



การศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

A STUDY OF THE BUDDHIST PROPAGATION MODEL THROUGH SOCIAL MEDIA AT MAHACHULALONGKORNRAJAVIDYALAYA UNIVERSITY

ณพนธ์ ทองยวง*, สมคิด เศษวงค์, นิชชา จุนทะเกาศลย์, รวีวรรณ วงศ์เดชานันท์
Napon Thongyoung*, Somkid Setwong, Nichcha Chundakowsolaya, Raveewan Wongdechannun
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย
Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Thailand
*Corresponding author E-mail: napon28jj@gmail.com

Received 30 August 2025; Revised 25 November 2025; Accepted 1 December 2025

บทคัดย่อ

ความเป็นมาและวัตถุประสงค์: ในอดีตการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเน้นการเทศนาสั่งสอน แต่ในปัจจุบันสื่อโซเชียลมีเดียกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงหลักธรรมสู่คนรุ่นใหม่ได้สะดวกและรวดเร็ว ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยจึงได้นำสื่อเหล่านี้มาประยุกต์ใช้เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงธรรมะสู่คนรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิธีดำเนินการวิจัย: การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยภาคสนามเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจง จำนวน 20 ท่าน ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้สื่อดิจิทัล จำนวน 5 ท่าน และคณาจารย์/เจ้าหน้าที่/นิสิต จำนวน 8 ท่าน

ผลการวิจัย: การศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยฯ มีการเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความหลากหลาย เข้าถึงง่าย สอดคล้องกับยุคสมัย เชื่อมโยงธรรมะกับชีวิตจริง เปิดโอกาสให้บุคลากร นิสิตและประชาชนมีส่วนร่วมในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบสำหรับองค์กรทางพุทธศาสนาอื่น ๆ ได้ โดยความสำเร็จดังกล่าวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) การสนับสนุนเชิงนโยบายและการบริหารจัดการ 2) ความพร้อมของบุคลากร 3) โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี 4) การทำความเข้าใจกับผู้ชมและปรับตัวด้านเนื้อหา และ 5) การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังได้นำเสนอแนวทางการบูรณาการหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาในทุกขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การใช้หลักอิทธิบาท 4, พรหมวิหาร 4 และสัปปริสธรรม 7 เพื่อวางแผน การบริหารจัดการ และการประเมินผล ไปจนถึงการนำหลักสังคหวัตถุ 4 มาใช้ในการพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อให้มีคุณภาพ และสุดท้ายใช้หลักไตรสิกขาและสติปัฏฐาน 4 ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและนิสิต รวมถึงการสร้างเครือข่ายให้เกิดการมีส่วนร่วม เพื่อให้การเผยแผ่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ความเกี่ยวข้องกับหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา: บทความวิจัยนี้มีหลักธรรมที่นำมาประยุกต์ใช้ คือ การใช้หลักอิทธิบาท 4, พรหมวิหาร 4, สัปปริสธรรม 7, สังคหวัตถุ 4, ไตรสิกขา และสติปัฏฐาน 4 สอดคล้องกับ



จุดมุ่งหมายของวารสารในกลุ่มที่ 2 พระพุทธศาสนาประยุกต์ โดยการนำหลักพระพุทธศาสนาไปประยุกต์กับศาสตร์สมัยใหม่ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

สรุป: งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยฯ มีการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านโซเชียลมีเดียอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยปรับเปลี่ยนจากรูปแบบเดิมมาสู่การสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและสอดคล้องพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล ซึ่งดำเนินงานโดยอาศัยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ การสนับสนุนเชิงนโยบาย และการบริหารจัดการ ความพร้อมของบุคลากร โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี การทำความเข้าใจกับผู้ชมและปรับตัวด้านเนื้อหา และการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ การนำหลักธรรมมาบูรณาการในกระบวนการเผยแพร่ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ การเผยแพร่มีความยั่งยืนและสามารถเป็นต้นแบบให้กับองค์กรพุทธศาสนาอื่น ๆ ได้

คำสำคัญ: รูปแบบ, การเผยแพร่พระพุทธศาสนา, สื่อโซเชียลมีเดีย

Abstract

Background and Objectives: In the past, the dissemination of Buddhism focused on sermons and traditional teachings. However, in the present, social media has become an important tool that enables Buddhist principles to be communicated to the younger generation easily and quickly. Therefore, Mahachulalongkornrajavidyalaya University has applied these media to effectively expand opportunities for the younger generation to access the Dharma. This research article aims to: Examine the model of Buddhist propagation through social media implemented by Mahachulalongkornrajavidyalaya University, analyze the factors influencing the Mahachulalongkornrajavidyalaya University's use of social media in Buddhist propagation, and propose guidelines for enhancing Buddhist propagation through social media at Mahachulalongkornrajavidyalaya University.

Methodology: This research employed a qualitative field research methodology utilizing in-depth interviews with twenty key informants selected via purposive sampling. The participants consisted of two senior administrators, five experts in Buddhist propagation, five experts in digital media usage, and eight faculty members, staff, and students.

Main Results: The study found that Mahachulalongkornrajavidyalaya University has consistently promoted Buddhism through social media by adapting content formats to be diverse, easily accessible, and relevant to the contemporary era, while effectively integrating Dhamma principles into real-life contexts. Furthermore, the University encourages participation among its personnel, students, and the general public in the creation and dissemination of content. Consequently, this approach can serve as an applicable model for other Buddhist organizations. This success was attributed to five key factors: 1) Policy support and management; 2) Personnel readiness; 3) Technological infrastructure; 4) Understanding the audience and content adaptation; and 5) Building strong networks. Furthermore, the research proposes guidelines for the systematic integration of Buddhist principles at every stage of work, starting with the application of the principles of Iddhipāda 4, Brahmavihāra 4, and Sappurisaḍḍhamma 7 for planning, management, and evaluation. This extends to utilizing Saṅgahavattu 4 for developing quality content and media production, and finally, employing Tisikkhā and Satipatthāna 4 to



develop the potential of personnel and students, as well as to build participatory networks for practical propagation.

Involvement to Buddhaddhamma: This research applies the following doctrinal principles: The Four Paths of Accomplishment (Iddhipāda 4), the Four Divine Abodes (Brahmavihāra 4), the Seven Qualities of a Good Person (Sappurisadhamma 7), the Four Bases of Social Harmony (Saṅgahavatthu 4), the Threefold Training (Tisikkhā), and the Four Foundations of Mindfulness (Satipaṭṭhāna 4). This study aligns with the objectives of the journal, specifically Group 2: Applied Buddhism, by demonstrating the integration of Buddhist principles with modern information technology.

Conclusions: This research demonstrates that the Mahachulalongkornrajavidyalaya University has implemented a systematic and practical approach to propagating Buddhism via social media. This involves a transition from traditional formats to accessible communication styles that align with the behaviors of the audience in the digital age. These operations are driven by five key factors: 1) Policy support and management; 2) Personnel readiness; 3) Technological infrastructure; 4) Audience understanding and content adaptation; and 5) Strong network building. Furthermore, the integration of Dhamma principles into the propagation process serves as a crucial mechanism that ensures the effectiveness and sustainability of these efforts, ultimately serving as a model for other Buddhist organizations.

Keywords: Format, Propagation of Buddhism, Social Media

บทนำ

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเป็นภารกิจสำคัญที่ดำเนินมาอย่างยาวนานและสำคัญอย่างยิ่งต่อความมั่นคงของพระพุทธศาสนา ช่วยให้พุทธศาสนิกชนมีความรู้ ความเข้าใจ และเข้าถึงหลักธรรมของพระพุทธศาสนาอย่างถูกต้อง (Phrakhrutheerasatpaisal & Phrabaidika Saengtham Supano, 2025) การเผยแผ่ในสมัยนั้นเน้นวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งการเทศนา การสนทนา และการเล่าเรื่องเปรียบเทียบ เพื่อให้สอดคล้องกับผู้ฟังแต่ละกลุ่มและนำไปปฏิบัติได้จริง (Phra Phromkunaphon (P.A. Payutto), 2010) ซึ่งหลักการนี้ยังคงมีความสำคัญและทำให้พระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองและแพร่หลายมาจนถึงปัจจุบัน

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube และ TikTok ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา (Boonti, 2012) สื่อเหล่านี้ช่วยให้ผู้คน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เข้าถึงหลักธรรมคำสอนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ในวงกว้าง ยังส่งเสริมให้เกิดการศึกษาอย่างต่อเนื่องและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ที่ไร้ขีดจำกัด (Marija & Dragovic, 2020) ถึงแม้โซเชียลมีเดียจะเป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพ แต่ยังมีความท้าทายที่ต้องเผชิญ โดยเฉพาะปัญหา “ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล” ที่มีปรากฏในรูปแบบของการตัดทอนพุทธพจน์ให้สั้นกระชับจนสูญเสียบริบทและความหมายที่แท้จริง หรือการสร้างคำคมปลอมโดยอ้างอิงรูปภาพและชื่อของพระสงฆ์ผู้ใหญ่เพื่อเรียกยอดไลค์ (Clickbait) ซึ่งสร้างความสับสนทางปัญญาแก่ผู้รับสาร อีกทั้งยังต้องเผชิญกับ “การแข่งขันกับเนื้อหาอื่น” ในโลกออนไลน์ ซึ่งเนื้อหาธรรมะที่เน้นความสงบและสาระ ต้องต่อสู้กับกระแสความบันเทิง ข่าวสารดราม่า หรือคลิปวิดีโอสั้นที่กระตุ้นเร้าอารมณ์และดึงดูดความสนใจได้รวดเร็วกว่าตามกลไกของอัลกอริทึม ส่งผลให้เนื้อหาทางศาสนาอาจถูกเบียดบังจนจมหายไปในกระแสข้อมูลข่าวสาร (Information Overload) และยากต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหากขาดกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Damjub, 2019)



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในฐานะสถาบันการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา (Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 2017) ได้ตระหนักถึงความสำคัญและศักยภาพของสื่อดิจิทัล จึงนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการถ่ายทอดสดบรรยายธรรม การผลิตสื่อวิดีโอและการใช้สื่อสร้างสรรค์อื่น ๆ เช่น อินโฟกราฟิกที่เข้าใจง่าย (Phra Phromkunaphon (P.A. Payutto), 2010) การใช้สื่อดิจิทัลนี้ถือเป็นก้าวสำคัญที่ช่วยให้พระพุทธศาสนาเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างกว้างขวาง และยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้คนหันมาสนใจศึกษาและปฏิบัติธรรมมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อสังคมโดยรวม (Chatvisut, 2019)

จากการทบทวนพัฒนาการของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและมีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารหลักธรรมแก่สังคม โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่สื่อโซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทอย่างกว้างขวาง แม้ว่าสื่อเหล่านี้จะเปิดโอกาสให้พระพุทธศาสนาเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้สะดวกและรวดเร็ว แต่ก็มีมีความท้าทายหลายประการที่ต้องเผชิญ หนึ่งในนั้น คือ ปัญหาข้อมูลที่อาจคลาดเคลื่อนหรือบิดเบือนจากความเป็นจริง นอกจากนี้ การควบคุมเนื้อหาที่ผิดเพี้ยนก็เป็นเรื่องที่ยาก และเนื้อหาทางพระพุทธศาสนายังต้องแข่งขันกับเนื้อหาอื่น ๆ ที่น่าสนใจอีกมากมายบนแพลตฟอร์มเดียวกัน การวัดผลความสำเร็จของการเผยแผ่ยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน (Damjub, 2019) อีกทั้ง งานวิจัยที่ผ่านมามักมุ่งศึกษาเพียงประสิทธิภาพของการใช้สื่อดิจิทัล แต่ยังขาดการบูรณาการหลักธรรมทางพระพุทธศาสนากับการบริหารจัดการสื่อในเชิงระบบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของมหาวิทยาลัยฯ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการนำสื่อดิจิทัลมาใช้ประโยชน์สูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และเพื่อนำเสนอแนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **รูปแบบการวิจัย** เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในด้านเนื้อหาเอกสาร (Documentary Research) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งผู้วิจัยบูรณาการข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยเริ่มจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) ทั้งจากพระไตรปิฎกและทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดและพัฒนาแบบสัมภาษณ์ จากนั้นเมื่อได้ข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดลำดับความสำคัญและเปรียบเทียบย้อนกลับไปยังข้อมูลทางเอกสารที่ศึกษาไว้เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างหลักการทางทฤษฎีกับสภาพความเป็นจริงในทางปฏิบัติ ซึ่งกระบวนการเชื่อมโยงและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบนี้ ช่วยยืนยันความถูกต้อง และทำให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์ น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น จากนั้นนำข้อมูลผลการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอต่อไป

2. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ** โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจงจำนวน 20 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้บริหารระดับสูง คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการเผยแผ่ธรรมะ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนา มีประสบการณ์ในการเผยแผ่มาไม่น้อยกว่า 3 ปี 3) ผู้เกี่ยวข้องด้านการใช้สื่อดิจิทัล คือ ผู้ที่ทำงานหรือหน้าที่เกี่ยวข้องกับสื่อดิจิทัลโดยตรง และ 4) คณาจารย์/เจ้าหน้าที่/นิสิต คือ ผู้ที่อยู่ในมหาวิทยาลัยและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเผยแผ่



3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง มีเนื้อหาสาระและคำถามเกี่ยวกับรูปแบบ ปัจจัย ข้อดีและข้อเสีย หลักธรรม และแนวทางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดย 1) การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยอย่างน้อย 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสัมภาษณ์ และ 2) การทดลองใช้ (Pilot Study) นำแบบสัมภาษณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในคำถาม และปรับปรุงแก้ไขก่อนการเก็บข้อมูลจริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลและขอเข้าสัมภาษณ์เพื่อทำวิทยานิพนธ์ จากหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ส่งไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และรอการนัดหมายเพื่อเข้าสัมภาษณ์

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เกี่ยวกับรูปแบบ ปัจจัย ข้อดีและข้อเสีย หลักธรรม และแนวทางในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยการถอดความบทสัมภาษณ์ (Transcription) การอ่านและทำความเข้าใจกับข้อมูล การจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Categorization) หาข้อสรุปหรือประเด็นสำคัญ (Theme Development) และนำมาสรุปผลแบบบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พบว่า มหาวิทยาลัยฯ ในฐานะสถาบันการศึกษาด้านพระพุทธศาสนาชั้นนำของประเทศ มีรูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่อง โดยมีพัฒนาการจากรูปแบบพื้นฐานในอดีตจนถึงการประยุกต์ใช้อย่างหลากหลายในปัจจุบัน สามารถสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

1.1 ช่องทางการเผยแผ่ เริ่มจากการเผยแพร่ข่าวสารทางศาสนาผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และการโพสต์ธรรมะสั้น ๆ ผ่าน Facebook หรือการใช้ YouTube เผยแพร่คลิปวิดีโอการบรรยายธรรม การสอนหนังสือ และการสัมมนาทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา แต่ในปัจจุบันได้ขยายช่องทางสู่แพลตฟอร์มที่หลากหลายมากขึ้น เช่น TikTok, Line Official, Facebook Live, YouTube Live และ Podcast มีการตั้งเพจและช่องอย่างเป็นทางการ เช่น MCU-TV Channel รวมถึงการสร้างกลุ่มสนทนาออนไลน์เพื่อการปฏิสัมพันธ์แบบกลุ่มย่อย

1.2 รูปแบบของเนื้อหาที่เผยแผ่ ในอดีตเน้นการเผยแพร่วิดีโอการบรรยายธรรมและการสอนเต็มรูปแบบ หรือการถ่ายทอดสดกิจกรรมวันสำคัญ เช่น งานสวดมนต์ข้ามปี วันวิสาขบูชา และปาฐกถาธรรม ต่อมาได้มีการพัฒนาเนื้อหาให้หลากหลายมากขึ้น ทั้งเชิงเนื้อหาสาระและเชิงสร้างแรงบันดาลใจ

1.3 ลักษณะของการมีส่วนร่วม จากเดิมเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว โดยผู้ชมมีบทบาทเพียงรับชมรับฟังเท่านั้น แต่ในปัจจุบันเปลี่ยนมาใช้แนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ถาม-ตอบ ในไลฟ์สด หรือใต้โพสต์ มีการจัดกิจกรรมให้ผู้ชมร่วมสนุก และส่งเสริมให้นิสิตและบุคคลทั่วไปผลิตสื่อร่วมกับมหาวิทยาลัยฯ โดยมีการฝึกอบรมการผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ให้แก่ผู้เผยแพร่รุ่นใหม่

จากผลการวิจัยอภิปรายได้ว่า การเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีพัฒนาการจากการนำเสนอธรรมะในลักษณะดั้งเดิม ผ่านช่องทางออนไลน์แบบจำกัดสู่รูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านเนื้อหา เทคนิคการสื่อสารและช่องทางการเข้าถึง โดยมีลักษณะเด่น คือ เข้าถึงง่าย เหมาะกับยุคสมัย เน้นการเชื่อมโยงธรรมะกับชีวิตจริง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนิสิต บุคลากรและประชาชน ใช้หลักธรรมเป็นกรอบในการสื่อสาร ผสมผสานระหว่างการสื่อสารทางเดียวและแบบโต้ตอบ รูปแบบดังกล่าวสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาแนวทางการเผยแผ่ขององค์กรอื่น ๆ ได้อย่างเหมาะสมกับยุคสื่อดิจิทัล

การที่มหาวิทยาลัยฯ พัฒนารูปแบบจากสื่อสารทางเดียวมาเป็นแบบมีส่วนร่วมนั้น สะท้อนให้เห็นถึงการนำหลักการเผยแพร่ของ Phra Thammapitok (P.A. Payutto) (2000) ที่เน้นการทำให้ผู้คนเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้จริง เพราะการมีปฏิสัมพันธ์จะช่วยให้ธรรมะเข้าถึงชีวิตประจำวันของผู้คนได้มากขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โซเชียลมีเดียในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ

2.1 ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารจัดการ คือ ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พร้อมสนับสนุนทั้งนโยบาย งบประมาณ การฝึกอบรมทักษะบุคลากร และจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะเพื่อขับเคลื่อนการเผยแพร่ธรรมะออนไลน์อย่างจริงจัง

2.2 ปัจจัยด้านบุคลากร คือ บุคลากรต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักทางพระพุทธศาสนาอย่างลึกซึ้งควบคู่ไปกับทักษะด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร สามารถนำเสนอธรรมะให้เข้าใจง่ายและน่าสนใจ รวมถึงมีแรงจูงใจและความศรัทธาในการเผยแผ่เป็นสำคัญ

2.3 ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี คือ การเผยแพร่ธรรมะอย่างมีประสิทธิภาพต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตที่เสถียร รวมถึงอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำและตัดต่อที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์สื่อที่มีคุณภาพสูงและเป็นมืออาชีพ

2.4 ปัจจัยด้านเนื้อหาและพฤติกรรมของผู้รับสาร คือ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่ชอบสื่อที่สั้น กระชับ และเข้าใจง่าย การผลิตเนื้อหาจึงต้องปรับให้สอดคล้องกับแต่ละแพลตฟอร์ม และเชื่อมโยงหลักธรรมเข้ากับชีวิตประจำวันได้อย่างสร้างสรรค์

2.5 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมและเครือข่ายความร่วมมือ คือ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น วัด โรงเรียน หรือองค์กรทางศาสนา รวมถึงการประสานงานภายในมหาวิทยาลัยจะช่วยขยายขอบเขตการเผยแผ่ให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

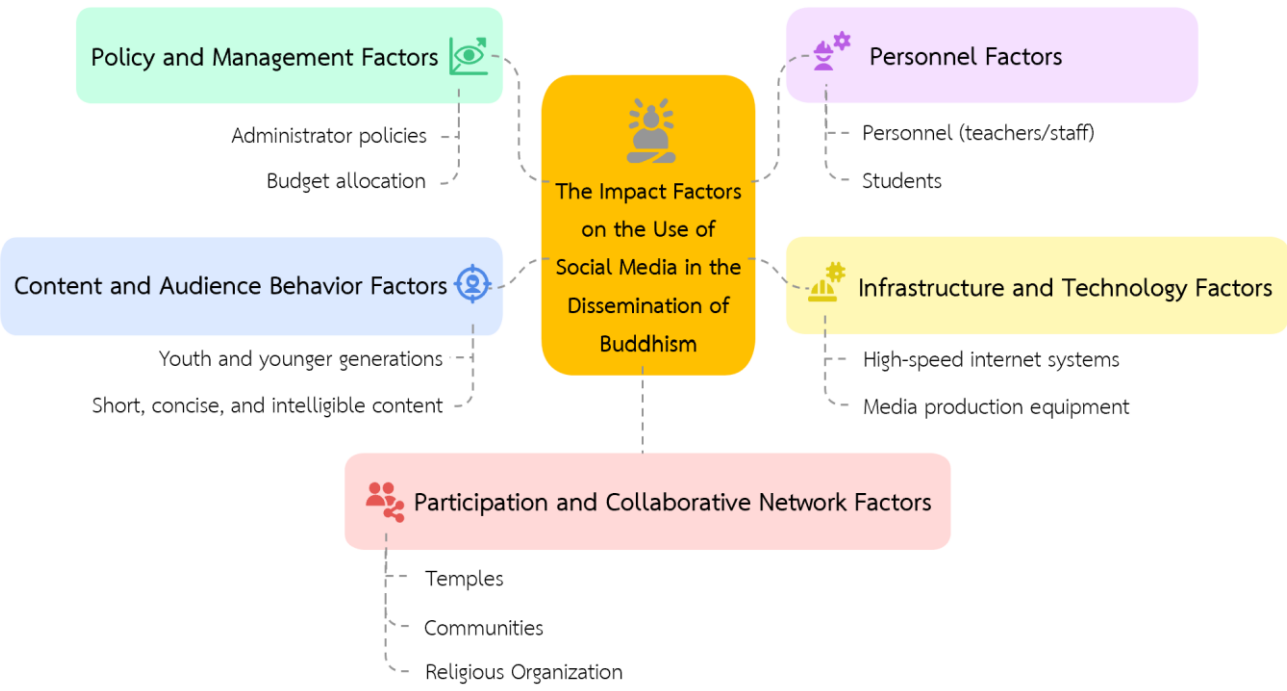


Figure 1 The Impact Factors on the Use of Social Media in the Dissemination of Buddhism



จากผลการวิจัยอภิปรายได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ต้องอาศัยทั้งการสนับสนุนเชิงนโยบายและการบริหารจัดการความพร้อมของบุคลากร โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี การทำความเข้าใจกับผู้ชมและปรับตัวด้านเนื้อหาและการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นรูปแบบการเผยแผ่ธรรมะยุคใหม่ที่ตอบโจทย์ยุคดิจิทัล ทำให้การเผยแผ่ธรรมะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ Phrakhruwinaithon Panya Payawro (Srisamut) & Sapphet (2021) ที่ได้กล่าวว่า เพื่อให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัลมีประสิทธิภาพ คณะสงฆ์ไทยควรส่งเสริมให้พระสงฆ์ศึกษาและพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงจัดให้มีการฝึกอบรมการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในการเผยแผ่ธรรมะ นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการใช้เทคโนโลยีและสนับสนุนให้วัดที่มีความพร้อมเป็นศูนย์การศึกษาและปฏิบัติธรรมผ่านระบบ E-Learning และเป็นศูนย์การเรียนรู้ การใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook, LINE, YouTube และเว็บไซต์ ในการเผยแพร่นิทรรศการในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ภาพนิ่ง วิดีโอสั้น หรือการไลฟ์สดกิจกรรมทางศาสนา ควรสอดแทรกหัวข้อธรรมและอธิบายให้เข้าใจง่าย เพื่อให้พุทธศาสนิกชนสามารถเข้าถึงธรรมะได้สะดวกยิ่งขึ้นและนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข

3. แนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยพบว่า มี 5 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการ 2) การพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อคุณภาพ 3) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและนิสิต 4) การสร้างเครือข่ายและส่งเสริมการมีส่วนร่วม และ 5) การประเมินผลและการวัดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยฯ ควรนำหลักธรรมมาบูรณาการเข้ากับขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยใช้หลักอิทธิบาท 4, พรหมวิหาร 4 และสัปปุริสธรรม 7 เพื่อวางแผนการบริหารจัดการและการประเมินผล จากนั้นนำหลักสังคหวัตถุ 4 มาใช้ในการพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อให้มีคุณภาพ และสุดท้ายใช้หลักไตรสิกขา และสติปัญญา 4 ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและนิสิต รวมถึงการสร้างเครือข่ายให้เกิดการมีส่วนร่วม เพื่อให้การเผยแผ่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยอภิปรายได้ว่า มหาวิทยาลัยฯ ควรนำหลักธรรมมาบูรณาการกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์บูรณาการกับภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงการส่งเสริมให้นิสิตมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ และควรให้การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยฯ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก รวมถึงการประเมินผลการทำงานอย่างเป็นระบบทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้การเผยแผ่ธรรมะบรรลุเป้าหมายที่แท้จริงและทันสมัยอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Watana & Liu (2022) ที่พบว่า พระสงฆ์ไทยได้นำหลักไตรสิกขาและมัชฌิมาปฏิปทาเป็นแนวทางในการใช้และควบคุมสื่อโซเชียลมีเดียอย่างมีสติ เพื่อป้องกันไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของสื่อ พร้อมทั้งสร้างเนื้อหาที่มีคุณธรรม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีระบบ และมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เพื่อบูรณาการธรรมะเข้าสู่โลกออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่หลากหลายของมหาวิทยาลัยฯ ไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดจากปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และการบูรณาการหลักธรรมในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน คือ หัวใจสำคัญที่ทำให้การเผยแผ่มีความยั่งยืนและมีคุณค่า ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบให้กับองค์กรทางพุทธศาสนาอื่น ๆ ได้อย่างแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยเรื่องนี้ ได้พบองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งสามารถแสดงเป็นรูปโมเดล ได้ดังนี้

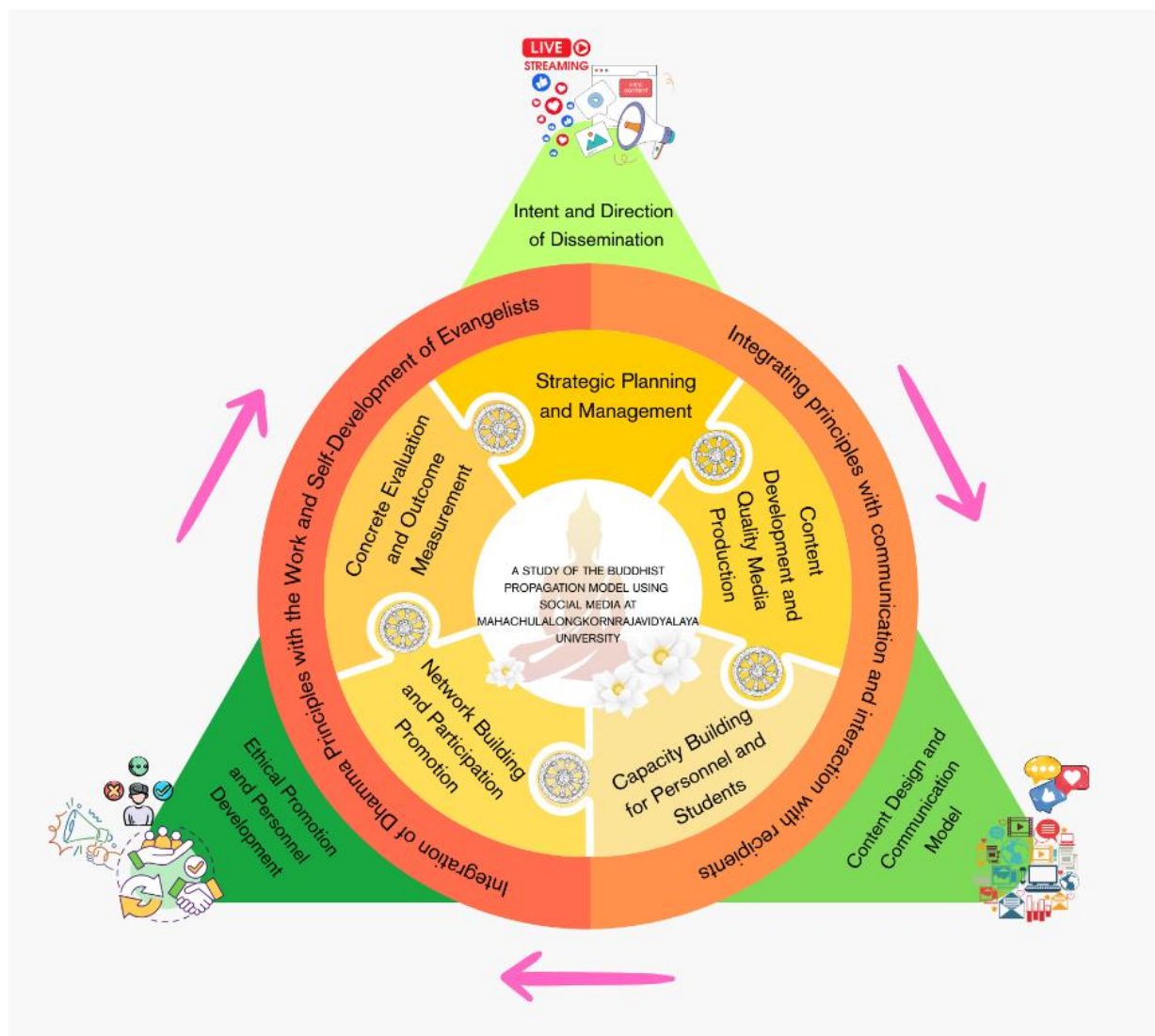


Figure 2 The Synthesized Knowledge from the Research

จาก Figure 2 แสดงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย” โดยมีรายละเอียด ดังนี้ แนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) Strategic Planning and Management (การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการ) 2) Content Development and Quality Media Production (การพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อคุณภาพ) 3) Capacity Building for Personnel and Students (การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและนิสิต) 4) Network Building and Participation Promotion (การสร้างเครือข่ายและส่งเสริมการมีส่วนร่วม) และ 5) Concrete Evaluation and Outcome Measurement (การประเมินผลและการวัดผลลัพธ์) อย่างเป็นรูปธรรม) นำมาบูรณาการกับหลักกรรมทางพระพุทธศาสนา ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ



Component 1: Intent and Direction of Dissemination (การกำหนดเจตนาและแนวทางการเผยแพร่) คือ การนำหลักอิทธิบาท 4, พรหมวิหาร 4 และสัปปุริสธรรม 7 มาบูรณาการกับการดำเนินการขั้นตอนการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการ และขั้นตอนการประเมินผลและการวัดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม

Component 2: Content Design and Communication Model (การออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร) คือ การนำหลักสังคหวัตถุ 4 มาบูรณาการกับการดำเนินการขั้นตอนการพัฒนาเนื้อหาและการผลิตสื่อคุณภาพ

Component 3: Ethical Promotion and Personnel Development (การส่งเสริมจริยธรรมผู้เผยแพร่และการพัฒนาบุคลากร) คือ การนำหลักไตรสิกขาและหลักสติปัญญา 4 มาบูรณาการกับการดำเนินการขั้นตอนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและนิสิต และขั้นตอนการสร้างเครือข่ายและส่งเสริมการมีส่วนร่วม

โมเดลนี้เป็นองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมที่บูรณาการหลักธรรมเข้ากับกระบวนการทำงานในยุคดิจิทัลอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการกำหนดเจตนาและแนวทางการเผยแพร่ (ด้านบน) นำไปสู่การออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร (ด้านขวา) และนำไปสู่การส่งเสริมจริยธรรมผู้เผยแพร่และการพัฒนาบุคลากร (ด้านซ้าย) จากนั้นจะวนกลับไปสู่การประเมินผล (Evaluation) ที่เป็นส่วนหนึ่งของ Strategic Planning โดยมีการนำผลที่ได้ไปปรับปรุงการกำหนดเจตนาและแนวทางการเผยแพร่ในรอบถัดไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า การเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยใช้สื่อโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ได้แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากรูปแบบการสื่อสารทางเดียวไปสู่การสื่อสารสองทางที่เน้นการมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น Facebook, YouTube และ TikTok รวมถึงการสร้างสรรคเนื้อหาที่เข้าถึงง่ายและสอดคล้องกับชีวิตจริงของผู้คน โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้การเผยแพร่ประสบความสำเร็จนั้นประกอบด้วย นโยบายและการบริหารจัดการที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล บุคลากรที่มีความรู้ควบคู่กับทักษะด้านเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย ความเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสาร และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ นอกจากนี้ ยังพบว่า การบูรณาการหลักธรรมสำคัญทางพระพุทธศาสนาเข้ากับทุกขั้นตอนของการเผยแพร่ ตั้งแต่การวางแผน การผลิตเนื้อหา และการพัฒนาบุคลากร เป็นแนวทางที่สำคัญในการทำให้การเผยแพร่ธรรมะในยุคดิจิทัลมีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จึงเป็นโมเดลที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงระบบของการนำหลักธรรมมาเป็นรากฐานในการขับเคลื่อนการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม ในส่วนของข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

- 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ 1.1) มหาวิทยาลัยฯ ควรกำหนดนโยบายในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเป็นทางการ โดยระบุเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางหลักและแนวทางการประเมินผล เพื่อให้การดำเนินงานมีทิศทางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น 1.2) ควรจัดตั้งศูนย์กลางการเผยแพร่ธรรมะดิจิทัล (Digital Buddhist Propagation Center) ในระดับคณะหรือมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาเนื้อหา ประสานความร่วมมือระหว่างพระสงฆ์ นักวิชาการ และนิสิต พร้อมทั้งทำหน้าที่บริหารจัดการข้อมูลและระบบเผยแพร่ และ 1.3) ภาครัฐ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม หรือสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ควรมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนด้านงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีแก่พระสงฆ์และผู้ที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อดิจิทัล
- 2) ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ ได้แก่ 2.1) มหาวิทยาลัยฯ สามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในสื่อโซเชียลมีเดีย ให้ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมให้คณาจารย์และนิสิตมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อธรรมะเชิงสร้างสรรค์ 2.2) หน่วยงานหรือองค์กรทางพุทธอื่น ๆ สามารถนำแนวทางของมหาวิทยาลัยฯ ไปปรับใช้ในบริบทของตน เช่น การจัดอบรมพระนักเทศน์



ด้านเทคโนโลยี การจัดตั้งทีมงานผลิตสื่อธรรมะ หรือการเชื่อมโยงเครือข่ายเผยแพร่ธรรมะออนไลน์ระหว่างวัดและมหาวิทยาลัย และ 2.3) คณะ หรือภาควิชา ควรบูรณาการหลักสูตรโดยเน้นการสื่อสารธรรมะในยุคดิจิทัลเพื่อให้บัณฑิตมีทักษะในการเผยแผ่อย่างมีประสิทธิภาพและมีจริยธรรม และ 3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ 3.1) ควรศึกษาการเปรียบเทียบรูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยโซเชียลมีเดียของมหาวิทยาลัยสงฆ์ในประเทศไทย 3.2) ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของเนื้อหาธรรมะในโซเชียลมีเดียกับระดับการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร และ 3.3) ควรศึกษาการพัฒนาารูปแบบการสื่อสารธรรมะอย่างสร้างสรรค์สำหรับบัณฑิตในยุคดิจิทัล

References

- Chatvisut, M. (2019). Online Social Media and Propagation of Buddhism. *Journal of Buddhist Studies*, 10(2), 521-531.
- Damjub, W. (2019). Social Media for Teaching and Learning in the 21st Century. *Journal of Liberal Arts*, Maejo University, 7(2), 143-159.
- Marija, D. C. & Dragovic, A. (2020). *The Social Media and Religion - New Challenges*. New York, United States of America: Routledge. <https://doi.org/10.47054/RDC201043dch>
- Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (2017). *History of Buddhism*. Bangkok, Thailand: Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Phra Phromkunaphon (P.A. Payutto). (2010). *Buddhism*. Bangkok, Thailand: Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Phra Thammapitok (P.A. Payutto). (2000). *Dictionary of Buddhism, Compiled Edition*. Bangkok, Thailand: Mahachulalongkornrajavidyalaya University Press.
- Phrakhrutheerasatpaisal & Phrabaidika Saengtham Supano. (2025). GUIDELINES FOR THE PROPAGATION OF BUDDHISM IN THE DIGITAL AGE. *MCU Ubonratchathani Journal of Buddhist Studies*, 7(1), 2223-2236.
- Phrakhruwinaithon Panya Payawro (Srisamut) & Sapphet, B. (2021). THE MANAGEMENT ON BUDDHISM DISSEMINATION IN DIGITAL ERA. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(4), 423-433.
- Boonti, M. (2012). *Marketing Strategy Analysis for Vintage Fashion Business Through On-line Social Media*. [Unpublished Master's thesis]. Chiang Mai University. Chiang Mai, Thailand.
- Watana, S. & Liu, Y. (2021). Thai Buddhism and Online Social Media. *Journal of MCU Social Development*, 6(2), 10-22.