

การวิจัยและพัฒนากระบวนการนำเสนอจิตตปัญญาศึกษาสู่สาธารณะทางสื่อสังคมออนไลน์

A RESEARCH AND DEVELOPMENT OF INTRODUCING CONTEMPLATIVE EDUCATION TO PUBLIC ON SOCIAL MEDIA

เลิศศิริ สมบูรณ์ทรัพย์ 6138060 CECE/M

ศศ.ม. (จิตตปัญญาศึกษา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : สมสิทธิ์ อัสตรนธิ, Ph.D., สุปรีย์ส กาญจนพิศศาล, Ph.D.

บทคัดย่อ

“การวิจัยและพัฒนากระบวนการนำเสนอจิตตปัญญาศึกษาสู่สาธารณะทางสื่อสังคมออนไลน์” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อวิจัยและพัฒนากระบวนการนำเสนอจิตตปัญญาศึกษาสู่สาธารณะทางสื่อสังคมออนไลน์ 2. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์การนำเสนอจิตตปัญญาศึกษาสู่สาธารณะทางสื่อสังคมออนไลน์ 3. เพื่อศึกษาผลที่ผู้รับสารได้รับจากกระบวนการนำเสนอจิตตปัญญาศึกษาสู่สาธารณะทางสื่อสังคมออนไลน์ ขอบเขตการศึกษาคือกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2543 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปหรือเทียบเท่า และไม่รู้จักจิตตปัญญาศึกษามาก่อนโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

ก่อนเริ่มทำวิจัย ผู้วิจัยได้สำรวจสถานการณ์เบื้องต้นผ่านวิธีการ 2 รูปแบบ คือ 1.แบบสอบถามออนไลน์ ในกลุ่มคนทั่วไปที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ช่วงอายุ 18-33 ปีขึ้นไป จำนวน 187 คน 2.การทำสนทนากลุ่มกับกลุ่มศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันของศูนย์จิตตปัญญาศึกษา จำนวน 7 คน ผลการสำรวจสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยตกผลึก ปัจจัยอันเป็นจุดติดขัดที่เกี่ยวกับการรับรู้ศาสตร์จิตตปัญญาศึกษา อันได้แก่ 1.ตัวภาษาเฉพาะกลุ่ม 2.ความจำเป็นในการใช้เวลาเรียนรู้อย่างสืบเนื่อง 3.ความจำเป็นในการเรียนรู้ที่ต้องมีประสบการณ์ตรง 4.คำนิยาม-มุมมองในแบบกระแสหลัก ปัจจัยที่พบเหล่านี้รวมถึงองค์ประกอบความหมายของจิตตปัญญาศึกษาทั้ง 3 ประการ และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมตอบสนองของผู้บริโภค (AIDA Model) ทั้งหมดถูกนำมาใช้เป็นฐานคิดในการออกแบบสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบคลิปวิดีโอซีรีส์ “Say Hi จิตตปัญญา” จำนวน 4 ตอน ความยาว 5-10 นาทีต่อคลิป

บทสรุปการวิจัยเมื่อนำวิดีโอซีรีส์ “Say Hi จิตตปัญญา” จำนวน 4 ตอน เผยแพร่สู่สาธารณะ พบว่า คลิปวิดีโอที่ทำขึ้นส่งผลให้ผู้รับชมได้รับองค์ความรู้ 9 ประการ ได้แก่ 1. ผู้รับสารเป็นตัวตั้งต้นในการออกแบบการสื่อสาร 2. การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ 3. การนำเสนอที่มีความชัดเจน เปิดมุมมองให้รู้สึกเป็นเรื่องใกล้ตัว 4. ความเรียบง่าย ความสนุก โดยที่เคารพต่อเนื้อหาองค์ความรู้ 5. การสื่อสารที่สั้น กระชับ 6. เนื้อหาที่ทำให้ผู้รับสารเกิดการคิดทบทวนแง่มุมต่างๆ ในชีวิต 7. การให้ความหมายของจิตตปัญญาศึกษาในมุมที่หลากหลาย 8. การเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้วิจัยที่มีต่อการสื่อสารเรื่องจิตตปัญญาศึกษา 9. เทคนิคอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผลที่ได้ข้างต้น สามารถนำไปสู่การขยายกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มช่องทางการเผยแพร่สื่อตามช่องทางต่างๆ บนโลกออนไลน์ ตามการพัฒนาของเทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่ให้ผู้คนรู้จักจิตตปัญญาศึกษาต่อไป

คำสำคัญ : เจนเอเรชั่นวาย, จิตตปัญญาศึกษา, สื่อสังคมออนไลน์, การสื่อสาร

292 หน้า

A RESEARCH AND DEVELOPMENT OF INTRODUCING CONTEMPLATIVE EDUCATION TO PUBLIC ON SOCIAL MEDIA

LERTSIRI SOMBOONSUB 6138060 CECE/M

M.A. (CONTEMPLATIVE EDUCATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE :SOMSIT ASDORNNITHEE, Ph.D.,SUPREE KANJANAPISARN, Ph.D.

ABSTRACT

The purposes of the research and development of introducing Contemplative education to public on social media are 1. to research and develop the process of introducing Contemplative education to the public on social media. 2. to study the communicating product of Contemplative education to the public on social media. 3. to study the impact of communicating product on introducing Contemplative education to the public on social media. The scope of this research is Generation Y born between 1980 and 2000, with an education level of bachelor's degree or equivalent, who is not familiar with Contemplative education, used Research and Development methodology.

Prior to the research, the researcher had conducted a preliminary assessment through 2 methodologies: 1. online questionnaire from 187 persons who are undergraduates or graduated with a bachelor's degree, aged between 18-33 years old. 2. We were discussing with 7 alumnus and current students of Contemplative education centre. The results from this assessment had brought the researcher to realization that factors that obstruct the acknowledgement of the art of Contemplative education are (1) Jargons (2) The requirement of time for continuous learning (3) The requirement of first-hand experience and (4) Mainstream value/perspective. These factors, in combination with the three components of the meaning of Contemplative education and the concept about response behaviours of the consumer (AIDA model), utilized into the fundamental ideas behind the design of social media outlet in the form of video series called "Say Hi, Jittapanya". There are 4 episodes with a runtime of 5 to 10 minutes per episode.

The conclusion, after launching the "Say Hi, Jittapanya" video to the public, the videos have made the audience receive 9 pieces of knowledge: (1) Mainly design for your target audience (2) Effective Communication (3) A clear presentation broadened your perspective (4) Simplicity, entertainment, and respect for the original content (5) Use clear and concise language (6) Content that brings self-awareness (7) Give various definitions of Contemplative education (8) Changing the perspective of researcher toward Contemplative education (9) Other related techniques. From the above, results can be used to expand the target audience through various online platforms according to the development of technology to engage the audiences more about Contemplative education.

KEY WORDS : Generation Y, Contemplative education , Social media , Communication.

292 pages