

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัดไผ่ล้อม จังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของพระเจ้าอาวาสสองรูป คือ พระครูมงคลสิทธิการ (หลวงพ่อบุญ) และพระครูปลัดสิทธิวัฒน์ (พระน้ำฝน) ในฐานะสื่อบุคคล ในเรื่องของกลยุทธ์การสื่อสารด้านต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารเพื่อการจัดการภายในวัด การสื่อสารเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา การสื่อสารภายนอกวัด และศึกษาความคิดเห็นของคนในชุมชนหน้าวัดไผ่ล้อมที่มีต่อการทำหน้าที่ของสื่อบุคคล ในการพัฒนาชุมชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งคนในและนอกพื้นที่จังหวัดนครปฐม รวมถึงประชาชนในชุมชนหน้าวัดไผ่ล้อม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 6 เดือน โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 จนถึงเดือนเมษายน 2552

โดยผลการวิจัยได้ดังนี้ ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยพบว่า หลวงพ่อบุญและพระน้ำฝนมีการใช้กลยุทธ์ที่มีความแตกต่างกัน โดยหลวงพ่อบุญจะเน้นการใช้ตนเองเป็นสื่อบุคคล ในการสื่อสารทั้ง 3 ด้าน และเป็นการสื่อสารเชิงอวัจนะเป็นส่วนมาก ในขณะที่พระน้ำฝนจะเน้นการสื่อสารที่เป็นเชิงวัจนะ โดยเป็นการสื่อสารที่ตรงไปตรงมา สำหรับในเรื่องของการสื่อสารภายนอกวัดนั้น หลวงพ่อบุญจะเป็นการสื่อสารเชิงรับ โดยที่การสื่อสารนั้นเป็นผลมาจากการสื่อสารในด้านอื่น ๆ เช่น กิจกรรมของวัดที่จัดขึ้นเป็นประจำ ก็กลายมาเป็นการสื่อสารภายนอกวัดอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ หลวงพ่อบุญยังมีความโดดเด่นในเรื่องของวัดอุดมคง จนทำให้เกิดการสื่อสารแบบปากต่อปากเกิดขึ้น ในประเด็นของอิทธิปาฏิหาริย์ในวัดอุดมคงของท่าน สำหรับพระน้ำฝน การสื่อสารที่โดดเด่นคือ เป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเป็นส่วนมาก ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงพระน้ำฝน มีการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ มากขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมไปถึงสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเกิดจากการที่พระน้ำฝนมีการวิเคราะห์ผู้รับสารทำให้สามารถเลือกสื่อที่ครอบคลุมกลุ่มผู้รับสารได้มากขึ้น

สำหรับผลการวิจัยในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณนั้น พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการนำหลักธรรมหลวงพ่อบุญไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 61.72 และการเป็นแบบอย่างที่ดี คิดเป็นร้อยละ 73.45 รวมถึงการปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อการเข้าวัดไปในทางที่ดีขึ้นร้อยละ 73.45 สำหรับ สำหรับพระน้ำฝน ในเรื่องของกานำหลักธรรมของพระน้ำฝนไปใช้ ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 31.38 และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการทำหน้าที่ของสื่อบุคคลที่มีต่อการพัฒนาชุมชน คิดเป็นร้อยละ 42.41 ส่วนประเด็นของการทำหน้าที่ของสถาบันทางศาสนา นั้น ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการทำหน้าที่ดังกล่าวของวัดไผ่ล้อม ได้แก่ การสร้างอาชีพ

ให้คนในชุมชน และด้านการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47.59 และ 65.86 นอกจากนี้ จากผลวิจัยยังพบว่า การทำหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิถีพุทธของวัดไผ่ล้อมนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ของชุมชนแต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 34.48 ซึ่งอธิบายได้ว่า วัดไผ่ล้อมได้ทำหน้าที่ที่ถูกต้องในเรื่อง ของการพัฒนา คือการพัฒนาทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจควบคู่กันไป

กลยุทธ์การสื่อสารของหลวงพ่อพูลและพระน้ำฝนนั้น มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็น เพราะผลจากภูมิหลังที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ บุคลิกลักษณะ การศึกษา สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อ ลักษณะการสื่อสารทั้งสิ้น จะเห็นได้จากผลการวิจัยว่า หลวงพ่อพูลและพระน้ำฝนต่างก็มีบุคลิกภาพ ความเชี่ยวชาญ ที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ซึ่งได้กลายมาเป็นปัจจัยความแตกต่างของการสื่อสาร ของพระเจ้าอาวาสทั้ง 2 รูปในเวลาต่อมา อย่างไรก็ตาม การสื่อสารที่จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี ที่สุดนั้น ผู้สื่อสารควรเลือกใช้วิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง นอกจากนี้ ใน งานวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า วัดควรมีการพัฒนาต่อชุมชนบริเวณรอบวัด โดยพัฒนานั้นต้องทำ ควบคู่กันไป ระหว่างด้านวัตถุ คือการสร้างสาธารณประโยชน์และพัฒนาทางด้านจิตใจ อันเป็น หน้าที่หลักของวัดและพระสงฆ์ในการทำหน้าที่ดังกล่าว

Abstract

The study on “Communication Strategy for development of Wat Pai Lom in Nakorn Pathom” with the aim to study into the two abbots of Wat Pai Lom who were Prakrumongkolsittikarn, Luang Por Pool and Prakrupaladsittiwat, Pra Nam Fon on duty of three developments. There are Communication for management within Wat Pai Lom, Communication for Buddhism spreading and Communication for the outside. Moreover, the researcher research of the opinion of people in the community which located around Wat Pai Lom was called “Nha Wat Pai Lom’s Community” by using research methodology both of in quantity and in quality. The researcher selected the population included people who stayed in and stayed out Nakorn Pathom. Including people who stayed in “Nha Wat Pai Lom’s Community” by purposive sampling. The researcher had taken 6 months in collecting data ranging from November 2008 to April 2009.

The research results on part of qualitative research were found that Luang Por Pool and Pra Nam Fon had different communication strategies. Luang Por Pool often used himself to communicate all of three developments. He also used the communication skills as a non-verbal communication. In the other hand, Pra Nam Fon often used verbal communication by direct speech. As the Communication for the outside on the period of Luang Por Pool, the communication for the outside results from the others of communications. For example, all of activities within Wat Pai Lom which were always formed became to be the communication for the outside. Moreover, his sacred objects were outstanding lead to communication by speaking spread widely. A message in speech was about the power of sacred objects. On part of Pra Nam Fon, he was outstanding about communication by mass media. From the results were found that most of communications were communicated by mass media such as newspapers, radio television and also internet. These medias were resulted by using receiver analyze. Therefore he could cover all of groups of receiver.

The research results on part of quantitative research were found that most of population agreed with the sentence was “they could use dharmic principle of Luang Por Pool for daily life” which was 61.72 percent, secondly they agreed with that “Luang

Por Pool was the good pattern” and “they changed their mind to be the good way for Buddhism” which was 73.45 percent. For Pra Nam Fon, most of population agreed with the sentence was “they could use dharmic principle of Pra Nam Fon for daily life” which was 31.38 percent. In addition most of them agreed with that “Pra Nam Fon was the person who could develop their community” which was 42.41 percent.

The part of Wat Pai Lom as a religious institution, most of population accepted that Wat Pai Lom was the good of religious institution by making jobs and giving education for people in the community which were 47.59 percent and 65.86 percent. Moreover, the part of Wat Pai Lom as a tourist attraction, most of population though that it did not make any bad effects for their daily life which was 34.48 percents. That means Wat Pai Lom developed into the correct way by developing both of mind of people and public benefit.

The difference of Communication Strategies of Luang Por Pool and Pra Nam Fon were resulted from their background such as personality and education. These factors effected to the style of communications. From the results that Luang Por Pool and Pra Nam Fon had the difference of personality and capability lead to the difference style of communications. However, the way to have the best communication, the sender should select the method of communication that appropriate with own personality. In addition, according to the results show that temple should develop the community which located around and the development should be both of mind of people and public benefit.