

มาติวรรณ สุขวัฒน์ : กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วม โครงการ “จิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์” ของเสถียรธรรมสถาน. (PUBLIC COMMUNICATION PROCESS, DECISION MAKING PROCESS AND COMMUNICATION FACTORS AFFECTING THE PARTICIPATION OF PREGNANT MOTHERS PROGRAM OF SATHIRADHAMMASATHAN) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 219 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของเสถียรธรรมสถานกับสาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วม โครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ของพ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้วที่เป็นสมาชิกของโครงการ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ศึกษาจากเอกสารและสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์แบบเจาะลึกคณะทำงานโครงการจำนวน 6 คนและสมาชิกโครงการจำนวน 33 คน รวมทั้งสิ้น 39 คน

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชนของคณะทำงานโครงการมีเป้าหมายการสื่อสาร 2 เป้าหมายหลัก คือ เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับโครงการ และเพื่อเชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการ โดยเน้นประเด็นการสื่อสาร 3 ประเด็น คือ เรื่องกายใจบนพื้นฐานของหลักการเชิงพุทธวิทยาศาสตร์ หลักธรรมะในวิถีชีวิต และทุนชีวิตที่พ่อแม่ลงทุนเพื่อลูก กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ พ่อแม่ที่เตรียมตั้งครรภ์ กำลังตั้งครรภ์หรือให้กำเนิดลูกแล้ว และกลุ่มเป้าหมายรอง 5 กลุ่ม คือ เยาวชนหนุ่มสาวที่กำลังจะสร้างครอบครัว กลุ่มผู้มาปฏิบัติธรรม กลุ่มผู้มาเยี่ยมชมเสถียรธรรมสถาน ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารที่คณะทำงานใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชน ได้แก่ 1. กลยุทธ์ด้านสาร ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์หลัก คือ เน้นการนำเสนอสาระที่เป็นข้อเท็จจริงอย่างเป็นเหตุเป็นผล เน้นการนำเสนอสาระที่ท้าทายให้ปฏิบัติ และเน้นการแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกัน 2. กลยุทธ์ด้านสื่อ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์หลัก คือ การสื่อสารแบบปากต่อปาก การสื่อสารในทุกที่มีโอกาส การบูรณาการช่องทางที่หลากหลาย การสื่อสารผ่านเครือข่ายโรงพยาบาล และการสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปแบบและสม่ำเสมอ

กระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์เริ่มมาจากปัจจัยภายในตนเองของพ่อแม่เป็นหลัก ได้แก่ การมีความทุกข์กังวลใจอยากให้อาภพจิตใจดีขึ้น ความตั้งใจที่จะทำสิ่งดี ๆ เพื่อลูก ความศรัทธาในพุทธศาสนา การปฏิบัติธรรมและความศรัทธาต่อเสถียรธรรมสถาน โดยมีปัจจัยภายนอกหรือบริบทแวดล้อม คือ เพื่อน/คนใกล้ชิด, ข่าวสารจากสื่อมวลชน และกระแสธรรมะที่มาแรงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ สำหรับกระบวนการตัดสินใจพบว่า มี 3 ระยะด้วยกัน คือ ระยะที่ 1 ระยะก่อนการตัดสินใจ เป็นขั้นของการแสวงหาข้อมูล ระยะที่ 2 ระยะการตัดสินใจ ประกอบด้วย ขั้นการคิดพิจารณา และขั้นตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ และระยะที่ 3 ระยะหลังการตัดสินใจ เป็นการเรียนรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร คือ การมีบุคลิกภาพดี สุขุม เป็นมิตร มีศีลธรรม เป็นผู้ส่งสารที่มีความรู้ ประสบการณ์การทำงานกับหญิงตั้งครรภ์ มีความน่าเชื่อถือและมีทักษะการสื่อสารที่ดีอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจง่าย 2. ปัจจัยด้านสาร ประกอบด้วย วัจนสาร ได้แก่ เนื้อหาด้านหลักธรรมะที่เข้าใจง่าย เนื้อหาให้ความรู้ด้านการดูแลครรภ์ เนื้อหาที่ยกตัวอย่างให้เห็นง่ายต่อการนำไปปฏิบัติและเนื้อหาที่เป็นประสบการณ์จริง สำหรับวัจนสาร เน้นการสัมผัสแสดงความรักและรูปแบบการปฏิบัติธรรมที่แตกต่าง 3. ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารแบบปากต่อปาก การใช้ช่องทางที่หลากหลายและการบูรณาการสื่อ และ 4. ปัจจัยด้านผู้รับสาร คือ ความต้องการที่พึงพอใจของผู้รับสาร ความเชื่อในการคิดดี ทำดี แล้วจะได้ในสิ่งที่ดี ความศรัทธาในพุทธศาสนา การปฏิบัติธรรมอยู่แล้วและความต้องการที่จะเตรียมความพร้อมทางด้านจิตใจเพื่อลูก

5184722828 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS: COMMUNICATION PROCESS/DECISION MAKING/COMMUNICATION FACTOR/

SATHIRA-DHAMMASATHAN

MALEEWAN SUKWAT : PUBLIC COMMUNICATION PROCESS, DECISION MAKING PROCESS AND COMMUNICATION FACTORS AFFECTING THE PARTICIPATION OF PREGNANT MOTHERS PROGRAM OF SATHIRA-DHAMMASATHAN.THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PARICHART STHAPITANONDA,Ph.D., 219 pp.

The purpose of this research is to study the public communication process, decision making process and communication factors of the couples who are members and planning to have their own babies, the mothers who are pregnant, and those who have already given birth, by means of qualitative research implemented by non-participation observation ,media and documentary studies and in-depth interview of 6 staffs and 33 members.

The results of the research are as follows: The public communication process of Pregnant Mothers Program consists of 2 objectives which are informing the information and inviting target group to participate in the program. There are 3 main points in the communication: first, the adaptation of Buddhism-science to body and mind; second, Dhamma in daily life; third, the investment of life for their children. The main target groups are the couples who are planning to have their own babies, the mothers who are pregnant, and those who have already given birth.The five secondary target groups are the young who are planning to have babies, people who come to practice Dhamma, visitors, the people involve, and ordinary people. The communication strategies the staffs use are 1.Message strategies that consist of 3 strategies which are truth and rational message, challenge to perform and sharing experience 2. Media strategies that consist of 5 strategies which are words of mouth communication, opportunity of utilizing potential channels, media integration, hospital network, and formal and regular activities.

Decision making process that begins from internal factors of parents includes 1. They are worried 2. They want to do good things for their babies 3. They believe in Buddhism and 4. They believe in Sathira-dhammasathan. Besides, there are 4 external factors which are friends or people whom they have good relationship with information from mass media and trend of Dhamma which make them decide to join the program. We can divide the decision making process into 3 periods. The first one is Pre-decision making period that is the step of information searching. Secondly, Decision making period which consists of 2 steps that are considering and deciding steps. The last one is Post-decision making period that is learning by participating the program.

The communication factors that lead to the participation of Pregnant Mothers Program compose of 4 factors.1.Sender factors : good personality and morality ,having knowledge and experience of pregnant mothers, being reliable and being good at communicating 2. Message factors : verbal communication includes easy-to-understand Dhamma ,tips for pregnant mothers, examples and experience; non-verbal communication : a touch of love and unique activities 3. Channel factors: words of mouth communication ,various communication channels and media integration. 4. Receiver factors: the need of mental happiness, believe in Buddhism and practice the dhamma, prepare good life for the babies and believe that good acts lead to good life.