

เทคโนโลยีสารสนเทศ กับยุทธศาสตร์เพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคออนไลน์

Information Technology: Strategy for Buddhism Propagation in the online era

รศ.ดร.พิเชฐ ทังโต Phichet Thangtoo

รศ.ดร.ภัทรพล ใจเย็น Phatrachol Jaiyen

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Email : research.mcu@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เป็นยุทธศาสตร์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคออนไลน์ ใช้การศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย การสังเกต แบบมีส่วนร่วมต่อปรากฏการณ์ทางสื่อออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า ในปัจจุบันมีวัดและคณะสงฆ์ใช้การสื่อสารออนไลน์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ นานาชนิดในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา แต่ยังมีจำกัด เพียงเฉพาะวัดใหญ่ ๆ หากในอนาคตมีการใช้เทคโนโลยี ในการผลิต สร้างองค์ความรู้ เผยแผ่พระพุทธศาสนา ทั้งใน Facebook, Youtube Line Chat และช่องทางอื่น ๆ ในแบบออนไลน์ทั้งหมด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารและเผยแผ่พระพุทธศาสนาในองค์รวมได้

คำสำคัญ : เทคโนโลยีสารสนเทศ, ยุทธศาสตร์เพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา, ยุคออนไลน์

Abstract

This article aims at studying the technology usage for the strategy of Buddhism propagation in the online age through using the studying from documents, research works, observation as participation to online media.

The findings of the study found that at present has the temples and Sangha organization, use the online media or information technology to propagate Buddhism that it has limited usage why only big temples. In the nearest future, if it has the technology used for production, to create the knowledge ,to propagate Buddhism through Facebook, Youtube, Line Chat and others online channels that will be useful to communication and Buddhism propagation in overall.

Keywords : Information Technology, Strategy for Buddhism propagation, online age

1. บทนำ

งานเผยแผ่พระพุทธศาสนาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการยืนยันคำสอนให้ปรากฏต่อสาธารณะ และเป็นการรักษาพระพุทธศาสนาผ่านการเข้าถึงพระพุทธศาสนา ดังกรณีที่พระพุทธเจ้ากระทำงานเผยแผ่ในครั้งพุทธกาลพร้อมพุทธพจน์ที่ส่งเสริมการเผยแผ่ ที่ว่า “ภิกษุทั้งหลายจงจาริกไปเพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนหมู่ มาก” แนวคิดนี้คือการมอบนโยบายการเผยแผ่พระพุทธศาสนา รวมทั้งมีการส่งสงฆ์สาวกไปเผยแผ่

พระพุทธศาสนาในครั้งแรก 60 รูป (วิ.มหา [ไทย] 4/32/40 : เรื่องส่งพระอรหันต์ 60 รูป ไปประกาศศาสนา) จากนั้นงานเผยแผ่จึงเป็นหัวใจสำคัญของพระพุทธศาสนา ดังปรากฏหลักฐานการเผยแผ่พระพุทธศาสนาว่า 45 พรรษาของพระพุทธเจ้า รวมทั้งในสมัยหลังพระเจ้าอโศกที่ส่งพระไปเผยแผ่พระพุทธศาสนาในนามธรรมทูต 9 สาย พระสงฆ์ศรีลังกากับการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเถรวาทในดินแดนใกล้เคียง ดังปรากฏหลักฐานเชื่อมโยงกับประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้งานเผยแผ่ยังเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการบริหารงานคณะสงฆ์ 1 ใน 6 ด้าน แต่งานคณะสงฆ์ส่วนใหญ่ ที่ปรากฏเป็นการเผยแผ่ภายใต้แนวทางเดิม แม้จะมีการปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนา และมุ่งไปที่การเผยแผ่พระพุทธศาสนาควรไปในทิศทางใด การปฏิรูปการเผยแผ่ควรเป็นอย่างไร หรือในแผนยุทธศาสตร์การปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนา พ.ศ.2560-2564 (พระเทพพรเมธี,2562) กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาระบบสารสนเทศ กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาหลักสูตรเชิงพุทธและนวัตกรรมที่ทันสมัย กลยุทธ์ที่ 7 เพิ่มขีดความสามารถศาสนบุคคล กลยุทธ์ที่ 8 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านพระพุทธศาสนา ดังนั้นยุทธศาสตร์เชิงระบบในพระพุทธศาสนาพัฒนาคนในองค์กร และการเผยแผ่พระพุทธศาสนาจึงเป็นกลไกสำคัญในการบริหารกิจการพุทธศาสนา ดังนั้นกลยุทธ์ หรือวิธีการในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาจึงมีความสำคัญ การเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยเทคโนโลยี การสร้างบุคลากรให้มีความรู้ มีทักษะ มีความเข้าใจ และสามารถใช้อุปกรณ์สมัยใหม่สื่อสารได้ เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารสมัยใหม่ จึงจะนับว่าเป็นประโยชน์สำหรับการเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้ ดังนั้นปรากฏในงานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเชิงรุกของพระสงฆ์ไทย” (กรกต ชาบัณฑิต,2556) ที่สะท้อนผลการศึกษาไว้ว่า

“การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอดีต มีเป้าหมายที่ชัดเจนคือ เพื่อประโยชน์สุขแก่เวไนยสัตว์ทั้งหลาย และเพื่อให้เวไนยสัตว์ทั้งหลายได้บรรลุธรรม ผลและนิพพาน สำหรับรูปแบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอดีตนั้น มีทั้งเชิงรับและเชิงรุก ส่วนวิธีการเผยแผ่ของพระพุทธองค์ทรงมีพุทธวิธีการเผยแผ่หลายแบบ ซึ่งพระองค์ทรงประยุกต์วิธีการเผยแผ่ให้เข้ากับบุคคล สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งรูปแบบและวิธีการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในอดีตล้วนมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จทั้งสิ้น การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบัน มีเป้าหมายการเผยแผ่เพื่อมุ่งเน้นให้พุทธศาสนิกชนมีความรู้ความเข้าใจในหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาอย่างถูกต้อง และสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น สำหรับรูปแบบการเผยแผ่นั้นในปัจจุบันเป็นแบบเชิงรุกมากกว่าเชิงรับ ส่วนวิธีการเผยแผ่นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถและเชี่ยวชาญของผู้เผยแผ่ ซึ่งมีวิธีการเทศนาธรรม ปาฐกถาธรรม อภิปรายธรรม สนทนาธรรม การสอนกรรมฐาน และการสอนแบบประยุกต์”

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่สำรวจพบ อาทิ ต้นแบบการบริหารจัดการเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาประจำจังหวัดในประเทศไทย (พระณปวร โทวาท, สัณญา สัณญาวิวัฒน์, 2561 : 162-175) การบริหารจัดการด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของคณะสงฆ์ภาค 12 (พระครูสุจิตบุญญากร (เนตร สรวมศิริ), ประณต นันทิยะกุล, 2560 : 88-99) การเผยแผ่เชิงรุกของวัดในบริบทสังคมไทยปัจจุบัน (พระสมนึก จรโณ, 2556 : 25-34) บทบาทพระสงฆ์กับการเผยแผ่ยุคปัจจุบัน (พระครูปลัดบุญยัง พุทธโณ พระมหาสมบัติ ธนปญโญ, 2558: 132-138) แนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยวิธีการทางการตลาด (ชินัญญ์ ทรงอมรศิริ, 2557 : 12-33) การศึกษาบทบาทวัดพระธรรมกายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเผยแผ่พระพุทธศาสนาทั่วโลก (นาตยา แก้วใส ผะอบ พวงน้อย, 2543 : 49-65) เป็นต้น โดยงาน

ทั้งหมดล้วนสะท้อนถึงการเผยแพร่ เมื่อสำรวจเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารจะพบว่า มีช่องทางการสื่อสารในยุคสมัยใหม่หลายช่องทางที่ปรากฏเป็นภาระงานของคณะ

2.วิธีการเผยแพร่ของพระพุทธศาสนาในครั้งพุทธกาล

วิธีการเผยแพร่ของพระพุทธเจ้าในครั้งพุทธกาล มีปณิธาน หรือแนวทางที่ชัดเจน โดยจะจำแนกเป็นสองส่วนคือ (1) พุทธวิธีการเผยแพร่ของพระพุทธเจ้า ที่แบ่งเป็น 2 ส่วนคือส่วนที่พระพุทธเจ้าสอนเผยแพร่ เช่น หลักธรรม คำสอน และข้อความที่สอนว่าพระพุทธเจ้าสอนอย่างไร เช่น สอนธรรมจักรกับปวัตตสูตร แก่ปัญจวัคคีย์ (ส.ม. (ไทย) 19/1081/592-ธัมมจักกัปปวัตตสูตร) จากนั้นสอนอนัตตลักขณสูตร แก่พระปัญจวัคคีย์ (ส.ช. (ไทย) 17/59/94) ที่บวชเป็นพระภิกษุแล้ว สอนอนุปพิทกกา แก่พระยสสะ ที่กำลังประสบปัญหาชีวิต “ที่นี้วุ่นวายหนอ...ที่นี้ขัดข้องหนอ” หาทางออกไม่เจอ (วิ.มหา. (ไทย) 4/26/32) การให้คำปรึกษา การแนะนำ หรือการเทศน์จึงเกิดขึ้นด้วยเงื่อนไขดังกล่าว ดังนั้นวิธีการของพระพุทธเจ้าในฐานะเป็นศาสดา เน้นการสอน การเผยแพร่ที่เป็นแบบเฉพาะหน้า เป้าหมายและวิธีการจึงเป็นไปตามสถานการณ์ คือเริ่มตั้งแต่สอนกับคนคนเดียว สอนเป็นหมู่คณะ หรือสอนกับผู้เป็นผู้นำสูงสุดเป้าหมายเพื่อการเชื่อมโยงกระแสส่วนของศาสนิก ดังกรณีการเข้าไปในสำนักของชฎิล 3 พี่น้อง ที่มีสาวกรวมกัน 1 พันคนโดยประมาณ (วิ.มหา. (ไทย) 4/37/47-เรื่องชฎิล 3 พี่น้อง) เมื่อได้สาวกเหล่านี้แล้ว ก็ไปเผยแผ่กับพระเจ้าแผ่นดินผู้ครองแคว้น เป้าหมายเพื่อต้องการมวลชนที่เนื่องด้วยพระราชาและบุคคลที่นับถือชฎิล เป็นต้น (วิ.มหา.(ไทย) 4/57/68-เรื่องความปรารถนา 5 ประการ ของพระเจ้าพิมพิสารจอมทัมมครรัฐ) ทั้งหมดเป็นวิธีการเข้าถึงมวลชน ซึ่งจัดอยู่ในส่วนของ Massage หรือตัวสาร พุทธวิธี แนวทาง หรือช่องทางในการสื่อสาร ในส่วนของ (2) วิธีการเผยแพร่ของสงฆ์สาวก (3) หลักธรรมกับผู้เผยแพร่ ในความหมายนี้ จึงสะท้อนบุคลิกภาพของพระพุทธเจ้า ที่ต้องประกอบไปด้วยไปด้วยความเป็นผู้รู้ ดังศัพท์ว่า “สัพพัญญู” แปลว่า ผู้สอน ผู้เผยแพร่ต้องมีความรู้ รวมทั้งผู้เผยแพร่ต้องเป็นผู้ที่อาจารย์ดี ประพฤติดี ดังที่ใช้คำว่า “สุปฏิปันโน” ดังนั้นการเป็นนักเผยแผ่เฉพาะบุคคลที่เป็นผู้เผยแพร่ จะต้องเป็นบุคคลที่มีลักษณะของนักเผยแผ่อย่างแท้จริง คือรู้ดี อาจารย์ดี วิธีการของการเป็นนักเผยแผ่คือต้องรู้ดี ปฏิบัติดี เจตเจตดี และวางเป้าหมายเพื่อการเผยแพร่ไปดี ดังนั้นคุณสมบัติที่สอบทานจากข้อมูลในการศึกษาในชั้นหลังให้คุณสมบัติของการเป็นนักเผยแผ่ของพระพุทธเจ้าไว้ พระพุทธศาสนาสืบทอดมาหลายพันปี ชี้ชัดได้ว่าการสืบทอด การสอน เผยแผ่ หรือการสื่อสารคำสอนของพระพุทธศาสนาไปยังพุทธศาสนิกชน ด้วยวิธีการท่องจำแบบดั้งเดิม จนมาถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ดังปรากฏเช่นปัจจุบัน เป้าหมายเพื่อช่วยเผยแพร่ พระธรรมของพระพุทธศาสนาในโลกยุคสมัยใหม่

ในส่วนวิธีการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ที่เป็นหลักการ อุดมการณ์ และแนวปฏิบัติในการเผยแพร่ หลักการทางพระพุทธศาสนาวางไว้คือ (1) อนุповаโท ไม่ว่าร้ายใคร ไม่โจมตีใคร ไม่โจมตีศาสนาอื่น แต่ใช้ปัญญาบอกว่า พระพุทธศาสนาดีอย่างไร (2) อนุปะมาโต ไม่ทำร้ายใคร ไม่ใช้กำลังเพื่อไปบังคับให้ใครเชื่อ ไม่ทำร้าย ยึดหลักอหิงสาธรรม คือ ไม่เบียดเบียน ใช้ปัญญาในการอ้างเหตุผล จนกระทั่งผู้ฟังอยากลงมือ ปฏิบัติด้วยตนเอง (3) ปาฏิโมกฺเข จ ส่วโร มีความสำรวมในศีลและมารยาทให้ดี (4) มตตญญุตตา จ ฆตตสมิ รุจักประมาณ ในการรับประทาน รวมไปถึงการใช้สอย ปัจจัยสี่ จะได้เป็นที่มาแห่งความเคารพเลื่อมใสของผู้ได้พบเห็น (5) ปนตญจ สยนาสนนํ นังนอนโน ที่สงบ นักปฏิบัติธรรมต้องรักความสงบ และรักในการอยู่ในที่สงบ (6) อธิจิตเต จ อาโยโค ประกอบความเพียรในอธิจิต ต้องหมั่นฝึกสมาธิเพราะ สมาธิ คือ แก่นของการได้บรรลุมรรคผลนิพพาน

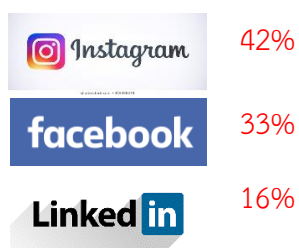
เมื่อจำเพาะไปที่ **คุณสมบัติภายในของผู้เผยแพร่ (1)** ปณิธาน นักเผยแพร่พึงตั้งใจไว้ แสดงด้วยเมตตาจิต หวังอนุเคราะห์ ไม่ใช่เพื่อหวังลาภสักการะและไม่แสดงธรรมกระทบใครให้เสียหาย หรือตำหนิต่างๆ ทำให้ผู้ฟังเกิดความไม่พอใจ **(2)** ปฏิสัมพันธ์ ความเข้าใจปัญหา แลกฉานในอรรถ (เนื้อหาสาระ) เข้าใจในธรรม (อธิบาย ย่อหรือพิสดารได้) เข้าใจในหลักนิรุกติ (การซ้ำของในภาษา) และเข้าใจในหลักปฏิภาณ คือ ไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า **(3)** พหูสูต การคงแก่เรียน การได้ฟังมาก จำได้ คล่องปาก เพ่งพินิจให้ขึ้นในใจของตน และสามารถขบคิดได้ด้วยทฤษฎี คือ เห็นตามได้ด้วยเหตุผลที่เป็นจริง **(4)** การรู้จักแสดงธรรมไปตามขั้นตอน การแสดงธรรมไปโดยคำนึงถึงภาวะของผู้ฟังเป็นหลัก โดยเริ่มจากสิ่งที่มองเห็นได้ด้วยตา ไปจนถึงพิจารณาเห็นด้วยปัญญาภายในของตน ได้แก่ เล่าเรื่องทานกถาให้ฟังก่อน (การให้ทาน) ชี้แจงผลดีของการเป็นคนมีศีล มีความประพฤติเรียบร้อย ดีงาม จากนั้นก็เล่าเรื่องสวรรค์ คือความสุขใจให้ฟังถัดมา และโยงไปเรื่องโทษของกามที่ทำให้มนุษย์ ต้องทุกข์กายทุกข์ใจอยู่นี้ ข้อสุดท้าย ชี้แจงทางออกจากกามหรือทางออกจากทุกข์ โดยวิธีการ สลัดทิ้งกาม

ดังนั้นที่ยกมาในประเด็นนี้มองไปที่วิธีการเผยแพร่พระพุทธศาสนาด้วยเงื่อนไขของจำนวนสมาชิกและเทคโนโลยีและเงื่อนไข แต่เมื่อพูดถึงภาพรวมของวิธีการเผยแพร่พระพุทธศาสนาจะเน้นการสื่อสารเพื่อความรู้เพื่อประโยชน์ของผู้เรียนรู้ปฏิบัติตามตามเป้าหมายของพระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ

3. เทคโนโลยีสารสนเทศ

ในยุคสมัยของการเปลี่ยนผ่านโลกกำลังพูดถึงสื่อออนไลน์ รวมทั้งโลกของยุคข้อมูลข่าวสารที่ให้ความสำคัญกับข้อมูล (Data) อันเป็นข้อเท็จจริงที่อยู่ในรูปของตัวเลขหรือสัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะตัว ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ใด ๆ และไม่สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้โดยตรง จนกระทั่งส่งไปเป็นการสื่อสารสารสนเทศ (Information) ที่เชื่อมไปถึงข้อมูลที่ได้ผ่านการประมวลผลแล้ว สามารถนำมาใช้ ประโยชน์เพื่อประกอบการตัดสินใจได้

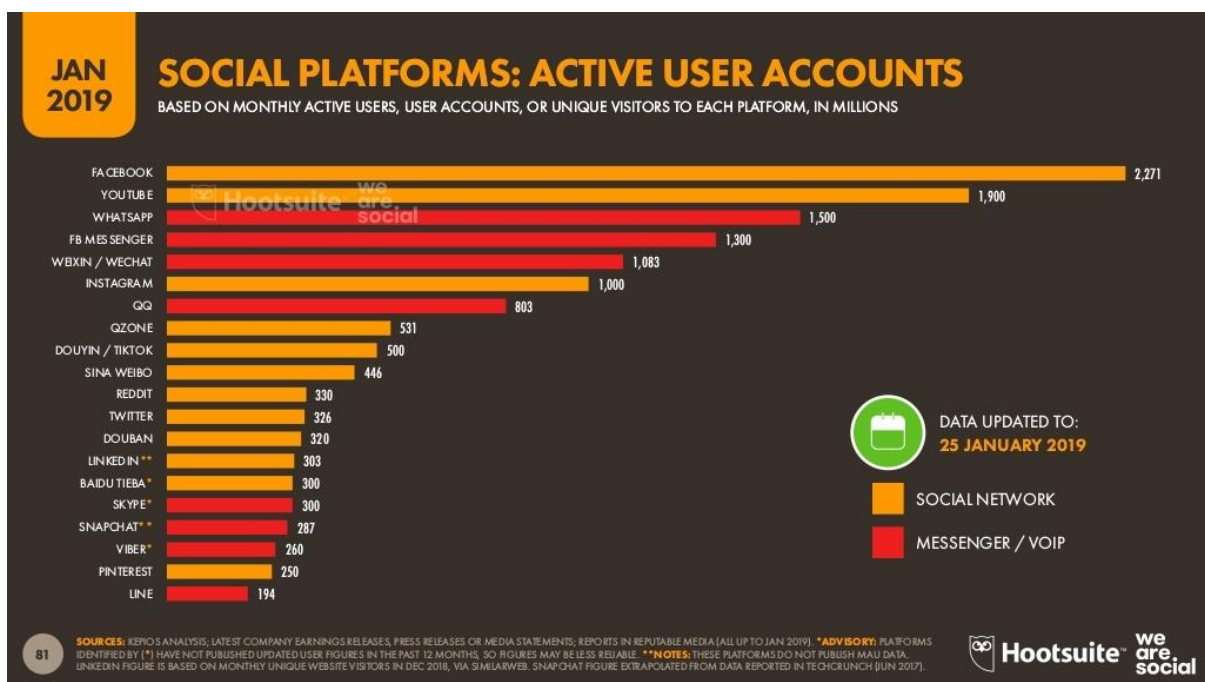
เทคโนโลยี (Technology) เป็นการการประยุกต์เอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ มาทำให้เกิดประโยชน์ต่อมนุษย์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยประมวลผลข้อมูลสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) หมายถึง เทคโนโลยีสำหรับประมวลผลสารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมถึงการรับ-ส่ง การแปลง การจัดเก็บ การประมวลผล และการสืบค้น ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นพัฒนาการด้านการจัดการข้อมูล ตั้งแต่การรับข้อมูลเพื่อนำมาจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ลดความซับซ้อนในการจัดเก็บข้อมูล มีความสะดวกเร็วในการค้นข้อมูลมาใช้งาน กำหนดสิทธิผู้เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลในระบบ และจะปรับเปลี่ยนการให้บริการข้อมูลไปตามกระแสการพัฒนาของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เมื่อศักยภาพของเทคโนโลยี มีความสำคัญและมีความจำเป็น จึงเห็นว่าช่องทางดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือแห่งยุคสมัยในการสื่อสารแนวคิดแนวปฏิบัติ อุดมคติในทางพระพุทธศาสนาได้





ภาพที่ 1 ปี 2020/2563 นักการตลาดจะทุ่มงบประมาณกับ social media platform เพื่อวางแผนกับช่องทางทางการตลาดและสินค้า ที่มา Emma Wiltshire (2020). Survey: Social Media Platform and Content Plans for 2020 <https://www.socialmediatoday.com/news/survey-social-media-platform-and-content-plans-for-2020/569557/> สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2563)

จากภาพที่ 1 ที่ให้ข้อมูลจากการสำรวจโดย Social Media Today (SMT) ที่ได้จัดทำแบบสอบถามนักการตลาดจำนวนกว่า 1,000 คนในประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อหาข้อมูลว่าในปี 2020 นี้ นักการตลาดจะทุ่มเวลาและงบประมาณลงใน social media platform ไหนมากที่สุด Social Media Platform ที่นักการตลาดวางแผนใน social marketing strategy มากที่สุดในปี 2020 (Emma Wiltshire, 2020) ดังนั้นยุทธศาสตร์ของนักการตลาดสำรวจผู้ใช้เครื่องมือสื่อสารนานาชาติในการสื่อสารผลิตภัณฑ์หรือช่องทางทางการตลาดนั้น ๆ ได้เจาะจงไปที่ Instagram, Facebook, Link In, Twitter เป็นต้นจะเป็นช่องทางในการเข้าถึงของผู้คนได้จำนวนมาก แปลว่าคนทั่วโลก หรือส่วนใหญ่นิยมใช้ช่องทางสื่อสารดังกล่าว



ภาพที่ 2 สถิติการใช้ระบบออนไลน์จากทั่วโลก สถิติเมื่อเดือนมกราคม 2019 ที่ Facebook มีผู้ใช้งานมากที่สุดที่มีบัญชีผู้ใช้จากทั่วโลกอยู่ที่ 2,271 ล้านคนทั่วโลก Youtube รองลงมา 1,900 ล้านบัญชี และ Line มีผู้ใช้น้อยสุดอยู่ที่ 194 ล้านคนทั่วโลก (ภาพออนไลน์ <https://www.businessofapps.com/data/line-statistics/> สืบค้น 21 มกราคม 2563)

จากภาพประกอบที่ 2 ข้อมูลสถิติการใช้ระบบออนไลน์จากทั่วโลก เมื่อเดือนมกราคม 2019 พบว่ามีบัญชีผู้ใช้เกินกว่า 1 พันล้านคน/รายชื่อทั่วโลก เช่น Facebook (2,271) Youtube (1,900) WhatsApp (1,500) FB Messenger (1,300) WECHAT (1,083) Instagram (1,000) มีผู้ใช้มากที่สุดจากบัญชีผู้ใช้ทั่วโลก อยู่ที่ 2,271 ล้านคนทั่วโลก Youtube รองลงมา 1,900 ล้านบัญชี และ Line มีผู้ใช้น้อยสุดอยู่ที่ 194 ล้านคนทั่วโลก (Mansoor Iqbal,2019) ดังนั้นจากข้อมูลนี้การใช้สื่อออนไลน์นานาชนิด จากบัญชีผู้ใช้จะพบว่าระบบออนไลน์ เป็นแนวโน้มที่สำคัญที่จะถูกใช้ในการสื่อสารพระพุทธศาสนา และจะเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา จึงเกิดคำถามต่อไปว่า แล้วจะผลิตเนื้อหาอะไร หรือสาระอะไร ใครเป็นคนทำ นำเสนอด้วยวิธีการอย่างไร ให้เกิดเป็นประโยชน์ ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ดังนั้นการผลิตองค์ความรู้หรือตัวเนื้อหาสาระจึงเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารด้วยเช่นกัน มีการสำรวจแนวโน้มว่าสื่อชนิดใด จะได้รับความนิยมในปีต่อไป มีผลการสำรวจว่า Tiktok จะได้รับความนิยมในปี 2020 กับคลิปสั้น ๆ ที่ให้ความบันเทิงสนุกสนาน ปัจจุบันแอป Tiktok มีผู้ใช้บริการวันละ 150 ล้านคน เดือนละ 500 ล้านคน ย้อนกลับไปเพียงแค่ 6 เดือนก่อน แอปนี้มีคนใช้วันละ 40 ล้านคน ถือว่าเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วมาก กลุ่มส่วนใหญ่คือคนรุ่นใหม่ อายุไม่เกิน 24 ปีถึง 53% และรองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-29 ปี 28% ประมาณ 80% ของผู้ใช้คือคนอายุไม่ถึง 30 ปี ผู้ใช้งานเพศหญิง 66% และเป็นเพศชาย 34% Tiktok เป็นโซเชียลมีเดียที่ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น โดยรูปแบบการทำงานของมันเป็นคือ การโพสต์วิดีโอสั้นๆ ความยาวไม่เกิน 15 วินาที โดยจะมีเพลงหรือลูกเล่นอื่นประกอบไปด้วย ทำให้ได้รับความนิยมจากเด็กๆ เป็นจำนวนมากในขณะนี้ (Phantira J.,2020) ผู้ใช้ให้เวลากับ Tiktok เฉลี่ย 52 นาที / วัน 90% ของผู้ใช้งานจะเข้า Tiktok มากกว่า 1 ครั้ง / วัน ในแต่ละวัน มีวิดีโอถูกเปิดดูบน Tiktok กว่า 1,000 ล้านครั้ง ในเวลาน้อยกว่า 18 เดือน ฐานผู้ใช้ Tiktok ที่เป็นผู้ใหญ่ในสหรัฐอเมริกา มีเพิ่มขึ้นถึง 5.5 เท่า จากสถิติจะเห็นได้ว่า Tiktok สามารถทำให้ผู้ใช้เข้าถึงคอนเทนต์ได้ค่อนข้างมากในหนึ่งวัน (Wittawin.A,2020)

ข้อมูลที่ยกมาต้องการสะท้อนคิดให้นักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาคิดต่อไปว่า การจะเผยแผ่พระพุทธศาสนา ต้องมีวิธีคิด ทั้งในส่วนองค์ความรู้ สิ่งที่จะพึงให้รู้ และการเข้าถึงกลุ่มคนที่ต้องการ พร้อมนำเสนอพระพุทธศาสนาผ่านโลกออนไลน์ ไม่ใช่เพียงแค่การตั้งกล้อง แล้วท่อนบาลี สอนแปลบาลี ไว้เพียงอย่างเดียว ต้องคิดต่อไปว่าจะสื่อสารเนื้อหาสาระอย่างไร เป็นภาษาอะไร และสื่อสารให้กับคนกลุ่มไหน ที่เน้นเป้าหมาย ถ้าประเมินได้ จะทำให้ง่ายต่อการสื่อสาร ด้วยพฤติกรรมธรรมชาติของมนุษย์ทั้งโลกเหมือนกันหมดคือมี กิเลสตัณหา สืบพันธุ์ หลับนอน มีธรรมชาติตั้งต้นผ่านอินทรีย์ และอายตนะเช่นเดียวกัน ตา-รูป/หู-เสียง/จมูก-กลิ่น/ลิ้น-รส/กายสัมผัส-โผฐฐัพพะ/ใจ-ธรรมารมณ์ หรือการรับรู้จากใจหรือความรู้สึก/หรืออารมณ์ของการเสพคุ่น ธรรมชาติเหล่านี้มีครบในทุกคน ในมนุษย์ทุกชาติพันธุ์ภาษา และเผ่าพันธุ์ เมื่อธรรมชาติเป็นแบบนี้การเผยแผ่จะต้องศึกษาธรรมชาติของมนุษย์ผ่านการรับรู้ผ่านในแต่ละช่องทางเพื่อการผลิตให้ตรงตามความต้องการและการสื่อสาร การที่จะผลิตและสื่อสารอะไรในประเด็นทางศาสนาจึงต้องประเมินกำลังและวิเคราะห์กลุ่มผู้รับข้อมูลด้วยจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

5.เทคโนโลยีสารสนเทศกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ในปัจจุบัน การสื่อสารมีการพัฒนาไปถึงระดับเครือข่ายทั่วโลก (Internet) การส่งข้อมูลไป เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา รวดเร็ว และกระจายไปทั่วโลกอย่างไร้พรมแดน ในส่วนการเผยแผ่พระพุทธศาสนาก็ต้องอาศัยสื่อ

ทางสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และออนไลน์ ที่สะดวกในการผลิต เผยแพร่ได้อย่างกว้างไกล เข้าถึงคนได้เป็นจำนวนมาก และในวงกว้าง แต่ประชาชนบางคนยังมองพระสงฆ์ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ น่าสงสัยว่า อาจจะ ไม่ใช้ในการจัดทำเนื้อหาทางศาสนาอย่างเดียว พระสงฆ์บางกลุ่มหากไม่มีกฎระเบียบในการ ใช้ อินเทอร์เน็ต อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายได้ง่าย ดังนั้น คณะสงฆ์ควรมืองค์กรสนับสนุน ควบคุมดูแลการ ใช้อินเทอร์เน็ต ด้วยมีแนวโน้มว่าวัดต่างๆ จะเผยแพร่พระพุทธศาสนา ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะจำนวนวัด ในปี พ.ศ.2549 มี 709 เว็บไซต์ แต่ปี พ.ศ.2552 พบว่ามีถึง 1,026 เว็บไซต์ และในปัจจุบันมีวัดจากข้อมูลของ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติกว่า 4 หมื่นวัด สัดส่วนของสื่อออนไลน์ของวัดจะเพิ่มขึ้นและมีช่องทางในการสื่อสารมากขึ้นดังปรากฏในสื่อออนไลน์ชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

ดังนั้นโลกยุคปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศและระบบอินเทอร์เน็ตจะเป็นปัจจัยสำคัญของการศึกษา ในอนาคต ในปัจจุบันจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนิน ชีวิต ในการทำงานและสนองความต้องการเพื่อให้ได้มาซึ่งความสุข แม้คำสอนทางศาสนาจะพยายามตีความและอธิบายด้วยเทคโนโลยี มีนักคิด บางท่านพยายามอธิบายหลักคำสอนใน พระพุทธศาสนา เพื่อให้เชื่อมโยงกับโลก แห่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีการตีความให้เข้ากับยุคสมัย เช่นในงานของอนุช อภาภิรม (2547) เรื่องเทคโนโลยีกับสวรรค์ ความว่า “ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีปัจจุบันสามารถสร้างสวรรค์ขึ้นดาวดึงส์ สำหรับผู้คน ในโลกได้แล้ว” ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องกับมนุษย์ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้สังคมต้องสัมพันธ์กับ เทคโนโลยี ทำให้โลกต้องมีสถานะที่แปรเปลี่ยนไป จากสังคมเกษตรอุตสาหกรรม มาเป็นสังคมแห่งข้อมูล สารสนเทศ ทำให้คนทั่วโลก ติดต่อกันได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น แสดงถึง ความเจริญที่สำคัญของยุค แต่ไม่ว่าจะ เรียกเป็นยุคอุตสาหกรรมก็เป็นยุคอวกาศก็ดี หรือ จะเป็นยุคที่กำลังมีศัพท์ขึ้นมาใหม่ว่ายุคสารสนเทศ คือ ยุคข้อมูลข่าวสาร

ขณะที่ข้อมูลข่าวสารทางจิตนิยมแทบจะไม่มีสภาพทั่วไปในโลกปัจจุบันนี้ ข่าวสาร ข้อมูล มีอิทธิพลอย่างกว้างขวางและมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้ข้อมูลและ ข่าวสารแพร่ กระจายไปในเวลาอันรวดเร็ว ครอบคลุมไปทั่วโลก ทำให้โลกแคบลงเหมือนเป็น ชุมชนเดียวกัน เป็นหมู่บ้าน (global village) การเชื่อมโยงด้านสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญใน การสร้างโอกาสทางการ ศึกษา และการพัฒนาตนเองทำให้เข้าถึงแหล่งความรู้ที่ต้องการได้ มากขึ้น เป็นระบบการเรียนรู้ที่เปิดกว้าง ไม่จำกัดเวลา สถานที่ และเข้าถึงผู้คนได้มากที่สุด ดังนั้น ควรตระหนักถึงความสำคัญของ การใช้สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร (อนุช อภาภิรม,2547)

อินเทอร์เน็ตถูกใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก มีเว็บไซต์ต่างๆ มากมาย และทางการเผยแพร่ ธรรมะ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งชาวต่างชาติที่สนใจศึกษาศาสนาพุทธก็มี มากยิ่งขึ้นตามมา ด้วย และมีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นชุมชนเมืองแห่งใหม่ของโลก เป็นชุมชนของคนทั่วทุกมุมโลก เป็นช่อง ทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ไม่จำกัดพรหมแดน ไม่จำกัดสถานที่และไม่จำกัดเวลา การกระจายข้อมูล ข่าวสารในระบบอินเทอร์เน็ตมีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับช่องทางอื่นๆ เช่น สื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น นอกจากนั้น สื่ออินเทอร์เน็ต ยังสามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ และสามารถสนทนา ได้ตอบกับผู้ชมได้ด้วย เหตุนี้เององค์กรต่างๆ ทั่วโลกจึงหันมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตจำนวนมาก จากข้อมูลของ

Internet World Stats Usage and Population Statistics รายงานว่า จากประชากรทั่วโลก จำนวน 6,710,029,070 คน มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง 20,783,419 คน มีจำนวนผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2543-2551 จำนวน 342.2% และนับวันยังมีผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

เมธี เชษฐวิสุต (2562 : 521-531) ในงานวิจัยเรื่อง “สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา” ให้ข้อมูลไว้ว่า

การเผยแผ่พระพุทธศาสนา มีวิธีการหลายวิธี ทั้งวิธีการพูด วิธีการทำตัวอย่างให้ดู วิธีการเขียน แต่ไม่ว่าจะเผยแผ่ด้วยวิธีการใดๆ การเผยแผ่หลักคำสอนทางพุทธศาสนาจะเป็นพระภิกษุสงฆ์ หรือ อุบาสก อุบาสิกา นักเผยแผ่ต้องมีพุทธวิธในการสอนโดยเริ่มจากปรัชญาขั้นพื้นฐานอันได้แก่ กัลยาณมิตรและมีสติปัญญา ที่ ประกอบด้วยหลักของนักเผยแผ่กับผู้ฟังหรือผู้สอนกับผู้เรียน ที่มีความสัมพันธ์กันในฐานะเป็นกัลยาณมิตรเพราะในทางพระพุทธศาสนาถือว่า ผู้เผยแผ่กับผู้ฟัง หรือ ผู้สอนกับผู้เรียนนั้น ต้องประสานสัมพันธ์กัน มีความกรุณาต่อกัน ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ สื่อออนไลน์บนโลกอินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามามีอิทธิพลในการใช้ชีวิตประจำวันกับคนและสังคมโลก กล่าวได้ว่า เป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงและเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้อย่างกว้างขวางภายใต้บริบทและแนวโน้มของประชากรโลกที่จะใช้ชีวิตในโลกออนไลน์ ดังนั้นควรเล็งเห็นถึงความสำคัญเรื่องการเผยแผ่หลักคำสอนพุทธศาสนาผ่านสื่อออนไลน์ต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งไม่เป็นการบิดเบือนพระธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาตามพระไตรปิฎกเพื่อดำรงไว้ซึ่งพระพุทธศาสนาสืบต่อไป

วิรัชชัย พงษ์เกาะ ดวงกมลชาติประเสริฐ (2557 : 87-104) ในงานวิจัยเรื่อง “การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย” ให้ข้อมูลการวิจัยว่า

งานวิจัยนี้...ศึกษากระบวนการทำงานของแบบหลอมรวมสื่อ ปัจจัยและประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนา...เก็บข้อมูล...จากการสังเกตการณ์ทำงานและการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะทำงานด้านสื่อของคณะทำงานด้านสื่อของวัด 5 แห่ง ได้แก่วัดท่าซุง จ.อุทัยธานี วัดธารน้ำไหล จ.สุราษฎร์ธานี วัดป่าบ้านตาด จ.อุดรธานี วัดพระธรรมกาย จ.ปทุมธานี และวัดอัมพวัน จ.สิงห์บุรี ...ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้คือ ทุกวัดมีการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ แต่เกิดในระดับความร่วมมือและลักษณะที่แตกต่างกัน วัดพระธรรมกายมีรูปแบบการทำงานสื่อทางพระพุทธศาสนาที่ประสบความสำเร็จอย่างชัดเจนที่สุด เนื่องจากมีนโยบายองค์กรที่เน้นการเผยแผ่ธรรมะเชิงรุก บุคลากรมีลักษณะของความเป็นสื่อมืออาชีพ โครงสร้างองค์กรเป็นระบบก่อให้เกิดความร่วมมือข้ามสื่อ และมีศูนย์กลางการทำงานเพียงแห่งเดียว ขณะที่ปัจจัยหลักที่เป็นเงื่อนไขกำหนดระดับการหลอมรวมสื่อ ได้แก่ นโยบายองค์กร แนวทางคำสอน บุคลากร ผู้รับสื่อ ทูตและเทคโนโลยี

ดังนั้นจากข้อมูลที่ปรากฏจึงจะเห็นได้ว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแผ่นี้ ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเผยแผ่ พุทธศาสนา เพราะหากยังจะใช้วิธีการเผยแผ่พุทธศาสนาแบบเดิมอาจเข้าไม่ถึงสังคมยุคใหม่หรือคน รุ่นใหม่ก็เป็นได้ เพราะสังคมสมัยปัจจุบัน ประชาชนไม่ค่อยมีเวลาไปปฏิบัติธรรม ฟัง

เทศน์หรือ ศึกษาพระธรรมคำสอนที่วัดเหมือนสมัยอดีตที่ผ่านมา การเผยแพร่พระธรรมคำสอนผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำให้เข้าถึงประชาชนได้ง่ายและกว้างขวางมากที่สุด ไม่จำกัด เวลา และสถานที่ ผู้ใช้อยู่ที่ไหนเวลาใดก็สามารถที่จะเข้าไปศึกษาพระธรรมคำสอนได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นที่ ทำงาน ที่บ้าน หรืออยู่ในต่างประเทศก็ตาม

บุคลากร/ผู้เผยแพร่ (S)	การเผยแพร่ (M)	ชนิดของสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร (C)	เผยแพร่อย่างมีเป้าหมาย ผู้รับ (R)
ผลิตสร้างนักเผยแพร่ นักเทศน์ นักบรรยาย ผลิตสาร สารคดี หนังสือ ภาพยนต์ หรือสื่อทุกชนิดที่เนื่องด้วยแนวคิดทางพระพุทธศาสนา ผ่านระบบออนไลน์ให้ได้มากที่สุด	ผู้เผยแพร่ ผู้รับการเผยแพร่	Facebook, Line, Blog, YouTube, Wikipedia, Twitter, (ช่องทางในการสื่อสาร) -ทีวี สัญญาณดาวเทียม	อายุตนเอง/อินเทอร์เน็ต 6 ผู้รับรู้ผ่านธรรมชาติของการรับรู้ และเรียนรู้ ผู้เผยแพร่ต้องวิเคราะห์สภาพผู้รับอย่างเข้าใจเพื่อไปสู่การเผยแพร่พระพุทธศาสนา อย่างมีเป้าหมายโดยใช้สื่อให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด
หมายเหตุ : วัดมีประชากร “วัด” จำนวน 4 หมื่น ถ้าวัดโดยคณะสงฆ์จังหวัดสามารถผลิต “สาร” เช่น การเทศน์ แล้วนำมาผลิตซ้ำตัดต่อ ในรูปของภาพเสียง จะทำให้องค์กรวัดและศาสนามีวัดถูกดัดในการสื่อสารในวงกว้าง เช่น 1 ปี มี 48 วันพระ/วันศีลอุโบสถ x วัด พระสงฆ์ 4 หมื่นวัด = มีการสื่อสารพระพุทธศาสนาผ่านการเทศน์บรรยาย เฉลี่ยประมาณ 2 ล้านครั้ง (1,920,000)/ต่อปี			

การยกข้อมูลเหล่านี้ต้องการสะท้อนให้เห็นว่าประโยชน์อันจะเป็นช่องทางในการเผยแพร่มีหลายช่องทางดังนั้นถ้าจะคิดถึงหลักการเผยแพร่ ผู้ส่งสาร พระสงฆ์ นักบวช ชาวพุทธ นักเผยแพร่ ก็จะต้องมีความพร้อม มีความรู้ ที่รู้ทั้งศาสตร์ในศาสนาและสหศาสตร์ (Interdisciplinary) ที่เชื่อมโยงกับความเป็นสมัยใหม่อย่างเข้าใจทั้งสองศาสตร์ พร้อมสร้างสาร (Message) สื่อสาร ผ่านช่องทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ออนไลน์ ผู้สื่อสารก็ต้องคิดต่อไปว่าจะไปที่ไหนอย่างไร ? ถึงจะได้ชื่อว่าการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนาได้

6.แนวทางในการใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่

จากช่องทางในเรื่องเทคโนโลยี ทั้งทีวี สื่อเคลื่อนไหว และช่องทางอื่น ๆ จำนวนมาก Youtube Facebook หรือช่องทางอื่น ๆ Wiki ทำอย่างไร คณะสงฆ์จึงจะต้องเห็นความสำคัญและผลิตนักผลิตข้อมูล การสื่อสาร หรือการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ เพื่อเพิ่มช่องทางในการสื่อสารให้เกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อการสื่อสารและการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ



ภาพที่ 3 ผู้เขียนบรรยายกับนิสิต พระสังฆาธิการ สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ ในการสร้างองค์ความรู้ด้านสื่อออนไลน์เพื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในยุคการเปลี่ยนผ่าน (ภาพผู้เขียน, 17 มกราคม 2563)

ในความหมายนี้ต้องการสะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะเป็นเครื่องอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการให้เกิดการกระจายไปยังวงกว้างอันว่าด้วยแนวทางหรือหลักคิดทางพระพุทธศาสนา จะถูกสื่อสารเพื่อประโยชน์ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเป็นสำคัญ เมื่อจำเพาะไปที่การออนไลน์ หรือโลกออนไลน์ จะทำให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ (สำนักงานประชาสัมพันธ์, 2561: 4-6) ที่มีพื้นที่เข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้าง และมีจำนวนมากได้กลายเป็นช่องทางในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้จำแนกกลุ่มของสื่อสังคมออนไลน์ไว้ เช่น

1) เวบบล็อก (Weblogs) เป็นสื่อส่วนบุคคลบนโลกออนไลน์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น บันทึกส่วนตัว แบ่งปันให้บุคคลอื่นๆ โดยผู้รับสารสามารถเข้าไปอ่าน หรือแสดงความคิดเห็น เพิ่มเติมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านได้โดยไม่จำกัดข้อคิดเห็น ในการแสดงเนื้อหาของบล็อกจะเรียงลำดับจากเนื้อหาใหม่ไปสู่นี้อาเก่า ผู้เขียนและผู้อ่านสามารถค้นหาเนื้อหาย้อนหลังเพื่ออ่าน และแก้ไขเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา เวบบล็อกที่ได้รับความนิยม เช่น Blogger, Exteen, Bloggang,

2) Social Networking หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ที่ใช้เชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล ใช้แลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลแก่กันและกันทั้งด้านข้อมูลส่วนบุคคล กิจกรรมส่วนตัว การศึกษา ธุรกิจ การเมือง เช่น Facebook, Hi5, Linked in, MySpace3) บล็อกจิว (Micro Blogging) เป็นเว็บเซอร์วิส หรือเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป สำหรับให้ผู้ใช้บริการเขียนข้อความสั้นๆ ประมาณ 140 ตัวอักษร ที่เรียกว่า “Status” หรือ “Notice” เพื่อแสดงสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ (Online Social Network) (Wikipedia, 2010: ออนไลน์) ก็เพื่อให้ผู้ใช้ที่เป็นทั้งผู้เขียนและผู้อ่านเข้าใจง่าย ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter

4) วิดีโอออนไลน์ (Online Video) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์ เช่น Youtube โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีข้อมูลผู้ใช้ทั่วโลกเกือบ 2 พันล้านบัญชีทั่วโลก ซึ่งเหมาะสมและสอดคล้องกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบันที่รองรับการถ่ายทอดสดและรูปแบบคลิปวิดีโออนาอนานชนิด ผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บวิดีโออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมาก

5) Poto Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการฝากรูปภาพโดยผู้ใช้บริการสามารถอัปโหลดและดาวน์โหลดรูปภาพเพื่อนนำมาใช้งานได้ ที่สำคัญนอกเหนือจากผู้ใช้บริการจะมีโอกาสแบ่งปันรูปภาพแล้วยังสามารถใช้เป็นพื้นที่เพื่อเสนอขายภาพที่ตนเองนำไปฝากได้อีกด้วย

6) Wikis เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

7) Virtual Worlds การสร้างโลก จินตนาการโดยจำลองส่วนหนึ่งของชีวิตลงไป จัดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่บรรดาผู้ท่องโลกไซเบอร์ใช้เพื่อสื่อสารระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตในลักษณะโลกเสมือนจริง (Virtual Reality) เช่น สำนักข่าวรอยเตอร์ สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อพื้นที่เพื่อให้บุคคลในบริษัทหรือองค์กรได้มีช่องทางในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ

8) Crowd Sourcing เป็นหลักการขอความร่วมมือจากบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยสามารถจัดทำในรูปของเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาคำตอบและวิธีการแก้ปัญหาต่างๆทั้งทางธุรกิจ การศึกษา การสื่อสาร ซึ่งอาจจะมีการดึงความร่วมมือจากเครือข่ายทางสังคมมาช่วยตรวจสอบข้อมูลเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะ

9) Podcasting คือ อุปสงค์หรือความต้องการส่วนบุคคล ส่วน “Broadcasting” เป็นการนำสื่อต่างๆ มารวมกันในรูปของภาพและเสียง Podcast เป็นการบันทึกภาพและเสียงแล้วนำเข้าสู่เว็บเพจ (Web Page) เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลภายนอก ที่สนใจดาวน์โหลดเพื่อนำไปใช้

10) Discuss / Review/ Opinion เป็นเว็บบอร์ดที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแสดงความคิดเห็น โดยอาจจะเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการ ประเด็นสาธารณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เช่น Epinions, Moutshut, Yahoo!Answer, Pantip, Yelp

ทั้งหมดที่ยกมาจึงเป็นระบบออนไลน์ที่เนื่องด้วยเทคโนโลยี ที่จะช่วยเป็นเครื่องอำนวยความสะดวกในการสื่อสารและการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ดังนั้นประเด็นของการเผยแพร่ที่นี้ว่ามีความสำคัญและจำเป็นต่อการสื่อสารและเผยแพร่พระพุทธศาสนาในช่วงสมัยปัจจุบัน แต่ประเด็นสำคัญต้องสร้างนักเผยแพร่ที่มีความรู้ทั้งศาสตร์ของการพระพุทธศาสนาและช่องทางในการสื่อสารได้อย่างนั้นจึงจะได้ชื่อว่าเป็นประโยชน์จากการระบบการสื่อสารยุคใหม่ได้อย่างแท้จริง

7.สรุป

ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าถึงและเผยแพร่พระพุทธศาสนา ให้กว้างขวางไปทั่วโลก ภายใต้บริบทและแนวโน้มของประชากรโลกที่จะใช้ชีวิตในโลกออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผ่านเครื่องมือต่างๆ ทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเชื่อมต่อกับระบบออนไลน์ทั้งระบบ ดังนั้นประเทศไทยควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ในส่วนของประชาคมชาวพุทธ ควรส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาโลก โดยใช้ระบบออนไลน์เป็นช่องทางในการสร้างองค์ความรู้ทางด้านพระพุทธศาสนา รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าว ต้องเป็นไปอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม ไม่เป็นการบิดเบือนพระธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาให้ถูกต้องที่มีแนวคิดในเรื่อง “ประโยชน์” สำหรับผู้ปฏิบัติและศึกษา

ดังนั้นการสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนา การสร้างทีมงาน ที่มีทักษะด้านการใช้ระบบ การสร้างทีมผลิตองค์ความรู้ทั้งในส่วนเนื้อหา รายละเอียด งบประมาณเพื่อการดำเนินการ การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในแบบเดิม ในแบบนักเทศน์ ในแบบบรรยาย ยังมีความจำเป็นอยู่ แต่ถ้าระบบการเผยแพร่ของคณะสงฆ์ พระพุทธศาสนามีรูปแบบอื่น ที่มีช่องทางในการสื่อสารได้มากขึ้น กว้างขึ้น และเข้าถึงกลุ่มคนได้ง่ายขึ้นก็พึงศึกษาและใช้ประโยชน์จากสิ่งนั้น ทั้งยุคสมัยใหม่ของการเปลี่ยนผ่านการลดต้นทุนทั้งแรงคน แรงงาน และงบประมาณ ทำงานน้อยแต่ได้มาก ทำงานคนน้อยแต่ประสิทธิผลในเชิงระบบมาก นับเป็นแนวทางของการจัดการในยุคใหม่ด้วย หากทำได้เช่นนั้นก็จะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนาด้วย ที่จะเป็นการสืบสานปณิธานของพระพุทธเจ้าในปฐมบทที่ว่า “ภิกษุทั้งหลาย จงจาริกไปเพื่อประโยชน์สุขแห่งมหาชนหมู่มาก” ในคราวส่งสงฆ์สาวกไปประกาศศาสนา ดังนั้น Massage ที่สื่อออกไป จากนักเผยแพร่ในยุค

ปัจจุบัน (Sender) ผ่านช่องทางของยุคสมัย (Channel) ในระบบออนไลน์ อินเทอร์เน็ต แล้วสามารถสร้างปัญญา สร้างความเข้าใจ สร้างการตื่นรู้และละลายความทุกข์ให้กับมนุษย์ได้ (Reciver) ก็นับว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในยุคปัจจุบันได้

เอกสารอ้างอิง

- กรกต ชาบัณฑิต และคณะ. (2556). ยุทธศาสตร์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเชิงรุก Strategies for Protective Buddhism Propagation. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*. 7 (2) (พฤษภาคม-สิงหาคม 2556): 55-67.
- ชินัญ ทรอมศิริ. (2557). แนวทางการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยวิธีทางการตลาด. *วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. 21(1) (มกราคม-เมษายน 2557): 12-33.
- นาคยา แก้วใส ฝอบ พวงน้อย. (2543). การศึกษาบทบาทวัดพระธรรมกายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเผยแผ่พระพุทธศาสนาทั่วโลก. *วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. 7(2) (พฤษภาคม-สิงหาคม 2543.): 49-65.
- พระครูปลัดบุญยัง ทูลโลภ พระมหาสมบัติ ธนปญโญ. (2558). บทบาทพระสงฆ์กับการเผยแผ่ยุคปัจจุบัน. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. 2 (3) (กันยายน-ธันวาคม 2558) : 132-138.
- พระสมนึก จรโณ. (2556). การเผยแผ่เชิงรุกของวัดในบริบทสังคมไทยปัจจุบัน-Aggressive Prorogation of Temples in Contexts of Modern Thai Society. *Journal of Yanasangvorn Research Institute Mahamakut Buddhist University*, 4(1), 25-34. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/yri/article/view/174318>
- พระณปวร โทวาท. (2560). *ต้นแบบการบริหารจัดการเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาประจำจังหวัดในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- พระครูสุจิตบุญญากร (เนตร สรวมศิริ), ประณต นันทิยะกุล. (2560). การบริหารจัดการด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระสงฆ์ภาค 12. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. 7 (1) มกราคม-เมษายน 2560 : 88-99.
- พระเทพพรเมธี. (2562). *จากปฏิรูปสู่การปฏิบัติ : แผนยุทธศาสตร์การปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนา*. พระนครศรีอยุธยา : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- เมธี เชษฐวิสุต. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา - Online Social Media and Propagation of Buddhism. *วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา*. 10 (2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2562 : 521-531.
- วิรัชชัย พงษ์เกาะ ดวงกมลชาติประเสริฐ. (2557). การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. 32 (3) 2557 : 87-104.
- อนุช อาภาภิรม. (2547). เทคโนโลยีกับสวรรค์. กรุงเทพฯ : มติชน.

Emma Wiltshire (2020). Survey: Social Media Platform and Content Plans for 2020.

Online : <https://www.socialmediatoday.com/news/survey-social-media-platform-and-content-plans-for-2020/569557/>. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2563.

Mansoor Iqbal. (2019). Line Revenue and Usage Statistics. (2019). Online

Retrieved from <https://www.businessofapps.com/data/line-statistics>.

สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2563.

Phantira J. (2020). รู้หรือไม่ว่า?! ยอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน TikTok ขึ้นสูงมาเป็นอันดับที่ 2. *online* :

Retrieved from <https://www.rainmaker.in.th/tiktok-was-downloaded/>.

สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2563.

Wittawin.A Tiktok. (2020). คืออะไร ? ส่องเทรนด์แพลตฟอร์มที่มาแรงที่สุดในปี 2020. *online* :

From <https://www.thumbsup.in.th/tiktok-trends-2020>. สืบค้นเมื่อ 21 มกราคม 2563.