กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่กับการสื่อสารเชิงพุทธ

COMMUNICATION STRATEGIES THROUGH NEW MEDIA AND BUDDHIST COMMUNICATION

[1]ภณสุทธิ์ สุทธิประการ และ [2]วัฒนพันธุ์ ครุฑะเสน

[1]Panasuddhhi Suddhiprakarn and [2]Watanapun Krutasaen

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Decorative Art, Silpakorn University

[1]suddhiss@gmail.com

Received : July 5, 2024; **Revised** : July 23, 2024; **Accepted** : July 27, 2024

บทคัดย่อ

ศาสนาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับใช้ประกอบในการดำรงชีวิตประจำวัน เพราะศาสนามีคุณค่ามากมายต่อมนุษย์ในด้านจิตใจ ซึ่งถือว่าสูงกว่าคุณค่าทางวัตถุ เป็นที่พึ่งทางใจทำให้มนุษย์ไม่อ้างว้างเวลาประสบปัญหาในชีวิต ผู้มีปัญหาย่อมสามารถนำหลักธรรมคำสอนของศาสนาซึ่งตนนับถือและเลื่อมใสศรัทธานำพาชีวิตให้ไปสู่เป้าหมายที่ตนได้ตั้งไว้ โดยในปัจจุบันพระภิกษุสงฆ์ทั่วประเทศไทยมีการตื่นตัวกับผลกระทบของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารสื่อใหม่และหันมาให้ความสนใจศึกษานวัตกรรมและนำเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่มาปรับใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อให้เข้ากับอัตลักษณ์ของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา จึงถือเป็นก้าวสำคัญที่พระภิกษุสงฆ์มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาบูรณาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาต่อสังคมและต่อประเทศชาติ ในการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่กับการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารของพระสงฆ์หรือสถาบันทางศาสนาที่ต้องการใช้สื่อใหม่เผยแพร่ความรู้ทางศาสนา ให้เกิดความน่าสนใจ ประกอบด้วย 1. การเลือกสื่อที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร สอดคล้องกับลักษณะการตอบสนอง และพฤติกรรมขั้นสุดท้ายของผู้รับสารที่คาดหวังจะให้เกิดขึ้น เหมาะสมกับความสามารถ และ

---

[1] นักศึกษา คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร และพอจะหาได้ และสะดวกต่อการใช้ และไม่จำเป็นต้องใช้สื่อที่มีราคาแพง 2. เลือกรูปแบบวิธีการใช้สื่อโดยอาจเลือกการใช้สื่อเดียว หรือการใช้สื่อแบบผสมเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 3. นำสื่อใหม่ (New media) มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ 4. เนื้อหาการสื่อสารเชิงพุทธเป็นไปเพื่อการไม่ทำความชั่ว ไม่เบียดเบียนผู้อื่น สื่อสารด้วยความไม่มุ่งร้าย สื่อสารเพื่อส่งเสริมกุศลธรรม สื่อสารด้วยความอดทน สื่อสารด้วยสันติวิธี สื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสื่อสารเพื่อพัฒนาจิตใจโดยมีเป้าหมายสูงสุดคือความพ้นทุกข์

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, สื่อใหม่, การสื่อสารเชิงพุทธ

Abstract

Religion is necessary for everyday life. Because religion has many values for humans in terms of their minds, which are considered higher than material value, it is a spiritual refuge that makes humans not lonely when facing problems in life. People with problems are able to apply the principles and teachings of the religion they respect and believe in and lead their lives towards the goals they have set. At present, monks all over Thailand are aware of the impact of advancements in new media communication technology and have turned their attention to studying innovation and adopting new media communication technology widely to suit their needs. Characteristics of the propagation of Buddhism: Therefore, it is considered an important step for monks to integrate new forms of communication technology and marketing communication strategies. To benefit the propagation of Buddhism in society and the nation. In presenting communication strategies through new media and Buddhist communication. To serve as a guideline for communication by monks or religious institutions who wish to use new media to disseminate religious knowledge. To make it interesting, it includes 1. Selecting media that is consistent with the purpose of communication, consistent with the response characteristics, and consistent with consistent with the final behavior of the receiver that is expected to occur is appropriate to the ability and previous experience of the recipient and is readily available and convenient to use. There is no need to use expensive media. 2. Choose a method for using media by choosing to use one medium or using mixed media to present information. 3. Apply new media to the Buddhist communication process. 4. The content of Buddhist communication is about not doing

evil. Do not harm others. Communicate without malice, communicate to promote good deeds, communicate with patience, communicate in peaceful ways, communicate to improve the quality of life, and communicate to develop the mind with the ultimate goal of freedom from suffering.

Keywords: communication strategy, new media, Buddhist communication

บทนำ

ปัจจุบันเกิดวิกฤติต่างๆ ขึ้นอย่างมากมาย อาทิ วิกฤติทางการศึกษา วิกฤติทางเศรษฐกิจ วิกฤติทางการเมืองการปกครอง วิกฤติทางศาสนา ฯลฯ วิกฤติต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนทำให้บุคคลในสังคมเกิดปัญหาในการดำเนินชีวิต มีความทุกข์อยู่ตลอดเวลา เช่น วิกฤติทางการศึกษา เมื่อคนฉลาดเก่งในทางวิชาความรู้และการประกอบอาชีพ ไม่มีธรรมะอยู่ในใจ มักเกิดความเห็นแก่ตัว เอารัดเอาเปรียบกัน ทำให้การศึกษาเป็นฝักฝ่ายของวัตถุนิยม อันส่งผลให้คนเป็นทาสวัตถุไปด้วย วิกฤติทางด้านการเมือง เมื่อระบบการเมืองเต็มไปด้วยนักการเมืองที่ไม่มีศีลธรรม เห็นแก่ตัว ทำให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน และความเลวร้ายต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย หรือแม้แต่วิกฤติศาสนา เมื่อศาสนากลายเป็นเครื่องประดับเกียรติของพวกที่บูชาวัตถุนิยม พระสงฆ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องพุทธพานิชย์มุ่งสร้างวัตถุ และสร้างวัตถุมงคลเพื่อความมั่งคั่งในทางด้านวัตถุ อีกทั้งเน้นหนักไปในเรื่องของพิธีกรรมแทนที่จะมุ่งเน้นไปที่การเผยแพร่หลักธรรมคำสั่งสอนให้งอกงามในจิตใจของพุทธศาสนิกชน

วิกฤติเหล่านี้ ถ้าวิเคราะห์ด้วยปัญญาอันถ่องแท้ก็จะเห็นความจริงได้ 3 ประการ (พระครูพิพัฒน์ศาสนกิจจาทร, 2561) คือ ประการที่หนึ่ง แท้จริงแล้วไม่ว่าจะมองในแง่มุมใด อย่างไรสาเหตุของวิกฤติเหล่านี้ล้วนเกิดขึ้นมาจากจิตใจที่มีความเห็นแก่ตัวของคนเป็นแรงผลักดันให้เกิดปัญหา ประการที่สอง แนวทางการแก้ไขวิกฤติดังที่ว่าได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาที่สมบูรณ์แบบเป็นการศึกษาที่เน้นในเรื่องศีลธรรม เพื่อช่วยยกระดับและพัฒนาจิตวิญญาณของมนุษย์ให้สูงขึ้น อันเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่ถูกต้องอย่างแท้จริง และประการสุดท้าย คำสอนของพุทธทาสภิกขุนั้นเป็นคำสอนที่ควรนำมาใช้เป็นแนวทางมากที่สุดเพราะเป็นคำสอนที่เน้นด้านการพัฒนาทางจิตใจของมนุษย์และการศึกษาที่สมบูรณ์แบบเพื่อการดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข

จะเห็นได้ว่า ศาสนาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับใช้ประกอบในการดำรงชีวิตประจำวัน เพราะศาสนามีคุณค่ามากมายต่อมนุษย์ในด้านจิตใจ ซึ่งถือว่าสูงกว่าคุณค่าทางวัตถุ เป็นที่พึ่งทางใจทำให้มนุษย์ไม่อ้างว้างเวลาประสบปัญหาในชีวิต ผู้มีปัญหาย่อมสามารถนำหลักธรรมคำสอนของศาสนา

ซึ่งตนนับถือและเลื่อมใสศรัทธานำพาชีวิตให้ไปสู่เป้าหมายที่ตนได้ตั้งไว้ ศาสนิกชนทุกศาสนาคงไม่ตกเป็นเครื่องมือของอำนาจใฝ่ต่ำ เพราะคำสอนทุกศาสนาสอนให้คนเป็นคนดี สอนให้มนุษย์ละเว้นจากความชั่วทั้งปวง เป็นเครื่องแยกมนุษย์ออกจากสัตว์ ศาสนาจึงเป็นเหมือนประทีปส่องโลกเราให้สว่างไสวด้วยความรู้แจ้ง และยังสอนให้มนุษย์รักสามัคคี มีความยุติธรรมต้องการปฏิบัติแต่สิ่งที่ถูกต้อง รักความเมตตากรุณา ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือผู้ที่อ่อนแอกว่า ไม่อิจฉาริษยาพยาบาทต่อกัน ตามหลักการทางพระพุทธศาสนาต่าง ๆ จะเห็นว่ามีความสอดคล้องกันในการปลูกฝังความเป็นคนดี และศาสนิกชนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ คือ เว้นจากการทำชั่วและมุ่งทำความดีทุกศาสนาสอนให้ละเว้นการกระทำความชั่วและทำแต่ความดีทั้งสิ้น เพื่อให้ศาสนิกชนทั้งหลายเป็นคนดีนั่นเอง ถึงแม้แนวทางปฏิบัติของแต่ละศาสนาอาจมีข้อแตกต่างกันไป เช่น พระพุทธศาสนามีศีล คือ ข้อห้าม และธรรมะ คือหลักสำหรับเป็นข้อปฏิบัติ (พระวชิรวิชญ์ ภัทรเกียรตินันท, 2564)

นอกจากนี้ บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสารโครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ “สื่อแบบดั้งเดิม” ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข” (Digital revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณ์ใด เช่น ข้อความเสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอีกชนิดหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ถูกเรียกขานว่า “การทำให้เป็นระบบตัวเลข” หรือ “ดิจิไทเซชั่น” (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด “สื่อใหม่” ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลขเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ “อินเตอร์แอคทีฟ” (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่จะสามารถตอบสนองความต้องการของ “ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร” (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็น ข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน โดยสื่อใหม่ (new media) หลอมรวมสื่อแบบดั้งเดิมหรือสื่อเก่า (traditional media) ด้วยเทคโนโลยีที่เกิดการพัฒนามากขึ้นส่งผลให้สามารถเข้าถึงสื่อใหม่ได้ทุกที่ ทุกเวลา เยาวชนในยุคปัจจุบันจึงสามารถเข้าถึงสื่อใหม่ตามที่ตนมีความสนใจสามารถใช้ประโยชน์ของสื่อใหม่ในการเรียน ความบันเทิง และยังเป็นพื้นที่ในการทดลองทดสอบค้นหาตัวตนของตนเอง แม้สื่อใหม่จะมีประโยชน์มากมาย แต่อีกด้านสื่อใหม่ก็สามารถสร้างภัยให้แก่ผู้ใช้ได้ไม่น้อยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการถูกหลอกลวงทางอินเทอร์เน็ต การติดเกมคอมพิวเตอร์ การเสพติดเทคโนโลยีรวมถึงการสร้างแนวคิด ค่านิยมที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมได้ (ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน, 2556) เนื่องจากการที่บุคคลมีค่านิยมที่ถูกต้องเหมาะสมย่อมส่งผล

ต่อความเจริญก้าวหน้าของสังคมประเทศชาติในทางกลับกันหากบุคคลในสังคมมีค่านิยมที่ไม่เหมาะสมก็ย่อมส่งผลต่อความเสื่อมถอยของสังคมและประเทศชาติ (สำนักงาน คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม, 2549) ปัจจุบันพบว่า มีค่านิยมในทางที่ไม่เหมาะสมได้แก่ ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม และส่วนรวมจิตสำนึกด้านความมีวินัยในตัวเอง ค่านิยมการบริโภคที่ฟุ่งเฟ้อ ค่านิยมทางเพศที่ไม่เหมาะสมเมื่อวิทยาการด้านเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีการพัฒนาเข้าสู่ยุคดิจิทัล เช่น ในปัจจุบันการสื่อสารพระธรรมคำสอนต่าง ๆ จากพระภิกษุสงฆ์ไปสู่พุทธศาสนิกชนก็ได้แปรเปลี่ยนไปในยุคที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างไม่มีขีดจำกัดทั้งเวลาและสถานที่ และในขณะที่บางครั้งผู้รับสารก็สามารถเป็นผู้ส่งสารเองและการส่งสารก็ยังสามารถส่งไปได้ในหลากหลายช่องทาง (Channels) อีกทั้งสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ (Interactive Communication) แบบ Real Time ซึ่งเป็นประโยชน์ในด้านการศึกษา การพาณิชย์ การทูตและการเมืองระหว่างประเทศ โดยความก้าวหน้าทางการสื่อสารนี้ได้เข้าไปเกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญอยู่ในทุกสาขาอาชีพไม่ยกเว้นแม้ในกระบวนการเผยแผ่คำสอนของพระภิกษุสงฆ์ดังนั้น พระภิกษุในพระพุทธศาสนายุคดิจิทัลจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอธรรมะจากรูปแบบเดิม ๆ (Linear Communication) และก้าวไปให้ทันกับการเจริญเติบโตทางด้านวัตถุนิยมเพื่อจะสามารถเข้าถึงและกระตุ้นให้พุทธศาสนิกชนกลับมามีปฏิสัมพันธ์กับพุทธธรรมในยุค Social Network นี้ได้อย่างต่อเนื่องจากอิทธิพลของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารสื่อใหม่ในยุคดิจิทัล ได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันอย่างมากมาย ขาดลักษณะเดิมตามแบบขนบธรรมเนียมประเพณีไทยที่เคยอยู่ร่วมกันอย่างใกล้ชิด มีพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์รวมของจิตใจและเป็นที่พึ่งในยามมีความทุกข์ร้อน ผู้คนห่างไกลจากคำสอนในพระพุทธศาสนาที่มีแนวทางปฏิบัติชัดเจนในการแก้ไขปัญหาและส่งผลให้มีการดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้องซึ่งทำให้ชีวิตพบความสงบสุขร่มเย็น

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันพระภิกษุสงฆ์ทั่วประเทศไทยมีการตื่นตัวกับผลกระทบของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารสื่อใหม่และหันมาให้ความสนใจ ศึกษานวัตกรรมและนำเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อใหม่มาปรับใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อให้เข้ากับอัตลักษณ์ของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา จึงถือเป็นก้าวสำคัญที่พระภิกษุสงฆ์มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาบูรณาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาต่อสังคมและต่อประเทศชาติ ทั้งนี้การนำกลยุทธ์การสื่อสารสื่อใหม่มาใช้ เช่น การแสดงพระธรรมเทศนาบทสั้น ๆ ที่น่าสนใจผ่าน Platform ต่าง ๆ การจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาและการจัดโปรแกรมเจริญพระพุทธมนต์ประจำวันหรือจัดรายการเจริญสมาธิภาวนาผ่านช่องทางออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีความสนใจในการนำเสนอกลยุทธ์การ

สื่อสารผ่านสื่อใหม่กับการสื่อสารเชิงพุทธ เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารของพระสงฆ์หรือสถาบันทางศาสนาที่ต้องการใช้สื่อใหม่เผยแพร่ความรู้ทางศาสนา ให้เกิดความน่าสนใจ จนเกิดเป็นการรับความรู้ของประชาชนที่มีความสนใจมีความใกล้ชิดกับวัดและสามารถเข้าถึงกิจกรรมทางศาสนาได้ในทุกสถานที่ ทุกเวลาที่เหมาะสม สามารถติดตามและเข้าถึงธรรมะได้จากบ้านหรือที่ทำงานได้อย่างสะดวกรวดเร็วตลอดเวลา

กลยุทธ์การสื่อสารภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

โลกในยุคสมัยใหม่ คนในสังคมมีความจำเป็นต้องพึ่งพาระบบและเครือข่ายของการสื่อสาร เนื่องจากข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคิด วิสัยทัศน์ ทัศนคติ และพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์มากขึ้นทุกคน จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการติดต่อประสานสัมพันธ์และรวมกลุ่มก้อนกันทางสังคม การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ที่ต่างใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ การดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นในการศึกษาการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ควรมีการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม รูปแบบของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนกลยุทธ์การสื่อสารภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

พนม คลี่ฉายา (2549) กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสาร (Strategies) หมายถึง วิธีการสื่อสารที่กำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละปัญหา แต่ละสถานการณ์ไม่มีสูตรสำเร็จ กลยุทธ์มักจะสร้างขึ้นจากการประยุกต์แนวคิดทฤษฎี และแนวทางการปฏิบัติที่เคยมีมาหรือบางโครงการอาจจำเป็นต้องคิดหากลยุทธ์ขึ้นใหม่โดยเฉพาะกลยุทธ์ที่ใช้จึงเป็นสิ่งกำหนดว่าจะใช้สื่ออะไร เมื่อไร อย่างไร เช่นเดียวกับ นาจิบ และเจมส์ (Najib and James, 1982) กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสาร คือ การผสมผสานระหว่างการใช้วิธีการสื่อสาร (Method) สาร (Messages) และแนวทางการใช้การสื่อสาร (Approach) ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จะต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นศาสตร์และศิลป์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่กลุ่มเป้าหมายได้เคยปฏิบัติมาแล้ว และการกระทำเช่นนี้ย่อมเกิดผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและค่านิยม ซึ่งฝังรากลึกในใจของประชาชนอยู่แล้วการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับการเลือกสื่อ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกสื่อโดยทั่วไป มีดังนี้ (นิพนธ์ ศุขปรีดี, 2546)

1. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะจุดมุ่งหมายของการสื่อสารที่ต่างกันย่อมให้ประสบการณ์การรับสารที่ต่างกัน การเลือกสื่อในการสื่อสารจึงต้องให้สอดคล้องกัจุดมุ่งหมาย โดยพยายามเลือกสื่อที่ส่งเสริมให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารอย่างจริงจัง และให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อให้เขาได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขั้นตอนสุดท้ายไปตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ

2. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับลักษณะการตอบสนอง และพฤติกรรมขั้นสุดท้ายของผู้รับสารที่คาดหวังจะให้เกิดขึ้น พฤติกรรมของผู้รับสารจะเกิดขึ้นได้ถ้าผู้รับสารมีความพึงพอใจในกิจกรรมและประสบการณ์ที่ได้รับ ความพึงพอใจย่อมก่อให้เกิดการส่งสารที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การเลือกสื่อในการสื่อสารจึงควรเลือกสื่อที่ช่วยให้ผู้รับสารเกิดความสนใจมีการตอบสนองและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่คาดหวัง

3. เลือกสื่อในการสื่อสารที่เหมาะสมกับความสามารถ และประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร โดยอยู่ในขอบเขตความสามารถของผู้รับสารแต่ละคนที่เอื้ออำนวยให้ผู้รับสารสามารถรับสารได้โดยง่าย และไม่จำเป็นต้องใช้สื่อเดียวกันกับผู้รับสารทุกคนเหมือนกันหมด เพราะสื่อบางอย่างอาจไม่เหมาะกับผู้รับสารบางคน ดังนั้นการเลือกสื่อจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล กลุ่มคน และมวลชน

4. เลือกสื่อที่พอจะหาได้ และสะดวกต่อการใช้ และไม่จำเป็นต้องใช้สื่อที่มีราคาแพงเสมอไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะหาสื่อชนิดใดได้บ้างที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย เพื่อช่วยให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุดการใช้สื่อเป็นยุทธวิธีหรือกลยุทธ์ของผู้ส่งสารที่จะสามารถใช้สื่อได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์

รูปแบบวิธีการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพนั้น มีลักษณะดังนี้ (กิติมา สุรสนธิ, 2545 : 18)

1. การใช้สื่อเดียว เป็นการใช้สื่อใดสื่อหนึ่งในการส่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร เช่น ผู้ส่งสารอาจใช้สื่อบุคคลในการบุคคลในการบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ให้แก่ผู้รับ หรือชาวบ้านได้ฟังหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งอาจเลือกใช้สื่อวิทยุเพียงสื่อเดียวในการถ่ายทอดความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร เป็นต้น

2. การใช้สื่อแบบผสม (Mix media หรือ Media forum) เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยการใช้สื่อหลายประเภท หรือหลายสื่อเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีความสามารถเข้าถึงผู้รับได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างความน่าสนใจ และการเข้าใจการรับรู้ข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการใช้สื่อผสม ผู้ส่งอาจใช้สื่อตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปในการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งอาจใช้ทั้งสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ หรือในปัจจุบันคำว่าสื่อผสมนั้นอาจเป็นสื่อเดียวที่มีคุณสมบัติเป็นสื่อหลาย ๆ ชนิดได้ เช่น สื่อคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร เป็นสิ่งที่ต้องรู้ก่อนกระบวนการสื่อสาร แผนในการสื่อสารจะมาก่อนการกระทำในการสื่อสาร แต่กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารอาจถือว่าเป็นสิ่งที่มาทีหลังกระบวนการสื่อสารก็ได้เช่นกัน ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของสารที่ส่งออกไป หรืออีกนัยหนึ่งผลที่เกิดขึ้นในผู้รับสารในขั้นสุดท้ายนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้รับสาร

อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวข้องกับ 2 ระบบ คือ ระบบแหล่งสาร และระบบผู้รับสาร ส่วนกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับระบบช่องสารและสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการตัดสินใจในแหล่งสาร และกระบวนการตัดสินใจในผู้รับสาร กระบวนการตัดสินใจในแหล่งสารทำให้แหล่งสารมีหน้าที่ในการผลิตสาร เผยแพร่ และประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสาร แหล่งสารจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะส่งสารอะไร ไปถึงใคร เพื่ออะไรการตัดสินใจเหล่านี้เป็นการตัดสินใจที่เนื้อหา ผู้รับสาร และความตั้งใจ ด้วยเหตุนี้แหล่งสารจะตัดสินใจว่าจะส่งสารอย่างไร จะส่งสารเมื่อไร การตัดสินใจเหล่านี้เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีที่จะประกอบกันขึ้นเป็นหัวใจของกลยุทธ์การสื่อสาร

การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตการเผยแพร่ การใช้สาร และการประเมินสารกระบวนการสื่อสารจะเริ่มขึ้นเมื่อแหล่งสารพยายามนำกลยุทธ์ที่ตนได้ตัดสินใจไปแล้วออกปฏิบัติ กระบวนการตัดสินใจในผู้รับสารจะสะท้อนให้เห็นจากพฤติกรรมการเลือกใช้สาร และพฤติกรรมการยอมรับหรือหลักการปฏิเสธสาร การตัดสินใจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้สารเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเปิดรับสาร (รวมถึงความตั้งใจ) การรับรู้ (รวมถึงการแปลหรือตีความสาร) และการจำสาร หลังจากนั้นผู้รับสารก็ตัดสินใจที่จะยอมรับสาร โดยปฏิบัติตามคำแนะนำในสารนั้นหรือปฏิเสธสารนั้น และจุดนี้เอง (จุดที่แสดงเจตนารมณ์ที่จะยอมรับหรือปฏิเสธของผู้รับสาร) ที่เป็นสิ่งตัดสินความมีประสิทธิภาพหรือความล้มเหลวของความพยายามในการส่งสารของแหล่งสาร

ดังนั้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจของแหล่งสารและผู้รับสารต่างมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสาร สิ่งที่ผู้ส่งสารคิดและตัดสินใจก่อนที่จะส่งสารเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่กำหนดว่าแหล่งสารจะส่งสารจริง ๆ อย่างไร และความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารก็ขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารคิดหรือตัดสินใจเกี่ยวกับสารที่ตนได้รับอย่างไรด้วย

สื่อใหม่กับการปรับตัวด้านการสื่อสาร

พรจิต สมบัติพานิช (2547) อธิบายว่า สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลง

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

2. สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น

นอกจากนี้ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) อธิบายว่า สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line service) เป็นต้น สอดคล้องกับเควิน คาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto, 1997) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ว่า หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก โดยในมุมมองของธิดาพร ชนะชัย (2550) ได้ให้ความหมายของสื่อใหม่ โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1. สื่อดิจิทัล (Digital media) เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติกเชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม 2. สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่ 3. สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อสนับสนุน (Support) งานบางอย่าง โดยเน้นความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ (Creativity innovation)

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่า หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และประภัสสร วรรณสถิต, 2551) 1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาตามเวลาที่

กำหนด 2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from geological boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน 3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้ 4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว 5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหามาสู่ยุคนักบริโภคริเริ่มสร้างสรรค์ และควบคุมเนื้อหาเอง (Freedom from marketer driven to consumer initiated created and controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีตเนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของยูทูป (Youtube) และสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-created content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online word-of-mouth) ที่แพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว

อาจะกล่าวได้ว่า สื่อใหม่ หมายถึง การเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการ ทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ดิจิทัล ซึ่งรวมไปถึงข้อมูลป้อนกลับของผู้ใช้ที่โต้ตอบระหว่างกัน การมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ และการรวมตัวเป็นชุมชนที่แวดล้อมเนื้อหาสื่อนั้น การสร้างเนื้อหาที่สดใหม่และไร้ข้อจำกัดในเวลาจริง อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีส่วนมากอธิบายลักษณะของสื่อใหม่ว่าเป็นดิจิทัลบ่อยครั้งที่มีลักษณะเฉพาะว่าถูกจัดดำเนินการมาแล้วโยงใยเครือข่ายได้ หนาแน่น บีบอัดได้ และโต้ตอบระหว่างกัน ตัวอย่างของสื่อใหม่อาจเป็นอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อประสมในคอมพิวเตอร์ วิดีโอเกม ซีดีรอม และดีวีดี แต่ไม่รวมไปถึงรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร หนังสือ หรือสิ่งอื่นที่เผยแพร่แบบตีพิมพ์บนกระดาษ เว้นแต่พวกมันจะมีเทคโนโลยีที่ทำให้ใช้งานการโต้ตอบดิจิทัลได้ โดยไพฑูรย์ มะญู (2562) กล่าวไว้ในบทความเรื่อง สื่อดิจิทัลว่า สื่อดิจิทัลได้เปลี่ยนบทบาทของการสื่อสารจาก One-way Communication ไปสู่ Two-way Communication เนื่องจากผู้บริโภคทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารในยุคดิจิทัล จากลักษณะของการมีความยืดหยุ่นสูงในการสื่อสารของสื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัลนี้ได้ปฏิวัติรูปแบบของการสื่อสารอย่างมากมายจาก Linear Communication ซึ่งเป็นแบบ One-way Communication สู่การสื่อสารแบบ Interactive Communication และการสื่อสารแบบ Transactional Communication ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบ Two-way Communication ที่ตอบสนองพฤติกรรมของผู้นิยมใช้สื่อใหม่ได้และก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการสื่อสารในทุกสาขาวิชาชีพ เช่น ในวงการธุรกิจ ในวงการศึกษา วงการราชการ รวมถึงวงการศาสนา

ผู้เขียนมองว่า คุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการเปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่าง ๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

การสื่อสารเชิงพุทธ

การดำเนินชีวิตของคนเรานั้น ในความหมายหนึ่งก็คือ การบริโภค การเสพ หรือใช้ประโยชน์จากสิ่งต่าง ๆ การใช้เวลาเป็นนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการรู้จักบริโภค ซึ่งเป็นความหมายอย่างหนึ่งของการดำเนินชีวิตเป็นคนเราที่จะเป็นอยู่อย่างดีนั้นจะต้องดำเนินชีวิตเป็น คือรู้จักดำเนินชีวิตนั่นเอง ถ้าใครรู้จักดำเนินชีวิต ชีวิตนั้นก็เป็นชีวิตที่ดีงาม เป็นชีวิตที่พัฒนาเจริญก้าวหน้า ประสบประโยชน์สุข แต่ถ้าดำเนินชีวิตไม่เป็นก็มีแต่ขาดทุนและประสบต่อความทุกข์และความเสื่อม ฉะนั้นจะต้องรู้จักดำเนินชีวิต หรือดำเนินชีวิตเป็นในบรรดากิจกรรมทั้งหลายของการดำเนินชีวิตเป็นนั้น อันหนึ่งก็คือ การใช้เวลาเป็น การดำเนินชีวิตเป็นนี้เป็นหลักที่สำคัญ เพราะในยุคนี้เราถนัดเรื่องความคิดเกี่ยวกับองค์รวม การใช้เวลาเป็นนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่ง หรือเสี้ยวหนึ่งของการดำเนินชีวิตเป็น ถ้าเราจะทำให้ได้ประโยชน์ครบถ้วนจะต้องมองเห็นองค์รวมของการดำเนินชีวิตเป็นนั้น เพราะจะต้องต่อสู้กับปัญหาน้อยใหญ่นานัปการ ทั้งปัญหาการครองชีวิต ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และปัญหาสุขภาพอนามัย (พระมหาพิพัฒพงศ์ ฐิตธมฺโม, 2563) ซึ่งแต่ละคนก็มีปัญหาที่แตกต่างกันไปคนละหลายปัญหา ชีวิตควรเป็นอยู่อย่างมีความสุข เมื่อคนที่เคยรู้จักคุ้นเคยเคยพบกัน คำถามประโยคที่สองหลังจากกล่าวคำว่า สวัสดีเป็นการทักทายคือ สบายดีไหม “คำว่าสบายดี” ในความหมายก็คือ มีความสุขเพราะมนุษย์โดยทั่วไปพากันแสวงหาความสุข ความสุขจึงเป็นเป้าหมายใหญ่ของชีวิต ความสุขมีทั้งสุขแบบโลก และสุขแบบธรรม สุขแบบโลกเป็นความสุขของชาวโลก หรือชาวบ้านซึ่งได้แก่พวกคฤหัสถ์ หรือฆราวาสจะพึงมีส่วนสุขแบบธรรมเป็นความสุขเกิดจากฌานสมบัติ และภาวะที่ไม่มีกิเลส หรือปราศจากความทุกข์ทางใจ

ปัจจุบันพบว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชนมากขึ้น เนื่องจากมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ หลายประเภท เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต ระบบโทรคมนาคมหรือเทคโนโลยีดิจิตอล ซึ่งทุกหน่วยงานหรือองค์กรล้วนใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

เป็นเครื่องมือเพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จและคนในสังคมก็ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในฐานะเป็นส่วนหนึ่งในเครื่องมือดำเนินชีวิต หากใช้เครื่องมือการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและสามารถควบคุมการใช้ได้ก็จะเป็นประโยชน์อย่างมหาศาล สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและคนรอบข้างได้ เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารสามารถทให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ผู้สื่อถ่ายทอดออกไปได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านอื่น ๆ ต่อไป พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาที่เกิดขึ้นเพื่อสังคม การเกิดขึ้นของพระพุทธศาสนาเป็นไปเพื่อช่วยเหลือเยียวยาทางสังคมและโลกให้หลุดพ้นจากความทุกข์และยังส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีด้วยในช่วงที่พระพุทธเจ้าทรงส่งพระสาวกออกเผยแผ่ศาสนาทรงให้พันธกิจแก่พระสาวกว่า เพื่อประโยชน์สุขแก่ชนหมู่มาก เพื่อประกาศพรหมจรรย์ โดยผู้ที่มีกิเลสเบาบางจักได้บรรลุธรรม แม้แต่พระองค์ก็จะเสด็จไปยังอุรุเวลาเสนานิคม (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539 : 15/141/180) การเผยแผ่ศาสนา คือ กระบวนการสื่อสารธรรมะให้คนเข้าใจ เมื่อคนเข้าใจหลักธรรมแล้วก็จะน้อมนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งผลของการปฏิบัติจะทำให้มีคุณภาพชีวิตดียิ่งขึ้น การสื่อสารทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดคือสันติสุขเพื่อดับทุกข์ของตนได้ ดับทุกข์ของสังคมได้และดับทุกข์ของโลกได้ (พุทธทาสภิกขุ, 2526) นักเผยแผ่ศาสนาจึงเป็นกลุ่มนักสื่อสารมวลชนที่มีประสิทธิภาพมาก ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคมได้ พระพุทธศาสนามีความผูกพันกับสังคมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่มีการแยกสังคมกับศาสนาออกจากกัน (พระมหาสมบูรณ์ วุฑฺฒิกโร, 2554) โดยการสื่อสารเชิงพุทธ เป็นการสื่อสารที่อาศัยหลักการและแนวทางปฏิบัติทางพระพุทธศาสนา เพื่อมุ่งให้เกิดประโยชน์ตามหลักการพระพุทธศาสนา (ทัศนีย์ เจนวิถีสุข, 2554) โดยปรากฏชัดเจนในนโยบายการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่พระพุทธเจ้าได้ทรงมอบให้กับพระธรรมทูตยุคแรก เพื่อให้นำสารคือ ธรรมะไปสื่อให้คนเข้าใจ ดังพุทธพจน์ที่ว่า “พวกเธอจงจาริกไป เพื่อประโยชน์สุขแก่ชนจำนวนมาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ อย่าไปทางเดียวกันสองรูป จงแสดงธรรมมีความงามในเบื้องต้น ท่ามกลางและที่สุดจงประกาศพรหมจรรย์ พร้อมทั้งอรรถและพยัญชนะบริสุทธิ์บริบูรณ์ครบถ้วน สัตว์ทั้งหลายที่มีธุลีในตาน้อยมีอยู่ย่อมเสื่อมเพราะไม่ได้ฟังธรรม” (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539 : 4/32/40)

คุณลักษณะของการสื่อสารเชิงพุทธมีคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ ดังต่อไปนี้ (พระธนภัทร ธนภทฺโท, 2565)

1. การสื่อสารที่มีลักษณะก่อให้เกิดคุณประโยชน์ ในข้อความที่ว่า “เพื่อประโยชน์สุขแก่ชนจำนวนมาก” หมายถึง ทำสิ่งที่เป็นผลดีและมีคุณค่า จนถึงบรรลุนิพพานอันเป็นเป้าหมายสูงสุด (พระวิมาน คมฺภีรปญฺโญ, 2555)

2. การสื่อสารที่มีลักษณะอนุเคราะห์ชาวโลกสื่อสารด้วยความเมตตากรุณาโดยหวังให้ได้รับความสุข และพ้นจากความทุกข์ในรูปของการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่การช่วยเหลือเกื้อกูล การชี้แนะแนวทางดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง บอกเส้นทางที่ควรดำเนิน คือ อริยมรรค 8 และบอกเป้าหมายที่แท้จริงของชีวิตซึ่งสะท้อนให้เห็นแนวคิดและวิถีทางของพระพุทธศาสนาเพื่อสังคม สังคมศาสตร์เชิงพุทธ และแนวคิดสังคมสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังกินความกว้างไปถึงการอนุเคราะห์ชาวโลก ซึ่งรวมไปถึงสิ่งมีชีวิตอื่นที่นอกเหนือจากมนุษย์ด้วย ส่วนที่เป็นโลกในทางกายภาพ และโลกของหมู่สัตว์ ซึ่งเป็นระบบนิเวศที่เกื้อหนุนกัน

3. การสื่อสารที่มีลักษณะเป็นประโยชน์เกื้อกูลการสื่อสารที่เป็นประโยชน์เกื้อกูล อุดหนุน เจือจาน เอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ ส่งเสริม สนับสนุนในสิ่งที่เป็นประโยชน์เกื้อกูลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีเมตตาปราณี มีน้ำใจ มีมิตรภาพ และหวังดีต่อสรรพสัตว์ทั้งหลายอย่างไม่มีขอบเขต ทั้งตัวสารและวิธีการสื่อออกไปมีลักษณะเป็นคุณต่อโลก และส่งเสริมการอยู่ร่วมกัน ไม่ทำร้ายหรือเบียดเบียนกัน ปรารถนาให้ได้รับความสุข ปราศจากความทุกข์อย่างเสมอเหมือนกัน

4. การสื่อสารที่มีลักษณะเป็นไปเพื่อให้เกิดความสุขเพื่อความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ หมายถึง การสื่อสารเชิงพุทธเป็นไปเพื่อสร้างความสุขให้กับมนุษย์โลกและเทวโลก ทั้งความสุขในระดับประสาทสัมผัสและความสุขจากสภาวะที่จิตใจสงบ และสุขจากปัญญารู้และเข้าใจชีวิตและโลกอย่างแจ่มแจ้งตามความเป็นจริง จนหลุดพ้นจากกิเลสตัณหาทั้งปวง เรียกว่าวิมุตติสุข

5. การสื่อสารที่มีลักษณะเป็นไปเพื่อความดับทุกข์ในสีสปาวนสูตร ว่าด้วยเรื่องเป้าหมายในการสื่อสารของพระพุทธศาสนาในป่าประดู่ลาย ทรงหยิบใบไม้ขึ้นมาหนึ่งกำมือแล้วถามภิกษุว่าใบไม้ในกำมือของพระองค์กับใบไม้ที่มีอยู่ในป่าส่วนใดมีมากกว่ากัน เมื่อภิกษุตอบว่าใบไม้ในป่ามีมากกว่า พระองค์ทรงสรุปว่าความรู้ของพระองค์มีมากเหมือนใบไม้ที่อยู่ในป่า แต่ทรงนำมาสอนเฉพาะเรื่องที่จำเป็นเท่านั้น “สิ่งอะไรเล่าที่เราบอกแล้วคือเราได้บอกว่านี้ทุกข์นี้ทุกขสมุทัยนี้ทุกขนิโรธนี้ทุกขนิโรธคามินีปฏิปทา” (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539: 19/1101/613) ทรงมุ่งสื่อสารเรื่องทุกข์และความดับทุกข์เท่านั้น เพราะทรงเห็นว่าความทุกข์เป็นปัญหาใหญ่ของสรรพสัตว์ทั้งหลาย ส่วนเรื่องอื่นเป็นเพียงผลพวงจากความทุกข์ เมื่อสามารถตัดต้นตอของปัญหาได้แล้ว ก็จะยกระดับคุณภาพชีวิตจากปุถุชนไปเป็นพระอริย

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารเชิงพุทธเป็นไปเพื่อการไม่ทำความชั่ว ไม่เบียดเบียนผู้อื่น สื่อสารด้วยความไม่มุ่งร้าย สื่อสารเพื่อส่งเสริมกุศลธรรม สื่อสารด้วยความอดทน สื่อสารด้วยสันติวิธี สื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสื่อสารเพื่อพัฒนาจิตใจโดยมีเป้าหมายสูงสุดคือความพ้นทุกข์ โดยทุกยุคสมัยของพระพุทธศาสนาจึงมีความผูกพันกับสังคมอย่างลึกซึ้งในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีความทันสมัยมากขึ้น คนในสังคมใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกันและยังมีภัยคุกคามต่าง ๆ

ที่แฝงเข้ามาในกระบวนการสื่อสารอยู่เสมอ โดยพระพุทธศาสนาก็จะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อสมัยใหม่ ทั้งในรูปของการใช้เครื่องมือสื่อสาร การประยุกต์ใช้หลักธรรมเพื่อให้เท่าทันกับยุคสมัยของสังคมแห่งการสื่อสาร

กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในการสื่อสารเชิงพุทธ

การสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีภาษาเป็นองค์ประกอบหนึ่ง อยู่ภายใต้สารเนื้อหาของสาร คือ ความคิดที่กลั่นกรองออกมาเป็นเรื่องราว ความคิดนั้นไม่สามารถถ่ายทอดได้ถ้าไม่มีภาษา ภาษานั้นเป็นสื่อที่จะให้เนื้อหาเกาะเกี่ยวไปยังผู้รับสารให้เกิดความเข้าใจ หรืออาจกล่าวได้ว่าภาษา คือ ตัวสารนั่นเอง มีผู้กล่าวว่าภาษาที่ใช้คือ หัวใจของการสื่อสาร หมายความว่า ผู้ใช้ภาษาควรตระหนักในบทบาทและความสำคัญของภาษาที่มีต่อการสื่อสารของมนุษย์เป็นส่วนช่วยให้เนื้อหาที่จะสื่อสารเป็นที่รับรู้และเข้าใจร่วมกันได้ สารทุกชนิดไม่ว่าจะสั้นยาวมากน้อยเพียงใดก่อนที่คนเราจะสามารถรับรู้จนท้าให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้นั้น จะต้องส่งมาในรูปของภาษาหรือสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง สารจะปรากฏขึ้น โดยตัวของมันเองแท้ ๆ ไม่ได้ในการสื่อสารนั้น ผู้รู้ได้กล่าวเอาไว้ว่า ภาษา คือ พาหะให้เนื้อหาของสารเกาะเกี่ยวจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ผู้ผลิตภาษา คือ ผู้ส่งสารภาษาที่ออกมาจะดีไม่ดีอยู่ที่ทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสาร แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับผู้รับสารด้วย เพราะผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาในการเสนอสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร เหมาะสมกับความรับรู้และทักษะการใช้ภาษาของผู้รับสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารที่ดีนั้นต้องพูดจาภาษาเดียวกับผู้รับสาร คือ ต้องเรียนรู้ภาษาของผู้รับสารนั่นเอง

พระพุทธศาสนาประสบผลสำเร็จในการเผยแผ่พระพุทธศาสนามีหลายปัจจัย ส่วนหนึ่ง คือ การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารของพระพุทธเจ้า โดยพระองค์ได้ใช้พุทธวิธีที่จะเข้าถึงผู้คนในระดับต่าง ๆ ได้เข้าถึง เข้าใจหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนาได้เป็นอย่างดีทั้งที่สมัยนั้น ยังมีเจ้าลัทธิมากมายได้มีการโต้วาที ปะทะวาทะ จนพระองค์ได้ชื่อว่า สัตถาเทวะมนุสสานัง เป็นครูสอนเทวดาและมนุษย์ทั้งหลาย ประเด็นค้าถาม ก็คือ พระองค์ใช้ภาษาอะไรในการสื่อสาร ให้กับคนสมัยนั้น คำตอบประเด็นมีอย่างเดียว คือ พระองค์ใช้ภาษาบาลี ซึ่งเรื่องนี้ยังเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และศึกษาค้นคว้ากันต่อไป เพราะการใช้ภาษาในการสื่อสารของพระพุทธเจ้า แม้จะเป็นเรื่องที่ถกเถียงกันแต่ยังเชื่อว่าการใช้ภาษาในครั้งพุทธกาลว่ามีหรือไม่ พระองค์ใช้ภาษาใดในการสั่งสอนสาวกและประชาชนทั่วไปและพระองค์ สำหรับปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลให้พระสงฆ์ผู้ซึ่งเป็นศาสนทายาท ได้มีการปรับตัวมาเผยแพร่ธรรมะผ่านทางสื่อใหม่ที่เกิดขึ้น โดยอาศัยกลยุทธ์การสื่อสารที่จะดึงดูดให้มีผู้สนใจคล้อยตาม รวมไปถึงเกิดความศรัทธาและพร้อมที่จะเปิดรับความรู้ทาง

ศาสนาพุทธ จนกลายเป็นการกดติดตาม โดยการสื่อสารเชิงพุทธสามารถนำกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่มาใช้ ซึ่งผู้เขียนมีการนำเสนอดังต่อไปนี้

1. การเลือกสื่อ เลือกสื่อที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร สอดคล้องกับลักษณะการตอบสนอง และพฤติกรรมขั้นสุดท้ายของผู้รับสารที่คาดหวังจะให้เกิดขึ้น สื่อในการสื่อสารที่เหมาะสมกับความสามารถ และประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร เลือกสื่อที่พอจะหาได้ และสะดวกต่อการใช้ และไม่จำเป็นต้องใช้สื่อที่มีราคาแพง

2. เลือกรูปแบบวิธีการใช้สื่อโดยอาจเลือกการใช้สื่อเดียว เป็นการใช้สื่อใดสื่อหนึ่งในการส่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร หรือการใช้สื่อแบบผสมเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยการใช้สื่อหลายประเภท หรือหลายสื่อเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีความสามารถเข้าถึงผู้รับได้อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างความน่าสนใจ และการเข้าใจการรับรู้ข่าวสารได้อย่าง

3. นำสื่อใหม่ (New media) มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสื่อสารเชิงพุทธ โดยสื่อใหม่ควรมีลักษณะเป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติกเชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม และเป็นสื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อสนับสนุน (Support) งานบางอย่าง โดยเน้นความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ (Creativity innovation) สามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ ไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม อาจสร้างสรรค์จากบุคคลคนใดก็ได้

4. โดยเนื้อหาการสื่อสารเชิงพุทธเป็นไปเพื่อการไม่ทำความชั่ว ไม่เบียดเบียนผู้อื่น สื่อสารด้วยความไม่มุ่งร้าย สื่อสารเพื่อส่งเสริมกุศลธรรม สื่อสารด้วยความอดทน สื่อสารด้วยสันติวิธี สื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสื่อสารเพื่อพัฒนาจิตใจโดยมีเป้าหมายสูงสุดคือความพ้นทุกข์

บทสรุป

การสื่อสารเชิงพุทธเป็นกระบวนการถ่ายทอดหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปปฏิบัติ อันนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีและสันติสุขในสังคม หลักสำคัญของการสื่อสารนี้มุ่งเน้นการให้ประโยชน์แก่สังคม การอนุเคราะห์ผู้อื่นด้วยเมตตากรุณา และการส่งเสริมความสุขทั้งทางโลกและทางธรรม พระพุทธเจ้าทรงกำหนดแนวทางเผยแผ่ธรรมะโดยให้พระสาวกออกจาริกไปสั่งสอนเพื่อประโยชน์สุขแก่ชนหมู่มาก การสื่อสารเชิงพุทธยังมีบทบาทในยุคปัจจุบันผ่านสื่อเทคโนโลยีที่สามารถเผยแพร่คำสอนได้อย่างกว้างขวาง หากใช้สื่อสารอย่างถูกต้อง ย่อมเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สังคมเกิดความเข้าใจและพัฒนาคุณภาพชีวิตร่วมกัน คุณลักษณะสำคัญของการ

สื่อสารเชิงพุทธ ได้แก่ การสื่อสารที่เป็นประโยชน์ อนุเคราะห์เกื้อกูลกัน นำไปสู่ความสุข และเป็นไปอย่างมีสัจจะและขันติ ซึ่งล้วนเป็นแนวทางที่ช่วยให้สังคมดำรงอยู่ด้วยความสงบสุขและปราศจากทุกข์

เอกสารอ้างอิง

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.* มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์: กรุงเทพมหานคร.

ทัศนีย์เจนวิถีสุข. (2554). *การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงสังคม.* บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ธิดาพร ชนะชัย. (2550). *New Media Challenges: Marketing Communication Through New Media*. (ออนไลน์). แหล่งที่มา http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchal lenges.pdf.

นิพนธ์ ศุขปรีดี. (2546). *นวัตกรรมเทคโนโลยีสื่อสารการศึกษา.* กรุงเทพฯ: นีลนาราการพิมพ์.

พระครูพิพัฒน์ ศาสนกิจจาทร. (2561). *การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างวัดกับชุมชน.* วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 3(2), 76-49.

พระธนภัทร ธนภทฺโท. (2565). *การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในพระไตรปิฎก.* วารสาร มจรอุบลปริทรรศน์, 7 (1): 1129-1144.

พระมหาพิพัฒพงศ์ ฐิตธมฺโม, (2563). *หลักพุทธธรรมกับการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน.* วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ฯ, 7(2): 325-334.

พระมหาสมบูรณ์ วุฑฺฒิกโร. (2554). *เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการเรื่อง "พระสงฆ์กับงานสังคมเคราะห์: หน้าที่หรือมิใช่".* จัดโดยศูนย์พุทธศาสน์ศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ณ ห้องประชุม 707 อาคารบรมราชกุมารี วันจันทร์ที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2554.

พระวชิรวิชญ์ ภัทรเกียรตินันท. (2564). *หลักพุทธธรรมทางพุทธศาสนากับการดำเนินชีวิตในช่วงโรคโควิด – 19.* วารสารภาวนาสารปริทัศน์, 1(1), 109-120.

พระวิมาน คมฺภีรปญฺโญ (ตรีกมล). (2555). *การเผยแผ่ในอุรุเวลาเสนานิคมในฐานะต้นแบบแห่งพุทธวิธีในการเผย แผ่พระพุทธศาสนา* บัณฑิตวิทยาลัย :มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พนม คลี่ฉายา. (2549). *เอกสารประกอบการสอน วิชาการประยุกต์สื่อเพื่อการพัฒนา.* กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพฑูรย์ มะญู. (2562). *สื่อดิจิทัล (Digital Media).* สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2566, จากเว็บไซต์: http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal.

พุทธทาสภิกขุ. (2526). *ฟ้าสางระหว่าง 50 ปีที่มีสวนโมกข์*. กรุงเทพมหานคร : การพิมพ์พระนคร

พรจิต สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที 2000-2010 การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา.* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539).*พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.*กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวง วัฒนธรรม. (2549). *ค่านิยม และสภาพแวดล้อมที่พึงประสงค์ของสังคมไทยในสายตาเยาวชน.* กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

สุรสิทธิ์วิทยารัฐ. (2545). *การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค.* กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

Kent Wertime and Ian Fenwick. (2008). *เปิดโลกนิวมีเดียและการตลาดดิจิทัล = Digi marketing: the essential guide to new media & digital marketing*. เคนม์ เวอร์ไทม์ และเอียน เฟนวิค, เขียน; ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, ประภัสสร วรรณสถิตย์, แปล.

Najib and James. (1 9 8 2). *Guideline for planning Support for Development campaign*. Bangkok: UNDO/DCTO.


ม จ ร
วารสาร พุทธศาสตร์
มจร.อุบลราชธานี