

กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกและการสร้างสรรค์พุทธธรรมผ่านสื่อออนไลน์ในสังคมไทย

PROACTIVE COMMUNICATION STRATEGIES AND THE DISSEMINATION OF BUDDHIST TEACHINGS THROUGH ONLINE MEDIA IN THAI SOCIETY

พระครูสมุห์พงษ์นรินทร์ ฐิตวโร (จงประจันต์)¹

วัดบ้านกร่าง สุพรรณบุรี

PhraKhrusamuh Phongnarin Thitawaro (Chongprachan)¹

Wat Ban Krang, Suphan Buri

Corresponding Author E-mail piyavan2517@gmail.com

(Received : March 5, 2026; Edit : March 18, 2026; accepted : March 19, 2026)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์เพื่อการเผยแผ่หลักธรรมและป้องกันภัยคุกคามทางพระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล 4.0 ท่ามกลางวิกฤตการณ์ที่ปรากฏชัดจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) บิดเบือนภาพลักษณ์สงฆ์ การแพร่กระจายข่าวปลอม และวาทกรรมสร้างความเกลียดชังที่ทำลายศรัทธาอย่างรวดเร็ว บทความจึงมุ่งยกระดับ ความฉลาดทางดิจิทัล (DQ) และ ความรู้เท่าทันสื่อ ผ่านการสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ คือ โมเดลการเผยแผ่พุทธธรรมเชิงรุกในยุคดิจิทัล ซึ่งขับเคลื่อนด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ธรรมวิจยภายใน (โยนิโสมนสิการ) 2) พุทธนวัตกรรมคอนเทนต์ที่เคารพความหลากหลาย 3) ยุทธศาสตร์เครือข่ายกัลยาณมิตรดิจิทัล และ 4) การสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญา โดยผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่สำคัญคือการลดอุบัติการณ์การส่งต่อข้อมูลบิดเบือนทางศาสนาอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมเปลี่ยนบทบาทพุทธศาสนิกชนสู่การเป็นผู้สร้างสรรค์พื้นที่ปลอดภัย เพื่อยกระดับสุขภาวะทางปัญญาและสร้างความมั่นคงทางศีลธรรมให้แก่สังคมไทยอย่างยั่งยืนในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

คำสำคัญ การเผยแผ่เชิงรุก, พุทธนวัตกรรมการสื่อสาร, สื่อสังคมออนไลน์, จริยธรรมสื่อ, ยุคดิจิทัล 4.0

Abstract

This academic article aims to study and propose creative guidelines for utilizing online media to propagate Buddhist teachings and prevent threats against Buddhism in the Digital 4.0 era. Amidst evident crises—ranging from the use of Artificial Intelligence (AI) to distort the image of the monkhood to the rapid spread of fake news and hate speech that undermines public faith—this article seeks to enhance Digital Intelligence Quotient (DQ) and Media Literacy. Through the synthesis of new knowledge, the "Proactive Buddhist Propagation Model in the Digital Age" is presented, driven by a four-step process: 1) Internal Dhamma Research (Yoniso-manasikara), 2) Buddhist Content Innovation respecting diversity, 3) Digital Kalyanamitra (Virtuous Network) Strategy, and 4) Cultivating Intellectual Immunity. The key behavioral outcome of this model is a concrete reduction in the dissemination of distorted religious information, while transforming the role of Buddhists into creators of a "Digital Safe Zone." Ultimately, this model serves to elevate intellectual well-being and strengthen the moral foundations of Thai society sustainably in an era of disruptive technology.

Keyword Proactive Propagation, Buddhist Communication Innovation, Social Media, Media Ethics, Digital 4.0 Era

บทนำ

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล 4.0 อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดด แต่ความฉับไวของข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์ได้กลายเป็นดาบสองคม ที่ย้อนกลับมาสร้างความสั่นคลอนต่อสถาบันพระพุทธศาสนาอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ปรากฏการณ์ที่สะท้อนถึงภัยคุกคามในปัจจุบัน เห็นได้ชัดจากกรณีการแพร่กระจายของข่าวปลอม ที่บิดเบือนหลักธรรมคำสอนเพื่อสร้างความเลื่อมใสผิดวิธี หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สร้างภาพลักษณ์ที่ไม่เหมาะสมของบุคลากรทางศาสนาจนกลายเป็นไวรัลในเชิงลบ รวมถึงกรณีความขัดแย้งบนโลกเสมือนที่มีการด่าทอและบิดเบือนวัตรปฏิบัติของสงฆ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งขยายตัวเป็นวงกว้างในเวลาเพียงไม่กี่นาที สถานการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อภาคการเมือง เศรษฐกิจ และวิชาการเท่านั้น แต่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความศรัทธาและรากฐานทางจิตวิญญาณของไทย

เครื่องมือสำคัญที่เป็นหัวใจของการเปลี่ยนแปลงนี้คือ “สื่อสังคมออนไลน์” (Social Media) ซึ่งหมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้บุคคลทั่วไปสามารถสร้าง แลกเปลี่ยน และแบ่งปันความคิดเห็นรวมถึงเนื้อหาต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546: 1159) โดยมีลักษณะเป็นสื่อดิจิทัลหรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานบนระบบเว็บ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมที่เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถนำเสนอเรื่องราว เหตุการณ์ บทความ รูปภาพ วิดีโอ หรือเสียง เพื่อแบ่งปันไปยังเครือข่ายของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อรรถพร วงศ์แก้วโพธิ์ทอง, 2553: 63-69) นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ยังถือเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ที่อนุญาตให้มีการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้อย่างไร้พรมแดน (แสงเดือน ผ่องพุ่ม, ออนไลน์: 2569) จากการที่การสื่อสารในยุค 4.0 สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกที่ทุกเวลา จึงเกิดอุปสรรคอย่างยิ่งในด้านการเผยแพร่และการเรียนรู้ โดยเฉพาะการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มพูนทักษะอย่างรอบด้าน และเป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานหรือหลักธรรม คำสอนที่มีค่าให้จ่ายต่ำแต่ให้ผลลัพธ์ที่กว้างขวาง (วราพร คำจับ, 2562: 155-156) อย่างไรก็ตาม ภายใต้ประสิทธิภาพที่ไร้ขีดจำกัดนี้ กลับพบเหรียญอีกด้านที่เป็นปัญหาทางสังคมอย่างรุนแรง เนื่องจากการส่งต่อข้อมูลที่รวดเร็วขาดการกลั่นกรอง นำไปสู่การแพร่กระจายของเนื้อหาในทางลบ อาทิ สื่อลามกอนาจาร การพนันออนไลน์ การบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร (Fake News) รวมถึงภัยที่คุกคามพระพุทธศาสนาในรูปแบบของการสร้างข่าวเสียหายต่อวงการคณะสงฆ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สินของประชาชน

ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นชัดเจนจากผลสำรวจเกี่ยวกับสถานการณ์เด็กไทยกับภัยออนไลน์ ที่ระบุว่าเยาวชนสามารถเข้าถึงสื่อที่ไม่เหมาะสมได้ง่าย จนนำไปสู่พฤติกรรมที่ผิดศีลธรรมและการล่วงละเมิดทางเพศก่อนวัยอันควร (ศรีดา ตันทะอทิพานิช, ออนไลน์: 2569) ปรากฏการณ์เหล่านี้ถือเป็นความท้าทายสำคัญที่ทำให้พุทธศาสนิกชนและนักเผยแผ่ธรรมต้องตระหนักถึงความจำเป็นในการวางกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก เพื่อใช้พื้นที่ออนไลน์ในการสร้างสรรค์พุทธธรรมให้เป็นกระแสหลักในการนำทางสังคม แทนที่จะปล่อยให้สื่อออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือในการทำลายรากฐานศีลธรรมของชาติ บทความวิชาการฉบับนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาและนำเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแผ่หลักธรรมและป้องกันภัยคุกคามทางพระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล 4.0 ต่อไป จากสภาพปัญหาและความท้าทายที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัล 4.0 เปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีอิทธิพลอย่างมหาศาลต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาสังคมไทย ในขณะที่เทคโนโลยีเอื้ออำนวยให้การสื่อสารข้อมูลเป็นไปอย่างฉับไวและไร้พรมแดน แต่ในขณะเดียวกันก็ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการแพร่กระจายเนื้อหาที่บิดเบือนและบ่อนทำลายศีลธรรมอันดีงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชน รวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันสงฆ์ที่ถูกนำเสนอผ่านกระแสข่าวเชิงลบอย่างไร้การควบคุม ปรากฏการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า พุทธจักรไทยไม่อาจตั้งรับอยู่ในพื้นที่ทางธรรมแบบดั้งเดิมได้เพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทสู่การเป็นนักสื่อสารเชิงรุกที่มีความเข้าใจในบริบทของโลกสมัยใหม่

ด้วยเหตุนี้ แม้ที่ผ่านมาจะมีการนำสื่อออนไลน์มาใช้ในการเผยแผ่บ้างแล้ว แต่แนวทางการเผยแผ่ธรรมะออนไลน์ในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังคงมีจุดอ่อน ที่สำคัญ คือการเป็นการสื่อสารทางเดียว ที่เน้นการยกหลักธรรมคำศัพท์บาลีที่เข้าใจยากและไกลตัว ทำให้ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของคนรุ่นใหม่ที่คุ้นเคยกับเนื้อหาที่สั้น กระชับ และโต้ตอบได้ทันที กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก ที่บทความฉบับนี้พยายามนำเสนอ จึงไม่ใช่การย้ายพื้นที่การเทศนาจากศาลาสู่หน้าจอเท่านั้น แต่เป็นการปรับเปลี่ยน ภาษาศาสตร์ ให้เป็นภาษาสื่อ ที่ทรงพลัง โดยบูรณาการพุทธวิธีเข้ากับจิตวิทยาการโน้มน้าวใจสมัยใหม่ เพื่อเปลี่ยนพื้นที่ออนไลน์จากสมรภูมิแห่งความขัดแย้งและอบายมุข ให้กลายเป็นลานธรรมดิจิทัลที่เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมเทคโนโลยี ซึ่งเป็นทางออกที่แตกต่างและตอบโจทยวิกฤตการณ์ในยุคปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการโน้มน้าวใจ

ในทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารของมนุษย์ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งผ่านข้อมูลถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการแผ่ขยายอิทธิพลทางความคิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทนำในการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้าง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร คำว่า “การสื่อสาร” (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Communis ซึ่งหมายถึง “ร่วมกัน” (Common) อันสะท้อนให้เห็นว่าหัวใจหลักของการสื่อสารคือการกระทำร่วมกันผ่านการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และความคิดระหว่างบุคคล (ชนวดี บุญลือ, 2546: 30-33) อย่างไรก็ตาม ในทางวิชาการ การสื่อสารมิได้ถูกจำกัดอยู่เพียงแค่การใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่มีเจตนาชัดเจนเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงพฤติกรรมทุกรูปแบบที่ส่งผลให้ผู้อื่นเกิดความเข้าใจในความหมายที่ต้องการสื่อ (ทวีวัฒนา คุ่มทอง, 2556: 56)

การสื่อสารจึงเปรียบเสมือนกลไกสำคัญในการสร้าง รักษา หรือแม้แต่ยุติความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และเป็นเครื่องมือในการสร้างอิทธิพลเพื่อโน้มน้าวใจผู้อื่น (เสาวลักษณ์ อนันตศานต์, 2557: 137) ในมุมมองเชิงจิตวิทยา การสื่อสารคือกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสภาวะทางจิตใจและการแสดงออกของพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Miller, 1981: 22) ตลอดจนเป็นการแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านการใช้สัญลักษณ์และระบบสารอย่างเป็นระบบ (Gerbner, 2554: 7)

รูปแบบและประเภทของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารสามารถจำแนกตามลักษณะการปฏิสัมพันธ์ได้เป็น 2 รูปแบบหลัก คือ 1) การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ซึ่งเป็นการส่งสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับโดยไม่มีการตอบสนองทันที มักพบในสื่อมวลชนกระแสหลัก และ 2) การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ส่งและผู้รับสามารถโต้ตอบกันได้อย่างฉับพลัน (คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2559: 39-40) นอกจากนี้ การสื่อสารยังสามารถแบ่งประเภทตามสัญลักษณ์ที่แสดงออกได้เป็น “วจนภาษา” (Verbal Communication) ซึ่งใช้ภาษาพูดและเขียน และ “อวจนภาษา” (Non-Verbal Communication) ที่ใช้รหัสสัญญาณอื่น ๆ เช่น ท่าทาง สายตา และน้ำเสียง ซึ่งมักมีอิทธิพลในการสื่อสารลึกซึ้งกว่าคำพูดเพียงอย่างเดียว (Mehrabian and Ferris, 1967: 48)

วัตถุประสงค์และความสำคัญของการสื่อสาร

มนุษย์สื่อสารด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ได้แก่ เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) เพื่อการศึกษา (Education) เพื่อความบันเทิง (Entertain) และที่สำคัญที่สุดคือเพื่อการชักจูงใจ (Persuade) ให้ผู้รับสารเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจตามแนวทางที่นำเสนอ (เสนาะ ดีเยาว์, 2538: 20) ความสำคัญของการสื่อสารจึงครอบคลุมทุกมิติของสังคม ตั้งแต่การดำเนินชีวิตประจำวัน การขับเคลื่อนธุรกิจอุตสาหกรรม ไปจนถึงการเมืองการปกครองระหว่างประเทศ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2540: 134-140)

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารไม่ใช่เพียงกระบวนการส่งผ่านข้อมูลดิบจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นพลวัตทางสังคมที่มีความซับซ้อนและมีเป้าหมายที่ชัดเจน โดยเฉพาะในมิติของการโน้มน้าวใจ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์และพฤติกรรมของมนุษย์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในยุคปัจจุบันจึงต้องอาศัยการบูรณาการทั้ง “วจนภาษา” และ “อวจนภาษา” เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงสภาวะทางจิตใจของผู้รับสาร ในบริบทของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล 4.0 การทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารทั้งแบบทางเดียวเพื่อการกระจายศรัทธา และแบบสองทางเพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงลึก ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้นักเผยแผ่ธรรมสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการแจ้งให้ทราบ ให้การศึกษา และชักจูงใจให้มหาชนหันมาสนใจปฏิบัติธรรมได้ดียิ่งขึ้น หากผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมและปรับระดับเนื้อหา ให้สอดคล้องกับจริยของสังคมร่วมสมัย โดยยังคงรักษาริยธรรมการสื่อสารไว้อย่างเคร่งครัด การสื่อสารนั้นย่อมมีอำนาจในการโน้มน้าวใจให้เกิดสันติธรรมขึ้นในใจของผู้คนและสังคมวงกว้าง

พุทธวิธีการสื่อสารกับการบูรณาการเพื่อการเผยแผ่ธรรม

การสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนาไม่ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลสาระเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการสื่อสารที่มุ่งเน้น การเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพ ของบุคคลและสังคม โดยมีความสำคัญอยู่ที่การสื่อสารอย่างมีสติและปัญญา เพื่อนำไปสู่การกระทำที่งดงาม

ความหมายและลักษณะของการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา

การสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์และกฎแห่งกรรม โดยครอบคลุมทั้งการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) และการสื่อสารกับผู้อื่น (Interpersonal Communication) ทั้งในเชิงวัจนและอวัจน (ทัศนีย์ เจนวิถีสุข, 2555: ข)

คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารรูปแบบนี้คือการอยู่บนหลักการของเหตุและผลตามความเป็นจริง ประกอบด้วยสติที่รู้เท่าทันสิ่งทั้งหลายด้วย “สัมมาทิฐิ” และ “สัมมาสมาธิ” เป็นการสื่อสารที่มุ่งประโยชน์เป็นที่ตั้ง (Utilitarian Purpose) และสร้างสรรค์พฤติกรรมในทางบวกเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสันติ

กระบวนการและวิธีการสื่อสารเชิงบูรณาการ

วิธีการสื่อสารเชิงพุทธสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ระดับที่เชื่อมโยงกัน ดังนี้:

1) การสื่อสารภายในตนเอง เป็นการสร้างระบบการคิดที่ไม่ปรุงแต่งไปตามกิเลส แต่ใช้ “โยนิโสมนสิการ” หรือการคิดอย่างถูกวิธี เช่น การตั้งคำถามกับตนเอง การพิจารณาใคร่ครวญ และการระลึกถึงกุศลธรรม เพื่อสร้างสภาวะจิตใจที่เบิกบานและตระหนักรู้ก่อนที่จะส่งสารออกไปสู่ภายนอก

2) การสื่อสารกับบุคคลอื่น มุ่งเน้นการใช้ “พุทธวิธีในการสอน” เช่น การบรรยาย อภิปราย อุปมาอุปไมย หรือการใช้คำถามเพื่อกระตุ้นปัญญา โดยมีหลักการสำคัญคือการละเว้นพฤติกรรมทางวาจาที่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น (อวาจาที่ไม่ควรปล่อย) และเน้นการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยเหตุผลและความรับผิดชอบ (ส.ส. (ไทย) 15/213/60-61)

ปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการสื่อสารเชิงพุทธ

ความสำเร็จของการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนาขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ “อายตนะภายนอก” (รูป เสียง กลิ่น รส สัมผัส) ที่เข้ามากระทบ และที่สำคัญที่สุดคือ “ปรโตโฆสะ” หรือเสียงจากผู้อื่นที่เป็นกัลยาณมิตร ซึ่งเป็นตัวนำสู่ความเห็นที่ถูกต้อง (สัมมาทิฐิ) การเลือกรับสารจากแหล่งสารที่ดีจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาปัญญา (อง.ทก. (ไทย) 20/126/115)

ปัจจัยภายใน ได้แก่ “อายตนะภายใน” (ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ) และการทำหน้าที่ของจิตในกระบวนการรับรู้ (ผัสสะ) โดยมี “โยนิโสมนสิการ” เป็นกลไกสำคัญในการบริหารจัดการข้อมูลที่ได้รับมาให้กลายเป็นกุศลธรรม (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2553: 669-670)

สรุปการสื่อสารไม่ใช่เพียงกระบวนการส่งผ่านข้อมูลดิบจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นพลวัตทางสังคมที่มีความซับซ้อนและมีเป้าหมายที่ชัดเจน โดยเฉพาะในมิติของการโน้มน้าวใจ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนและพฤติกรรมของมนุษย์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในยุคปัจจุบันจึงต้องอาศัยการบูรณาการทั้ง “วัจนภาษา” และ “อวัจนภาษา” เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเข้าถึงสภาวะทางจิตใจของผู้รับสาร ในบริบทของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคดิจิทัล 4.0 การทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารทั้งแบบทางเดียวเพื่อการกระจายศรัทธา และแบบสองทางเพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงลึกถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้นักเผยแผ่ธรรมสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการแจ้งให้ทราบ ให้การศึกษา และชักจูงใจให้มหาชนหันมาสนใจปฏิบัติธรรมได้ดียิ่งขึ้น หากผู้สื่อสารสามารถเลือกใช้ช่องทาง ที่เหมาะสมและปรับระดับเนื้อหา ให้สอดคล้องกับจริยของสังคมร่วมสมัย โดยยังคงรักษาจริยธรรมการสื่อสารไว้อย่างเคร่งครัด การสื่อสารนั้นย่อมมีอานุภาพในการโน้มน้าวใจให้เกิดสันติธรรมขึ้นในใจของผู้คนและสังคมวงกว้าง

สื่อสังคมออนไลน์กับจริยธรรมการสื่อสารในยุค 4.0

ในสถานการณ์ปัจจุบัน สังคมไทยได้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างอย่างรวดเร็วเนื่องจากการรุดหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ ซึ่งทำให้มนุษย์ไม่จำเป็นต้องสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่สามารถสร้างการรับรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือหลัก

แนวคิดและลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ หรือ “Social Media” หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันบนเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (วัฒน ภูวทิศ, 2554: 168) โดยมีลักษณะสำคัญคือการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน และสร้างเนื้อหา (User-Generated Content) ได้ตามความสนใจ (ชูลีกร เกษทอง, 2553: 17)

ในด้านของนวัตกรรมการสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์ถูกจัดอยู่ในกลุ่มเทคโนโลยี “เว็บ 2.0” (Web 2.0) ที่มีศักยภาพเป็นสื่อลักษณะผสม (Multimedia) คือสามารถส่งผ่านทั้งภาพ เสียง และข้อความได้พร้อมกัน (Burnett and Marshall, 2003: 40-41) เว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่เน้นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์, ทวิตเตอร์ (Twitter/X) ที่เน้นการสื่อสารข้อความสั้นและรวดเร็ว (Microblogging), ยูทูบ (YouTube) ที่เป็นคลังวิดีโอออนไลน์ขนาดใหญ่ และไลน์ (Line) ที่เป็นแอปพลิเคชันสนทนาเชิงปฏิสัมพันธ์ผ่านสัญลักษณ์และข้อความ (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554: 19)

อุปกรณ์และโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร

การขับเคลื่อนสื่อออนไลน์จำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์เครื่องมือและระบบเครือข่ายที่ทันสมัย เช่น สมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) และเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือประมวลผลและเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายที่ประกอบด้วยเครื่องแม่ข่าย (Server) เครื่องลูกข่าย (Client) และอุปกรณ์จัดเส้นทาง (Router) เพื่อให้การรับส่งข้อมูลผ่านโปรโตคอลต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ (วิริยฤทธิ์ วิเชียรโชติ และคณะ, ม.ป.พ.)

ประโยชน์และคุณค่าเชิงยุทธศาสตร์ของสื่อออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์มีคุณประโยชน์มหาศาลหากใช้อย่างถูกวิธี กล่าวคือ เป็นช่องทางที่ประหยัดและรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนความรู้ เปิดโอกาสให้พลเมืองมีส่วนร่วมในประเด็นสาธารณะ และเป็นแหล่งคลังความรู้ขนาดย่อมที่สร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต (ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และคณะ, 2562: 25) นอกจากนี้ยังช่วยสร้างอาชีพและรายได้รูปแบบใหม่ (โชติมา วัฒนะ, 2561: 131-132) ตลอดจนเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่พุทธธรรมให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายโดยไม่มีอุปสรรคทางภูมิศาสตร์

แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในการสื่อสาร

“จริยธรรม” (Ethics) ในมิติทางวิชาการหมายถึง หลักแห่งความประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องดีงามตามหลักคุณธรรม ซึ่งสังคมยอมรับว่าเป็นปทัสสถานในการวัดความถูกต้อง (สมคิด บางโม, 2551: 134) ในทางพระพุทธศาสนา จริยธรรมคือสิ่งที่พึงปฏิบัติเพื่อความรุ่งเรืองและสงบสุขของสังคม โดยเน้นการทำหน้าที่อย่างถูกต้องด้วยปัญญาและเหตุผล (วศิน อินทสระ, 2549: 22-23)

เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในโลกออนไลน์ จริยธรรมสื่อมวลชนจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญที่จะป้องกันไม่ให้สื่อออนไลน์กลายเป็น “ดาบสองคม” (ณัฐกาญจน์ ศุภรัตน์เมธี และคณะ, 2562: 25) การสื่อสารออนไลน์ที่ขาดจริยธรรมย่อมนำมาซึ่งการบิดเบือนข้อมูล การคุกคามสิทธิส่วนบุคคล และความขัดแย้งในสังคม ดังนั้น ผู้ใช้สื่อในยุค 4.0 จึงต้องมี “จิตสำนึกทางจริยธรรม” เป็นเครื่องกำกับในการผลิตและส่งต่อเนื้อหาเพื่อให้เกิดสันติสุข

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ในยุคดิจิทัล 4.0 เป็นเครื่องมือที่มีพลานุภาพมหาศาลในการเชื่อมโยงมนุษย์เข้าหากันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างไร้พรมแดน ด้วยคุณลักษณะของเทคโนโลยี “เว็บ 2.0” ที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางและมัลติมีเดีย ทำให้ข้อมูลข่าวสารรวมถึงพุทธธรรมสามารถกระจายตัวได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์เปรียบเสมือนดาบสองคมที่สามารถสร้างคุณประโยชน์และก่อให้เกิดโทษมหันต์ได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้น “จริยธรรมการสื่อสาร” จึงเป็นกลไกสำคัญที่จะเข้ามาทำหน้าที่เป็นเข็มทิศกำกับพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อ ไม่ว่าจะเป็นพระนักเผยแผ่หรือคฤหัสถ์ผู้รับสาร การมีความรับผิดชอบต่อนเนื้อหา การเคารพสิทธิส่วนบุคคล และการมีสติในการเลือกรับหรือส่งต่อข้อมูลจึงเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่ง หากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ดำเนินไปบนรากฐานของจริยธรรมที่ถูกต้องดีงาม พื้นที่ดิจิทัลนี้ย่อมจะกลายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้และนำพาสันติสุขทางปัญญามาสู่มหาชนในยุคดิจิทัล

วิกฤตการณ์และข้อจำกัดของการสื่อสารออนไลน์ในปัจจุบัน

แม้สื่อสังคมออนไลน์จะสร้างพลวัตใหม่ทางสังคมในรูปแบบประชาธิปไตยอิเล็กทรอนิกส์ ที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของพลเมือง แต่ในขณะเดียวกันก็ได้นำมาซึ่งสภาวะวิกฤตอันเกิดจากการใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมจนส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยของสังคม (Norris and Reddick, 2013: 201-216) สภาพปัญหาดังกล่าวเกิดจากหลายปัจจัยที่สัมพันธ์กัน ดังนี้

1. พฤติกรรมและความเสี่ยงในยุคข้อมูลสารสนเทศท่วมท้น

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยีจาก Web 2.0 สู่ยุคที่มีความฉลาดทางปัญญาประดิษฐ์มากขึ้น พฤติกรรมที่เน้นความรวดเร็วส่งผลให้ผู้ใช้ขาดการยั้งคิดไตร่ตรอง (ครองรัตน์ ดุลลาพันธ์, 2561) นำไปสู่ปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื่องด้วยคนไทยมีสถิติการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงถึงร้อยละ 78 และอ่านข่าวออนไลน์เป็นอันดับสองของโลก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564: 2-5) แต่กลับขาดกระบวนการตรวจสอบแหล่งที่มา ข้อมูลที่ถูกส่งต่อส่วนใหญ่มักเป็นไปตามทัศนคติที่ตนเชื่ออยู่แล้ว ทำให้ ข่าวลวง หรือการบิดเบือนข้อเท็จจริงแพร่กระจายได้ง่าย (อภิญา ตั้งประสิทธิ์ศิลป์, 2562)

2. วิกฤตการณ์ด้านจริยธรรมและภัยคุกคามทางไซเบอร์

ปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและศีลธรรมในปัจจุบันสามารถจำแนกได้เป็นประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การขาดจริยธรรมการสื่อสาร ปรากฏชัดในรูปของการแสดงความคิดเห็นเชิงลบที่เกิดจากความยึดมั่นในความรักและความเกลียดชัง โดยเฉพาะในประเด็นการเมืองและสถาบันหลักของชาติ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2560: 95)

ประเด็นที่ 2 ภัยคุกคามและการก่ออาชญากรรม การคุกคามบนอินเทอร์เน็ต พัฒนาจากระดับบุคคลไปสู่ “การก่อการร้ายทางไซเบอร์” ที่หวังผลทำลายโครงสร้างพื้นฐานหรือสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์องค์กรและบุคคล (ฤทธิ อินทรารู, ออนไลน์ :

2569)

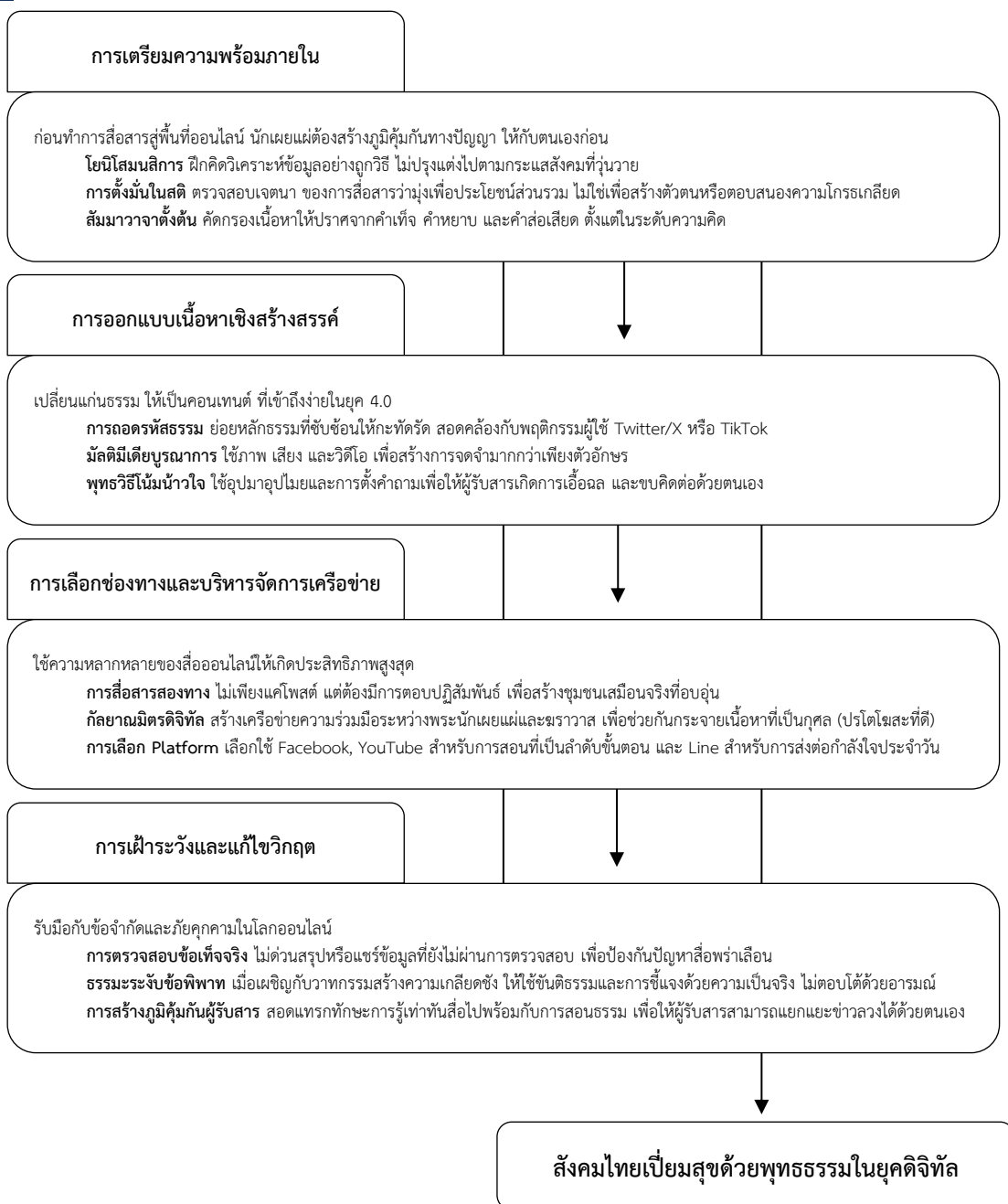
ประเด็นที่ 3 ความอ่อนแอของระบบกลั่นกรองทางสังคม ครอบครัวและสถาบันการศึกษาขาดต้นแบบและการปลูกฝังจิตสำนึกที่มีประสิทธิภาพ ขณะที่ศาสนายังไม่ได้ทำหน้าที่เยียวยาและสร้างภูมิคุ้มกันทางจริยธรรมในโลกออนไลน์อย่างจริงจัง (เพ็ญแข ประจณปัจจนีก, 2551: 2)

3. ข้อจำกัดของนักเผยแผ่และนักวิชาชีพสื่อ

ภายใต้แรงกดดันด้านความเร็วในการนำเสนอข้อมูล องค์กรข่าวและนักเผยแผ่ธรรมมักประสบปัญหาการปล่อยข้อมูลโดยปราศจากการตรวจสอบอย่างรอบคอบ จนเกิดลักษณะที่เรียกว่า การพรวดเื่อนระหว่างเนื้อหาข้อเท็จจริงกับการโฆษณาชวนเชื่อหรือการแสดงจุดยืนส่วนตัว ผู้รับสารจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะการประเมินข่าวสาร และนักสื่อสารต้องยกระดับความรับผิดชอบเชิงจริยธรรมให้สูงขึ้นเพื่อให้เท่าทันต่อผลกระทบในพื้นที่เสมือนจริงนี้

องค์ความรู้ใหม่

แผนภาพองค์ความรู้นี้เป็นการสังเคราะห์กระบวนการทัศน์ใหม่ ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยการบูรณาการหลักพุทธวิธีและจริยธรรมเข้ากับกลไกนิติศาสตร์สมัยใหม่ มุ่งเน้นการเปลี่ยนพื้นที่ออนไลน์จากสมรภูมิข้อมูลที่วุ่นวาย ให้กลายเป็นลานธรรมดิจิทัลที่สร้างสรรค์ปัญญา แผนภาพนี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมกันตั้งแต่กระบวนการกลั่นกรองภายในจิตใจของผู้ส่งสาร ไปจนถึงกระบวนการผลิตสื่อ และการรับมือกับวิกฤตการณ์ข่าวสารในสังคมยุค 4.0 อย่างเท่าทัน โดยผู้จัดทำได้จัดทำเป็นองค์ความรู้ใหม่ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลการเผยแผ่พุทธธรรมเชิงรุกในยุคดิจิทัล

กระบวนการในแผนภาพถูกจัดลำดับเป็น 4 ขั้นตอนต่อเนื่องเชิงพลวัต ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ธรรมวิจัยภายใน คือ การเตรียมความพร้อมภายใน เปรียบเสมือนฐานของโมเดล คือการนำหลัก โยนิโสมนสิการ มาใช้ในการคัดกรองข้อมูลก่อนการสื่อสาร ผู้ส่งสารต้องมีสติและสมาธิภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันการเผยแผ่ที่เจือปนด้วยอารมณ์หรือความบิดเบือน เป็นการเตรียมความพร้อมเชิงจริยธรรมก่อนเข้าสู่โลกเสมือน

ขั้นตอนที่ 2 พุทธนวัตกรรมคอนเทนต์ คือ การออกแบบเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ คือการปรับเปลี่ยนเนื้อหาธรรม ให้มีสถานะเป็น นวัตกรรม โดยใช้เทคนิคการสื่อสารแบบมัลติมีเดีย ย่อยแก่นธรรมให้กะทัดรัด และน่าสนใจ แต่ยังคงความถูกต้องตามพระธรรมวินัย เพื่อโน้มน้าวใจคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

ขั้นตอนที่ 3 ยุทธศาสตร์เครือข่ายกัลยาณมิตร คือ การเลือกช่องทางและบริหารจัดการเครือข่าย เป็นการบริหารจัดการช่องทาง อย่างชาญฉลาด โดยเน้นการสื่อสารสองทาง เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงลึกกับผู้รับสาร และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างคณะสงฆ์และฆราวาสในการส่งต่อ โปรดโฆษณา ที่เป็นกุศลให้กลายเป็นกระแสหลักในโลกออนไลน์

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญา คือ การเฝ้าระวังและแก้ไขวิกฤต ปลายทางของกระบวนการที่มุ่งเน้นการแก้ไข

ปัญหา ข่วปลอม และ วากรรมสร้างความเกลียดชัง โดยใช้วิธีการเผยแพร่ธรรมเป็นเครื่องมือในการสอนให้ประชาชนรู้จักการตรวจสอบข้อเท็จจริง และมีวิจารณ์ญาณในการรับสื่ออย่างเท่าทัน

สรุป

บทความวิชาการเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุกและการสร้างสรรค์พุทธธรรมผ่านสื่อออนไลน์ในสังคมไทย” มุ่งวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารยุคดิจิทัล 4.0 ที่เปรียบเสมือนดาบสองคม ด้านหนึ่งเอื้อต่อการเผยแพร่ข้อมูลอย่างรวดเร็วไร้พรมแดน แต่อีกด้านหนึ่งกลับนำมาซึ่งวิกฤตการณ์ข่วปลอม วากรรมสร้างความเกลียดชัง และภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่เกิดจากการขาดจริยธรรมสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อความมั่นคงของสถาบันศาสนาและศีลธรรมของสังคม เพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าว บทความได้บูรณาการทฤษฎีการสื่อสารและการโน้มน้าวใจทางนิเทศศาสตร์ เข้ากับพุทธวิธีการสื่อสาร นำไปสู่การสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่เป็น “โมเดลการเผยแพร่พุทธธรรมเชิงรุกในยุคดิจิทัล” ซึ่งขับเคลื่อนผ่าน 4 ขั้นตอนเชิงพลวัต ได้แก่

- 1) **ธรรมวิจัยภายใน** การประยุกต์ใช้ “โยนิโสมนสิการ” เพื่อคัดกรองข้อมูลและเตรียมความพร้อมทางจิตใจก่อนสื่อสาร
- 2) **พุทธนวัตกรรมคอนเทนต์** การแปลงแก่นธรรมให้เป็นสื่อมัลติมีเดียที่กะทัดรัดร่วมสมัย เพื่อโน้มน้าวใจคนรุ่นใหม่
- 3) **ยุทธศาสตร์เครือข่ายกัลยาณมิตร** การบริหารจัดการช่องทางออนไลน์ผ่านการสื่อสารแบบสองทาง เพื่อสร้างคอมมูนิตีและส่งต่อ “ปรโตโมสะ” ที่เป็นกุศล
- 4) **การสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญา** การเฝ้าระวังและติดตามวาทะทางปัญญาให้ผู้รับสารรู้เท่าทันสื่อและสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้

ท้ายที่สุด บทความนี้ขอเสนอ “โมเดลการเผยแพร่พุทธธรรมเชิงรุกในยุคดิจิทัล” เพื่อเป็นโครงสร้างทางความคิดในการบูรณาการพุทธวิธีเข้ากับนิเทศศาสตร์สมัยใหม่ โดยมีข้อเสนอแนะให้องค์กรปกครองคณะสงฆ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม หรือกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม นำกลยุทธ์ทั้ง 4 ขั้นตอนนี้ไปบรรจุในแผนแม่บทการเผยแพร่ศาสนาแห่งชาติ เพื่อยกระดับจากการเผยแพร่เชิงรับสู่การเป็นนักสื่อสารเชิงรุกที่สร้างสรรค์พุทธนวัตกรรมคอนเทนต์ บนพื้นฐานของจริยธรรมสื่อ การเคารพสิทธิส่วนบุคคล และความหลากหลายในสังคมพหุวัฒนธรรม เพื่อสร้างเครือข่ายกัลยาณมิตรดิจิทัล ผ่านกลุ่ม Content Creator สายธรรมะที่จะร่วมกันสร้างกระแสเชิงบวก และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญา ซึ่งเหนือกว่าเพียงการใช้เครื่องมือตรวจสอบข้อมูล ทางเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการปลูกฝังโยนิโสมนสิการให้ผู้รับสารมีสติรู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมออนไลน์ด้วยปัญญาของตนเอง อันจะเปลี่ยนพื้นที่ออนไลน์จากสมรภูมิแห่งความขัดแย้งให้กลายเป็นลานธรรมดิจิทัลที่สร้างความมั่นคงให้แก่พระพุทธศาสนาและสภาวะทางปัญญาของสังคมไทย

เอกสารอ้างอิง

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.
- วรารพร คำจับ. (2562). “สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21”. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (มกราคม-มิถุนายน): 155-156.
- ศรีดา ตันทะอติพานิช. (2569). **ภัยออนไลน์ในเด็ก ปัญหาสังคมยุคดิจิทัล**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thaipost.net/main/detail/45143> [2 กุมภาพันธ์ 2569].
- แสงเดือน ผ่องพูน. (2569). **สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้**. สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://library.senate.go.th/document/Ext6685/6685991_0004.pdf [2 กุมภาพันธ์ 2569].
- อรรธรณ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2553). “Social Media เครื่องมือเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ”. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปีที่ 30 ฉบับที่ 4 (กันยายน-ธันวาคม): 63-69.
- คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2559). **ภาษากับการสื่อสาร (Language and Communication) ฉบับปรับปรุง**. พิมพ์ครั้งที่ 2. พระนครศรีอยุธยา: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ทวีวัฒนา คุ่มทอง. (2556). **การศึกษาวิเคราะห์วิธีการเผยแพร่และสื่อสารธรรมของแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด**. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ธนวิ บุญลือ. (2546). “ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐานทางการสื่อสาร”. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 9). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540). “องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร”. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 1-8). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสนาะ ดีเยาว์. (2538). **การสื่อสารในองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสาวลักษณ์ อนันตศานต์. (2557). **มนุษย์กับการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Mehrabian and Ferris. (1967). **Inference of Attitudes from Nonverbal Communication in Two Channels**. 6th Edition. Journal of Consulting Psychology.
- Miller, George A. (1981). **Educational Administration: Concept and Practices**. 3rd ed. Belmont: Wadsworth.
- โชติมา วัฒนะ. (2561). “เครือข่ายสังคมออนไลน์: ประโยชน์และโทษ”. วารสารรังสิตสารสนเทศ. ปีที่ 24 ฉบับที่ 1: 131-132.
- ณัฐกาญจน์ ศุกลรัตน์เมธี และคณะ. (2562). **การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย**. รายงานวิจัย. สถาบันพระปกเกล้า.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). “สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต”. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 31 ฉบับที่ 4: 19.
- วศิน อินทสระ. (2549). **พุทธจริยศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมดา.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2554). “การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบเชิงจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสารของผู้สื่อข่าว”. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 31 ฉบับที่ 1: 168.
- สมคิด บางโม. (2551). **กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร: เอส เค บุ๊คส์.
- Burnett, R., and Marshall D.P. (2003). **Web Theory**. London: Routledge.
- ครองรัตน์ ดุลลาพันธ์. (2561). **พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และปัจจัยทางจิตที่พยากรณ์ภาวะโรคซึมเศร้า**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เพ็ญแข ประจันปัจฉานิก. (2551). **การยกระดับคุณธรรม จริยธรรมของสังคมไทยเพื่อการปฏิรูปสังคม: แนวทางและการปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ฤทธิ อินทรารุช. (2569). **โลกโซเชียลกับความมั่นคงชาติ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://rittee1834.blogspot.com> [24 กุมภาพันธ์ 2569].
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). **สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2564**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2560). **พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิตอลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ**. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อภิญา ตังประสิทธิ์ศิลป์. (2562). **ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารบนเพชบุรีที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคมในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



Norriss, D. F. & Reddick. (2013). **E-democracy at the American grassroots: Not now ...not likely?**. 18th ed. Information Polity.