงและ มีรัศมีทำการไกลอาจเทียบได้กับปืนไฟ เครื่องบินรบ ขีปนาวุธ และอาวุธนิวเคลียร์ สวรรค์อันสวยงามทั้งหลายดูได้จากสตรีที่แต่งกายด้วยพัสตราภรณ์อันหรูหรา ซึ่งพบได้ในงานสังสรรค์และสามารถเห็นตัวอย่างได้จากแฟชั่นโชว์เป็นต้น"[2]

[2] อนุช อาภาภิรม. “**เทคโนโลยีกับสวรรค์”,** ห้องสมุดสถาบันพระปกเกล้า, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://kpi-lib.com/library/books/kpibook-9215, [1 ตุลาคม 2566].

เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือนี้ให้เกิดประโยชน์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพราะหากจะใช้วิธีการเผยแผ่พระพุทธศาสนาแบบเดิมอาจเข้าไม่ถึงสังคมยุคใหม่หรือคนรุ่นใหม่ก็เป็นได้ เพราะสังคมสมัยปัจจุบัน ประชาชนไม่ค่อยมีเวลาไปปฏิบัติธรรม ฟังเทศน์หรือศึกษาพระธรรมคำสอนที่วัดเหมือนสมัยอดีตที่ผ่านมา การเผยแผ่พระธรรมคำสอนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำให้เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและกว้างขวางมากที่สุด ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ผู้ใช้อยู่ที่ไหนเวลาใดก็สามารถที่จะเข้าไปศึกษาพระธรรมคำสอนได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นที่ทำงาน ที่บ้าน หรืออยู่ในต่างประเทศก็ตาม

ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงและเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้กว้างขวางไปทั่วโลก ภายใต้บริบทและแนวโน้มของประชากรโลกที่จะใช้ชีวิตในโลกออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องผ่านเครื่องมือต่างๆ ทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์ เคลื่อนที่ แต่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าว ต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งไม่เป็นการบิดเบือนพระธรรมคำสอนของ พระพุทธศาสนาตามพระไตรปิฎก

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม เดิมเมื่อ พ.ศ. 2530 จัดตั้งเป็นสถาบันการศึกษาภาษาบาลี ตามหลักอันมาในคัมภีร์สัททาวิเสส โดยใช้ชื่อว่า “สถาบันบาฬีศึกษาพุทธโฆส” เมื่อ พ.ศ. 2535 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รับสถาบันบาฬีศึกษาพุทธโฆสเข้าเป็นส่วนงานระดับสถาบันของมหาวิทยาลัย สังกัดสำนักงานอธิการบดี และได้รับการจัดตั้งเป็นวิทยาเขตตามประกาศมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์ที่ 48/2537 ลงวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2537 เป็นวิทยาเขตลำดับที่ 10 ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย[3] ปัจจุบัน วิทยาเขตจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ในหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบาลีพุทธศาสตร์และสาขาวิชาพุทธศาสนา หลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาพระพุทธศาสนาและสาขาวิชาวิปัสสนาภาวนา หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาพระพุทธศาสนา สาขาวิชาวิปัสสนาภาวนา และสาขาวิชาบาลีพุทธศาสตร์ ตั้งแต่เริ่มจัดตั้งก็เข้าปีที่ 37 มีสาขาวิชาวิปัสสนาภาวนาที่มีความโดนเด่นเป็นอัตลักษณ์ ที่เปิดทำการเรียนการสอนแห่งเดียวในประเทศและยังเป็นสาขาวิชาที่เป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไป

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษานำเสนอแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ที่กำลังจะพัฒนาต่ออย่างถูกต้องและนำแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมสำหรับยุคสมัย และเพื่อเป็นแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคมให้มีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิทยาเขตและสังคมโดยรวมต่อไป

---

[3] วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม, **“ประวัติวิทยาเขต”**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://pali.mcu.ac.th/?page_id=553. [3 ตุลาคม 2566].

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่

2. เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และภาคสนาม (Field–Work Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอแนวทางการการเผยแผ่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม เครื่องมือวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary) และข้อมูลภาคสนาม (Field Work Study) นำเสนอผลการวิเคราะห์แบบพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อนำเสนอแนวทางการการเผยแผ่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา จากนั้นกำหนดเป็นกรอบปัจจัยที่ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ตามกรอบปัจจัยที่กำหนด เพื่อนำไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนร่วมกับแนวทางการการเผยแผ่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม จากนั้นนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาพร้อมทั้งรับข้อเสนอแนะ

3. ปรับปรุงเครื่องมือในการวิจัยและให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

4. นำเครื่องมือที่ผ่านการแนะนำและผ่านผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ โดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

5. นำแบบสัมภาษณ์ไปสอบถามสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ แล้วนำผล ที่ได้มาเรียบเรียงปรับปรุงแก้ไขและนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำข้อมูลไปใช้ต่อไป

6. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ในเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ พบว่า ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร

และสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทฤษฎี SMCR Model ซึ่งเป็นแบบจำลองพื้นฐานที่อธิบายกระบวนการประชาสัมพันธ์ ยังคงมีความเกี่ยวข้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วย Source ผู้ส่งสาร ต้องสร้างบุคลิกภาพที่ชัดเจนและประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงและจดจำได้ มีการร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความน่าเชื่อถือในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขยายฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้และส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรผ่านช่องทางส่วนตัว Message สาร สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีคุณค่า เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น บทความ วิดีโอ อินโฟกราฟิก เล่าเรื่องราวของแบรนด์ให้เป็นที่น่าสนใจ เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค ปรับเนื้อหาให้ตรงกับความสนใจของแต่ละบุคคล โดยใช้ข้อมูลจากพฤติกรรมของผู้ใช้บนช่องทางออนไลน์ Channel ช่องทาง ใช้แพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn ปรับปรุง SEO เพื่อให้เว็บไซต์ขององค์กรติดอันดับในการค้นหา สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการส่งอีเมลข่าวสารและโปรโมชั่น ใช้ช่องทางของอินฟลูเอนเซอร์ในการเผยแพร่ข้อมูล Receiver ผู้รับสาร กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถประชาสัมพันธ์ได้ตรงจุด ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคบนช่องทางออนไลน์ เพื่อเข้าใจความต้องการและความสนใจ สร้างช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ เช่น การตอบคำถาม การให้ Feedback เป็นต้น

2. หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม พบว่า ในยุคปัจจุบันที่การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ในฐานะสถาบันการศึกษาด้านพระพุทธศาสนาที่ยึดหลักพุทธธรรมในการดำเนินงาน สามารถนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมบริการสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักธรรมกถึก 5 ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้แสดงธรรม ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานการประสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี เมื่อนำหลักธรรมเหล่านี้มาประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคม จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและเกิดผลดีต่อสังคม การนำหลักธรรมกถึก 5 มาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคม (1) ประชาสัมพันธ์ไปโดยลำดับ ไม่ตัดลัดให้ขาดความ คือ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมบริการสังคม ควรมีการวางแผนการนำเสนอข้อมูลที่เป็นระบบ มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ตั้งแต่การแนะนำกิจกรรม เป้าหมายของกิจกรรม ผลที่คาดว่าจะได้รับ และวิธีการเข้าร่วมกิจกรรม ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน ตัวอย่างเช่น การสร้างวีดีโอสั้นๆ ที่อธิบายขั้นตอนการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น วันสำคัญทางพระพุทธศาสนาวันเข้าพรรษา ตั้งแต่ต้นจนจบ (2) อ้างเหตุผล แนะนำให้ผู้ฟังเข้าใจ คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลควรมีเหตุผลประกอบ เพื่อให้ผู้รับสารเห็นความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมบริการสังคม เช่น การนำเสนอสถิติของผู้สำเร็จการศึกษาแต่ละปี และหลังจากสำเร็จการศึกษาแต่ละปีผู้ที่สำเร็จการศึกษาปัจจุบันมีหน้าที่การงานอย่างไรในที่ผ่านมา ตัวอย่างเช่น การนำเสนอข้อมูลสถิติเกี่ยวกับนิสิตที่จบการศึกษา เพื่อเป็นเหตุผลในการจัดกิจกรรมรับ

สมัครนิสิตใหม่ในปีถัดไป (3) ตั้งจิตเมตตา ปรารถนาให้เป็นประโยน์แก่ผู้รับสาร คือ ประชาสัมพันธ์ควรเกิดจากเจตนาที่ต้องการให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคม โดยเน้นย้ำถึงผลดีที่ผู้รับสารจะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม ตัวอย่างเช่น การใช้ภาษาที่เป็นกันเองและแสดงความจริงใจในการเชิญชวนให้ผู้คนมาร่วมกิจกรรม (4) ไม่ประชาสัมพันธ์เพราะเห็นแก่ลาภหรือประโยชน์ส่วนตัว คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลควรเป็นไปอย่างโปร่งใส ไม่เน้นการโฆษณาชวนเชื่อหรือผลประโยชน์ส่วนตัว แต่เน้นที่การส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตัวอย่างเช่น การเน้นย้ำถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมมากกว่าการเน้นย้ำถึงผลตอบแทนที่ผู้เข้าร่วมจะได้รับ (5) ไม่ประชาสัมพันธ์กระทบตนและผู้อื่นคือ การประชาสัมพันธ์ควรระมัดระวังในการใช้คำพูด ไม่ควรใช้คำที่ดูหมิ่นหรือก่อให้เกิดความขัดแย้ง ควรใช้ภาษาที่สุภาพและเหมาะสม ตัวอย่างเช่น การหลีกเลี่ยงการใช้คำพูดที่ดูถูกหรือเหยียดหยามกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นต้น

3. แนวทางการการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม พบว่า แนวทางการการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม คือ การนำทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ SMCR Model และหลักพระธรรมกถึก 5 ประการ มาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีความชัดเจน มีประสิทธิภาพ และตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ยังเป็นการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้กับหลักการทางวิชาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคม ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งเน้นการศึกษาพระพุทธศาสนาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้ตระหนักถึงบทบาทสำคัญในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสังคม การประชาสัมพันธ์ในแต่ละขั้นตอนเสนอให้มีการนำทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ SMCR Model และหลักพระธรรมกถึก 5 ประการ มาประยุกต์ใช้ ดังนี้

ผู้ส่งสาร (Source) เป็นผู้เริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์จะประสบผลสำเร็จหรือไม่ การมีคุณสมบัติที่เหมาะสมตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ของคุณมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้นผู้สงสารควรมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักสัปปุริสธรรม 7 ประการ ได้แก่ (1) เป็นผู้รู้หลักการ หลักความจริง เนื้อหาของเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ รู้แจ้งแทงตลอดในทฤษฎีและปฏิบัติในศาสตร์และศิลป์ของตน (2) รู้จักเนื้อหาสาระ ความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนชัดเจน (3) รู้จักตนเอง ว่าตนคือใคร มีความพร้อมหรือไม่ จะเป็นผู้ที่รับรู้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และมีวิจารณญาณที่รอบคอบ มีเหตุ มีผล ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ (4) รู้จักประมาณ รู้จักความพอดี การประชาสัมพันธ์บางอย่างหากมีมากเกินไป ผู้รับสารก็รับไม่ได้ หากน้อยไปก็ไม่เพียงพอ (5) รู้จักเวลา ผู้ส่งสารต้องรู้เวลาในการประชาสัมพันธ์ว่า เวลาไหนควร เวลาไหนไม่ควร หากผู้ส่งสารไม่รู้จักเวลาในการประชาสัมพันธ์ แม้ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในตนเอง การประชาสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือการประชาสัมพันธ์มวลชน นอกจากการประชาสัมพันธ์นั้นจะไม่ประสบผลสำเร็จแล้ว บางครั้งอาจมีข้อพิพาทตามม (6) รู้จักชุมชน รู้จักสังคม กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายผู้ส่งสารต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ จึงจะประสบความสำเร็จ ยิ่งรู้มากเท่าไรการประชาสัมพันธ์ก็ยิ่งมี

ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเท่านั้น (7) รู้จักความแตกต่างระหว่างบุคคล ว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะจำเพาะเป็นตนเอง มีจริต มีอัธยาศัย มีศักยภาพในการรับสารมากน้อยเพียงใด การที่ผู้ส่งสารรู้ความแตกต่างระหว่างบุคคลได้นั้น ทำให้แยกแยะผู้รับสารได้

สาร (Message) องค์ประกอบสารนั้น การที่สารหนึ่งจะสามารถประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายนั้น ตามหลักธรรมทางพุทธศาสนาแล้ว สารนั้นควรประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สอดคล้องกับหลักธรรมสำคัญ 5 ประการ (1) สัจจะ ได้แก่เรื่องที่เสนอต่อมวลชนนั้นต้องเป็นเรื่องจริงเสนอหรือประชาสัมพันธ์ตามความเป็นจริงไม่บิดเบือน (2) ตถตา เรื่องแท้ เรื่องที่ประชาสัมพันธ์นั้น ต้องเป็นเรื่องแท้ เสนอตามสภาพที่แท้จริงไม่คาดเดา ไม่แต่งแต้ม ไม่ใส่สี หรือใส่ไข่ (3) กาละ เรื่องที่ประชาสัมพันธ์นั้น ต้องเหมาะสมกับกาลเวลา (4) ปิยะ เรื่องที่เสนอนั้นเป็นเรื่องที่คนชอบ หรือเสนอโดยวิธี ที่ผู้รับสารชื่นชอบ (5) อัตถะ เรื่องที่ประชาสัมพันธ์นั้น ต้องเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

ช่องทาง (Channel) ในการเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์นั้น การนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางที่ดีในการตัดสินใจ เนื่องจากหลักธรรมเหล่านี้สอนให้เราเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์และสภาพแวดล้อมได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะช่วยให้เราเลือกช่องทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด หลักธรรมที่ควรนำมาพิจารณาในการเลือกช่องทางประชาสัมพันธ์ คือ อริยสัจ 4 เป็นหลักธรรมพื้นฐานที่อธิบายถึงความจริงอันประเสริฐของชีวิต ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและหาทางแก้ไขในการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้ (1) ทุกข์ การระบุปัญหาหรืออุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ เช่น กลุ่มเป้าหมายไม่เข้าใจเนื้อหา หรือไม่สนใจในสิ่งที่เราประชาสัมพันธ์ (2) สมุทัย การหาสาเหตุของปัญหา เช่น ช่องทางประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสม ภาษาที่ใช้ยากเกินไป หรือเวลาที่ประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสม (3) นิโรธ การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเนื้อหาอย่างถูกต้อง หรือต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (4) มรรค การเลือกช่องทางและวิธีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม เช่น การเลือกใช้โซเชียลมีเดียที่กลุ่มเป้าหมายใช้งานหรือการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ

ผู้รับสาร (Receiver) มีบทบาทสำคัญในการทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ หลักพละ 5 เป็นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่เน้นการพัฒนาตนเองให้มีความเข้มแข็งทั้งทางกายและทางใจ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเป็นผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมาย การพิจารณาถึงพละ 5 แต่ละประการที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้รับสารที่ดี (1) ศรัทธาพละ เป็นพลังแห่งความเชื่อมั่นในตนเองและในสิ่งที่กำลังรับฟังหรือเรียนรู้ การมีศรัทธาจะช่วยให้ผู้รับสารเปิดใจรับฟังข้อมูลใหม่ๆ อย่างตั้งใจ และมีความมั่นใจในการนำไปปฏิบัติ (2) วิริยะพละ เป็นพลังแห่งความเพียรพยายามในการฟังและทำความเข้าใจสิ่งที่ได้รับฟัง การตั้งใจฟังอย่างจริงจัง และพยายามค้นหาความหมายที่ซ่อนอยู่ จะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้อย่างลึกซึ้ง (3) สติพละ เป็นพลังแห่งความระลึกได้ การมีสติจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถจับประเด็นสำคัญได้อย่างรวดเร็ว และไม่หลงไปกับเรื่องอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง (3) สมาธิพละ เป็นพลังแห่งความตั้งมั่น การมีสมาธิจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถจดจ่อกับการฟังได้อย่างต่อเนื่อง และไม่พลาดรายละเอียดสำคัญ (5)

ปัญญาพละ เป็นพลังแห่งความรู้และความเข้าใจ การใช้ปัญญาในการวิเคราะห์และประเมินข้อมูลที่ได้รับฟัง จะช่วยให้ผู้รับสารสามารถแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องได้ และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

การประยุกต์ใช้แนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ตามทฤษฎีการสื่อสาร SMCR Model ร่วมกับ หลักพระธรรมกถึก 5 ประการ ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคม ผู้ส่งสาร (Source) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 3 (ประชาสัมพันธ์ด้วยเมตตา) มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ส่งสาร ควรมีเจตนาที่จะเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่สังคมด้วยความเมตตา ไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว การประชาสัมพันธ์ทุกครั้งควรมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์สุขให้แก่ผู้อื่น สาร (Message) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 1 และ 2 (ประชาสัมพันธ์ไปตามลำดับ และชี้แจงยกเหตุผล) ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์ควรเป็นไปตามหลักวิชาการ มีเหตุผลรองรับ และสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอควรมีความต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถติดตามและเข้าใจเนื้อหาได้อย่างชัดเจน ช่องทาง (Channel) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 5 (ประชาสัมพันธ์ไม่กระทบตนและผู้อื่น) การเลือกช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล ควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือสร้างความเสียหายต่อบุคคลอื่น ช่องทางที่เลือกควรเป็นช่องทางที่ผู้รับสารเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ผู้รับสาร (Receiver) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 4 (ไม่ประชาสัมพันธ์เพราะประโยชน์ส่วนตัว) การประชาสัมพันธ์ควรเน้นไปที่การตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร ไม่ใช่การโน้มน้าวให้ผู้รับสารทำตามที่ตนต้องการ การประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จ คือการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจและยอมรับในข้อมูลที่ได้รับ เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบทั้ง 4 แล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการสื่อสาร เช่น รายละเอียดของสถานการณ์ (situation) การรบกวน (noise) และผลตอบรับ (feedback) เป็นเหมือนกระจกเงาที่สะท้อนให้เห็นภาพของการสื่อสารของเราว่าเป็นอย่างไร มีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน และมีส่วนช่วยให้การสื่อสารเกิดการพัฒนาได้อย่างมากมาย ผลตอบรับเปรียบเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทำให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น และสามารถปรับปรุงการสื่อสารให้ดีขึ้นได้

การอภิปรายผล

1. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ พบว่า ในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว การนำเสนอพระพุทธศาสนาผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และการประยุกต์ใช้ SMCR Model ก็เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้การเผยแพร่ธรรมะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ พระมหาบุญไทย ปุญญมโน ได้วิจัยเรื่อง "การเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน" ที่กล่าวว่า คณะสงฆ์ไทยในปัจจุบันได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอินเทอร์เน็ตในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเป็นจำนวนมาก องค์ประกอบของ SMCR Model ในบริบทของการเผยแพร่ธรรมะหรือสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ส่งสาร ถ้าเป็น พระสงฆ์ ก็ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญใน

พระพุทธศาสนาโดยตรง การนำเสนอธรรมะโดยตรงจากพระสงฆ์จะสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก สอดคล้องกับ บัญชายุทธ นาคมุจลินท์ว่า การพัฒนาศาสนทายาทให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ต้องให้ได้รับการพัฒนาคุณลักษณะด้านวิชาการและการศึกษาเชิงพุทธโดยบูรณาการเข้ากับทฤษฎีไตรสิกขาของพระพุทธเจ้าทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีบุคลิกภาพของนักจิตวิทยาสมัยใหม่ ถ้าเป็นฆราวาส ก็ต้องเป็นผู้ที่ศึกษาและปฏิบัติธรรม สามารถเป็นผู้ส่งสารที่เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ง่ายขึ้น ถ้าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรทางพระพุทธศาสนา เช่น วัด วัดป่า ศูนย์ปฏิบัติธรรมต่างๆ สามารถใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเผยแผ่ธรรมะหรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ได้ตามความ สาร เนื้อหา ควรเป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย สอดคล้องกับชีวิตประจำวันและตอบคำถามที่คนรุ่นใหม่สงสัย รูปแบบของเนื้อหาควรนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น วิดีโอสั้นๆ อินโฟกราฟิก บทความสั้นๆ เพื่อให้เข้าถึงง่ายและน่าสนใจ ภาษาที่ใช้ต้องภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ช่องทาง โซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram, YouTube, TikTok เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือสร้างเว็บไซต์เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลและบทความทางพระพุทธศาสนาและแอปพลิเคชันสำหรับการศึกษาและปฏิบัติธรรม สอดคล้องกับพระครูโฆษิตสังฆพิทักษ์ ที่กล่าวว่าปัจจุบัน มีคำสอนของพระพุทธศาสนาปรากฏบนโลกไซเบอร์มากขึ้นในหลากหลายรูปแบบ แม้แต่หลักคำสอนของพระพุทธศาสนาก็มีพระไตรปิฎกฉบับออนไลน์ มีเว็บไซต์อธิบายคำสอนทางศาสนาเผยแผ่ทางอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่าศาสนาพุทธในปัจจุบันถูกบีบให้ปรับตัวเข้าหามวลชน เป็นศาสนาเพื่อมวลชนมากขึ้น ผู้รับสาร กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เช่น เยาวชน ผู้ทำงาน นักศึกษา ทำความเข้าใจความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาปรับใช้ในการสร้างเนื้อหา องค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยให้การสื่อสารการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างสร้างสรรค์บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายและเป็นประโยชน์ต่อสังคม สอดคล้องกับ พระมหาฐานันดร เขมปญฺโญ ได้วิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระบัณฑิตอาสาบนพื้นที่สูงของภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า การเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระบัณฑิตอาสาบนพื้นที่สูงจะประสบผลสำเร็จต้องอยู่ในองค์กรที่ดีมีการบริหารจัดการที่ดี และต้องเรียนรู้และพัฒนาตนในด้านการสื่อสารที่จะประยุกต์ใช้ในการสื่อสารกับชาวบ้าน มีทฤษฎีการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล (David K.Berlo) เป็นแนวทางในการไปบูรณาการใช้ ในมุมมองผู้วิจัย ทฤษฎีการสื่อสาร SMCR Model เป็นหนึ่งในกรอบแนวคิดที่สำคัญในการศึกษาและทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ได้เป็นอย่างดีเนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้คนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกสบายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ

2. หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม พบว่า พระพุทธศาสนาได้ให้หลักธรรมมากมายที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหลักธรรมเหล่านี้จะช่วยให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจอันดี มีความเมตตา และส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น หลักธรรมที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น หลักสัตยธรรม เป็นหลักธรรมที่เน้นถึงความสำคัญของการพูดความจริง การไม่โกหก และการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นพื้นฐาน

สำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เมื่อเราปฏิบัติตามหลักสัตยธรรมในการสื่อสาร จะส่งผลดีต่อทั้งตัวเราเองและผู้อื่น หลักธรรมสำคัญในพระพุทธศาสนาที่มุ่งเน้นการพัฒนาจิตใจให้บริสุทธิ์ และมีความสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น การนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสาร จะช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ และสร้างความสัมพันธ์อันดี เมื่อสื่อสารกับผู้อื่น ควรมีเจตนาดี อยากให้ผู้อื่นเข้าใจในสิ่งที่เราสื่อสาร และรู้สึกดีต่อเรา สอดคล้องกับบัญชายุทธ นาคมุจลินท์ ที่กล่าวว่าการพัฒนาศาสนทายาทให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ต้องให้ได้รับการพัฒนาคุณลักษณะด้านวิชาการและการศึกษาเชิงพุทธโดยบูรณาการเข้ากับทฤษฎีไตรสิกขาของพระพุทธเจ้า ทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีบุคลิกภาพของนักจิตวิทยาสมัยใหม่ เมื่อผู้อื่นกำลังเผชิญกับปัญหา ควรแสดงความเห็นอกเห็นใจ และให้กำลังใจ เมื่อผู้อื่นประสบความสำเร็จ ควรแสดงความยินดีอย่างจริงใจ เมื่อเกิดความขัดแย้ง ควรใจเย็น และพยายามแก้ไขปัญหาโดยไม่ใช้อารมณ์สอดคล้องกับ พระครูศรีนนทวัฒน์ (นันทา นนฺทปญฺโญ) ได้วิจัยเรื่อง "การบริหารจัดการการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นพระพุทธศาสนาในจังหวัดนนทบุรี" ผลการวิจัยพบว่า สื่อมีความเป็นกลาง มีการประกาศข่าวงานบุญ สื่อที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับชุมชน มีการกำหนดเป้าหมายในการเผยแผ่ การมีส่วนร่วม ได้แก่ มีส่วนร่วมในการนำเสนอ ตัดสินใจ กำหนดนโยบาย เสนอแนะ และประเมิน ความหลากหลาย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ในฐานะสถาบันการศึกษาที่ยึดมั่นในหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา จึงต้องนำหลักธรรมเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักธรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ การแบ่งปัน และการสร้างสรรค์ประโยชน์สุขแก่ผู้อื่น และหลักธรรมกถึก 5 คือคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ที่แสดงธรรม นักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่สื่อสารพระธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจธรรมะอย่างถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุด หลักธรรมทั้ง 5 นี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทั่วไปได้เป็นอย่างดี เพื่อให้การสื่อสารของเราเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลดี ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลหรือแนวคิดอย่างเป็นระบบ มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่ข้ามขั้นตอนสำคัญ ทำให้ผู้ฟังสามารถติดตามและเข้าใจได้ง่ายขึ้น 2) การให้เหตุผลประกอบการประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ผู้ฟังเห็นภาพและเชื่อมโยงกับความรู้เดิมได้ง่ายขึ้น ทำให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้ง 3) การมีเจตนาดีต่อผู้ฟังจะทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างราบรื่น และผู้ฟังจะรู้สึกเปิดรับและพร้อมที่จะเรียนรู้ 4) การประชาสัมพันธ์ด้วยความบริสุทธิ์ใจ ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตัว ทำให้ผู้ฟังรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจ 5) ประชาสัมพันธ์ควรเป็นไปอย่างสุภาพ ไม่ดูถูกเหยียดหยามผู้อื่น และไม่ยกตนข่มผู้อื่น

3. แนวทางการการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม พบว่า ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คน การค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงเรื่องราวทางพระพุทธศาสนา ก็ย้ายมาอยู่บนโลกออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ ผู้คนหันมาค้นหาคำตอบและแรงบันดาลใจจากสื่อออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นการนำหลักธรรมคำสอนมาเผยแผ่ผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบัน การนำหลักธรรมมาเผยแผ่ผ่านสื่อออนไลน์ ไม่เพียงแต่ช่วยให้

เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางมากขึ้น แต่ยังสามารถสื่อสารหลักธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยการใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือการไลฟ์สด ทำให้ผู้คนสามารถเข้าใจหลักธรรมได้ง่ายขึ้น และเกิดการมีส่วนร่วมในการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น สอดคล้องกับพระครูโฆษิตสังฆพิทักษ์ ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ไทยในสังคมปัจจุบัน กล่าวอธิบายว่า มีคำสอนของพระพุทธศาสนาปรากฏบนโลกไซเบอร์มากขึ้นในหลากหลายรูปแบบ แม้แต่หลักคำสอนของพระพุทธศาสนาก็มีพระไตรปิฎกฉบับออนไลน์ มีเว็บไซต์อธิบายคำสอนทางศาสนาเผยแผ่ทางอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ในฐานะสถาบันการศึกษาที่มุ่งเน้นการศึกษาพระปริยัติธรรมและการพัฒนาบุคลากรทางพระพุทธศาสนา การนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง หนึ่งในหลักธรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร คือ หลักพระธรรมกถึก 5 ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้แสดงธรรม การประยุกต์ใช้ในการสื่อสารธรรมกถึก 5 ประกอบด้วย 1.ประชาสัมพันธ์ไปโดยลำดับ ไม่ตัดลัดให้ขาดความ คือ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมบริการสังคม ควรมีการวางแผนการนำเสนอข้อมูลที่เป็นระบบ มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ตั้งแต่การแนะนำกิจกรรม เป้าหมายของกิจกรรม ผลที่คาดว่าจะได้รับ และวิธีการเข้าร่วมกิจกรรม ทำให้ผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับพระครูศรีนนทวัฒน์ (นันทา นนฺทปญฺโญ) ได้วิจัยเรื่อง "การบริหารจัดการการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นพระพุทธศาสนาในจังหวัดนนทบุรี" ผลการวิจัยพบว่า สื่อมีความเป็นกลาง มีการประกาศข่าวงานบุญ สื่อที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับชุมชน มีการกำหนดเป้าหมายในการเผยแผ่ การมีส่วนร่วม ได้แก่ มีส่วนร่วมในการนำเสนอ ตัดสินใจ กำหนดนโยบาย เสนอแนะ และประเมิน ความหลากหลาย 2.อ้างเหตุผล แนะนำให้ผู้ฟังเข้าใจ คือ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลควรมีเหตุผลประกอบ เพื่อให้ผู้รับสารเห็นความสำคัญและประโยชน์ของกิจกรรมบริการสังคม เช่น การนำเสนอสถิติของปัญหาสังคมที่กิจกรรมเข้าไปแก้ไข หรือผลสำเร็จจากกิจกรรมที่ผ่านมา 3.ตั้งจิตเมตตา ปรารถนาให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง คือ ประชาสัมพันธ์ควรเกิดจากเจตนาที่ต้องการให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคม โดยเน้นย้ำถึงผลดีที่ผู้รับสารจะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม 4. ไม่ประชาสัมพันธ์เพราะเห็นแก่ลาภ คือ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลควรเป็นไปอย่างโปร่งใส ไม่เน้นการโฆษณาชวนเชื่อหรือผลประโยชน์ส่วนตัว แต่เน้นที่การส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และ 5.ไม่ประชาสัมพันธ์กระทบตนและผู้อื่น คือ ประชาสัมพันธ์ควรระมัดระวังในการใช้คำพูด ไม่ควรใช้คำที่ดูหมิ่นหรือก่อให้เกิดความขัดแย้ง ควรใช้ภาษาที่สุภาพและเหมาะสม สอดคล้องกับพจน์ ใจชาญสุขกิจได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จนั้น ต้องประกอบไปด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ ได้แก่ นโยบายขององค์กรที่มีความชัดเจน แผนงานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรทั้งนี้ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร รวมถึงกลยุทธ์ในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือการมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องและผู้บริหาร

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางการการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม” ทำให้สามารถสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ คือ **SMCR-B Modle**

ผู้ส่งสาร (Source) ประยุกต์ใช้กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 3 ประชาสัมพันธ์ด้วยเมตตา

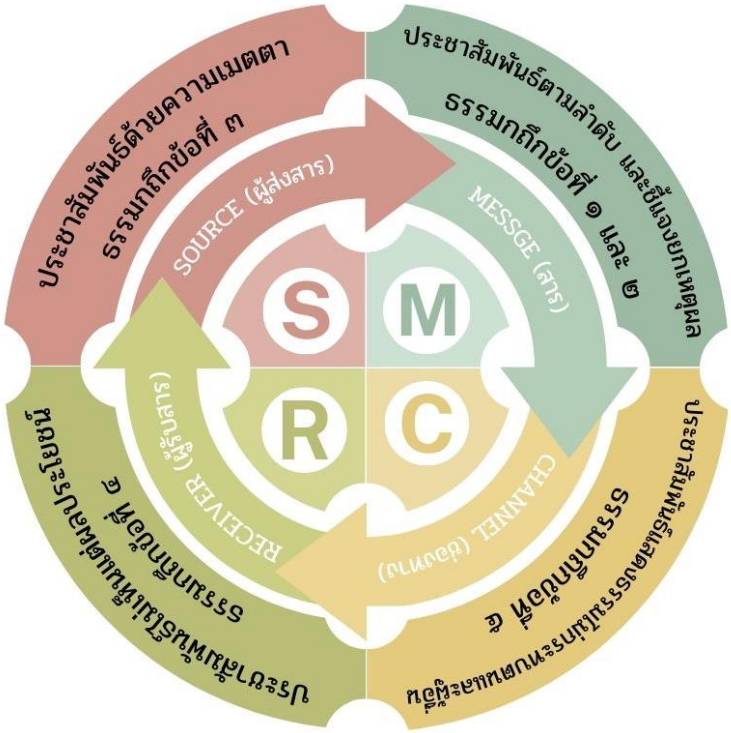
สาร (Message) ประยุกต์ใช้กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 1 และ 2 ประชาสัมพันธ์ไปตามลำดับและชี้แจงยกเหตุผล

ช่องทาง (Channel) ประยุกต์ใช้กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 5 ประชาสัมพันธ์ไม่กระทบตนและผู้อื่น

ผู้รับสาร (Receiver) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 4 ไม่ประชาสัมพันธ์เพราะประโยชน์ส่วนตัว

หลักธรรม (Buddha's teachings) หลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า ซึ่งประกอบไปด้วยหลักธรรมในการสื่อสารและคุณสมบัติของพระธรรมกถึก

จากองค์ความรู้ที่ได้จากวิจัย ทำให้เกิดโมเดลแนวทางการการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลแนวทางการการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการ SMCR-B Model

บทสรุป

การประยุกต์ใช้แนวทางการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เชิงพุทธบูรณาการเพื่อบริการสังคมของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม ตามทฤษฎีการสื่อสาร SMCR Model ร่วมกับ หลักพระธรรมกถึก 5 ประการ ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อบริการสังคม ผู้ส่งสาร (Source) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 3 (ประชาสัมพันธ์ด้วยเมตตา) มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ส่งสาร ควรมีเจตนาที่จะเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่สังคมด้วยความเมตตา ไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว การประชาสัมพันธ์ทุกครั้งควรมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์สุขให้แก่ผู้อื่น สาร (Message) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 1 และ 2 (ประชาสัมพันธ์ไปตามลำดับ และชี้แจงยกเหตุผล) ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์ควรเป็นไปตามหลักวิชาการ มีเหตุผลรองรับ และสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอควรมีความต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถติดตามและเข้าใจเนื้อหาได้อย่างชัดเจน ช่องทาง (Channel) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 5 (ประชาสัมพันธ์ไม่กระทบตนและผู้อื่น) การเลือกช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล ควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือสร้างความเสียหายต่อบุคคลอื่น ช่องทางที่เลือกควรเป็นช่องทางที่ผู้รับสารเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ผู้รับสาร (Receiver) ประยุกต์กับหลักพระธรรมกถึกข้อที่ 4 (ไม่ประชาสัมพันธ์เพราะประโยชน์ส่วนตัว) การประชาสัมพันธ์ควรเน้นไปที่การตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร ไม่ใช่การโน้มน้าวให้ผู้รับสารทำตามที่ตนต้องการ การประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จ คือการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจและยอมรับในข้อมูลที่ได้รับ เป็นต้น นอกจากองค์ประกอบทั้ง 4 แล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการสื่อสาร เช่น รายละเอียดของสถานการณ์ (situation) การรบกวน (noise) และผลตอบรับ (feedback) ผลตอบรับ (Feedback) เป็นเหมือนกระจกเงาที่สะท้อนให้เห็นภาพของการสื่อสารของเราว่าเป็นอย่างไร มีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน และมีส่วนช่วยให้การสื่อสารเกิดการพัฒนาได้อย่างมากมาย ผลตอบรับเปรียบเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทำให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น และสามารถปรับปรุงการสื่อสารให้ดีขึ้นได้

เอกสารอ้างอิง

วิทยาเขตบาฬีศึกษาพุทธโฆส นครปฐม, **“ประวัติวิทยาเขต”,** [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://pali.mcu.ac.th/?page_id=553. [3 ตุลาคม 2566].

พระมหาบุญไทย ปุญญมโน, "การเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน", วิทยานิพนธ์ศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสน์ศึกษา, (บัณฑิตวิทยาลัย:มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, ๒๕๕๒), บทคัดย่อ.

พระมหาฐานันดร เขมปญโญ, "กลยุทธ์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระบัณฑิตอาสาบนพื้นที่สูงของภาคเหนือตอนบน", วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ, (บัณฑิต

วิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๗), บทคัดย่อ.

พระครูศรีนนทวัฒน์ (นันทา นนฺทปฺโญ), "การบริหารจัดการการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทางสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นพระพุทธศาสนาในจังหวัดนนทบุรี ", วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๙), หน้า บทคัดย่อ.

พระครูโฆษิตสังฆพิทักษ์, “กลยุทธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ไทยในสังคมปัจจุบัน”, วารสารวิชาการธรรมทรรศน์, ปีที่ ๑๗ ฉบับที่ ๓ (กันยายน–ธันวาคม, ๒๕๖๐)

อนุช อาภาภิรม. “**เทคโนโลยีกับสวรรค์”,** ห้องสมุดสถาบันพระปกเกล้า, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://kpi-lib.com/library/books/kpibook-9215, [1 ตุลาคม 2566].