

การสื่อสารนรงค์ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"



นาย ปรภายกาวิล ศรีจินดา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาโทศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-14-2466-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE COMMUNICATION CAMPAIGN FOR THE "SATJA-ATIT-TAN" PROJECT

Mr. Prakaikavin Srijinda

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-14-2466-3

481887

ประกายภาวิศ ศรีจินดา : การสื่อสารรณรงค์ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน". (THE COMMUNICATION CAMPAIGN FOR THE "SATJA-ATIT-TAN" PROJECT) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ, 232 หน้า. ISBN 974-14-2466-3.

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารรณรงค์ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงที่มาของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" ตลอดจนการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์กิจกรรมของโครงการให้เป็นที่รู้จักของสาธารณชน รวมถึงวิเคราะห์ถึงความสำเร็จของการสื่อสารรณรงค์ของโครงการ จากการมีส่วนร่วมของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับเรื่องของการตั้งสัจจะอธิษฐาน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสำคัญกับโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" จำนวน 5 คน โดยผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. โครงการ"สัจจะอธิษฐาน"เป็นหนึ่งในส่วนของกิจกรรมการรณรงค์เพื่อสร้างกระแสคุณธรรมภายใต้ยุทธศาสตร์การสื่อสารและรณรงค์ของศูนย์คุณธรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานเฉพาะด้านหน่วยงานหนึ่งของรัฐบาล ที่ได้รับการแต่งตั้งโดยตรงจาก ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ศูนย์คุณธรรมแบ่งการทำงานในการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการสื่อสารและรณรงค์ โดยมอบหมายให้บริษัทเอเยนซีต่าง ๆ รับผิดชอบโดยพิจารณาตามความชำนาญของแต่ละบริษัทฯ ในแต่ละด้าน จากประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา โดยมีศูนย์คุณธรรมเป็นผู้กำหนดและควบคุมแนวทางหลักของการนำเสนอ

2. การดำเนินกิจกรรมของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" ประกอบด้วยการผลิตและเผยแพร่สื่อต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้และประชาสัมพันธ์รณรงค์ให้ประชาชนรวมพลังตั้งสัจจะอธิษฐานเพื่อการปฏิบัติบูชา ในขั้นตอนของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ พบว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" มี 4 ขั้นตอน คือ (1) การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย (2) การกำหนดหรือวิธีการหรือรูปแบบ (3) การกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินงาน และ (4) การนำแผนไปปฏิบัติตามกระบวนการที่กำหนดไว้ ในกลยุทธ์ด้านเนื้อหาของสาร พบว่า มีการใช้กลยุทธ์สารที่หลากหลายแนวทาง คือ (1) การเน้นความทันสมัย, (2) การเน้นข้อความสะอาดดูสะอาดตา, (3) การใช้สัญลักษณ์ร่วม และ (4) การนำเสนอภาพพฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยคนมีชื่อเสียง ด้านกลยุทธ์การใช้สื่อมีการใช้สื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายและผสมกันไปหลายแนวทาง โดยมีโปสเตอร์ เป็นสื่อหลัก และสื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย อาทิ โทรทัศน์, วิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์, บิลบอร์ด, แบนเนอร์ รวมไปถึงสื่อทันสมัยอื่น ๆ อาทิ เว็บไซต์, เอ็ม-การ์ด และ อี-การ์ด เป็นต้น

3. การสรุปจำนวนบัตรสัจจะอธิษฐานและข้อความสัจจะอธิษฐานที่ส่งผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นจำนวน 283,096 บัตร ผลการจำแนกสัจจะอธิษฐานตามลักษณะข้อความ พบว่าข้อความสัจจะอธิษฐานร้อยละ 93.75 เป็นสัจจะอธิษฐานที่เป็นความตั้งใจ มุ่งมั่นที่จะทำความดี ตรงตามเจตนารมณ์ของศูนย์คุณธรรม โดยพบว่าสื่อบุคคลมีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ด้านความสำเร็จของโครงการฯ สามารถสรุปได้เป็น 3 ประเด็น คือ (1) ความแปลกใหม่ของการสื่อสารรณรงค์ด้านศาสนา, (2) ความคุ้มค่าของงบประมาณที่ใช้ในการกระตุ้นจิตสำนึกเกี่ยวกับการทำความดี, และ (3) การรวมพลังทางสังคม

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต
 สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
 ปีการศึกษา2548.....

4785229228 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: COMMUNICATION CAMPAIGN

PRAKAIKAVIN SRIJINDA : THE COMMUNICATION CAMPAIGN FOR THE "SATJA-ATIT-TAN" PROJECT. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROS.DR. KANJANA KAEWTHEP , 232pp. ISBN 974-14-2466-3.

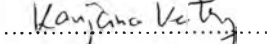
The objectives of the research of "The Communication Campaign for The SATJA_ATIT-TAN Project" is to study the origin of the project and to set up communication plan in order to promote it to the public. It also included the analysis of success of project's communication from the involvement of target receiver in this project, this research is a qualitative research, by reviewing documents analysis and conducting in-depth interview of 5 important persons in the project. The research found :

1. "The Communication: Campaign for The SATJA-ATIT-TAN Project" was a part of Moral Building activities under the strategic communication of Moral Center, which is the special task force of the government managed by Office of Knowledge Management and this center was directly established by prime-minister Taksin Shinawatra. Moral Center is divided into the part of production and public announcement works by giving them to various agencies, respectively to their skills, experiences, and background, while Moral Center still directing the presentation parts.

2. The activities in "The Communication Campaign for The SATJA-ATIT-TAN Project" was composed of productions and public announcements, in order to provide awareness and encourage people to set the vow. From the procedures of communication planning, researcher found that it was communication planning alone covered by 4 steps. These are; (1) Setting up communication goal (2) Setting up patterns (3) Setting up detailed procedures and (4) Implementation according to the plans. This research found that many message strategies were employed that: (1) Modernization (2) Using of striking words (3) Using of common sign and (4) Presentation of good behavior by celebrities. Media strategies were mixed by using postcard as the main channel, and others e.g. television, radio, printed material, billboard, banner and modern media for example Web-site, m-card, e-card, etc.

3. The number of postcards and vow messages submitted through various media were 283,096. The sorting of vow messages found that 93.75% was the vow to make good thing that matched the intention of Moral Center. The success of the Project could be summarized in 3 aspects: (1) Outstanding Religious Communication Campaign, (2) The worthiness of budget of this ability is to build moral, and (3) Socialization.

DepartmentPublic Relations..... Student's signature.....

Field of study ..Development Communication.. Advisor's signature.....

Academic year2005.....

กิตติกรรมประกาศ

“...หากความดีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะพอมืออยู่บ้าง ขออุทิศให้กับพ่อทองแดง บิดาผู้ล่วงลับไปแล้ว และคุณปู่ทองดี ผู้ที่เพิ่งจากไปก่อนที่จะเห็นความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เพียงไม่กี่วัน...”

ไม่เคยคิดมาก่อนว่าการทำ “วิทยานิพนธ์สักเล่มจะเป็นเรื่องที่ทำได้ “ยาก” และต้องใช้ “ความพยายาม” มากมายขนาดนี้ “ความยาก” ประการแรก คือความพยายามที่จะเอาชนะจิตใจด้าน “ไม่ดี” ของตัวเองในการกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกที่ “ดี” ให้ลุกขึ้นมาจัดสรรเวลาของตัวเองให้ได้ระว่างการทำงาน และการเรียน ส่วน “ความยาก” ประการต่อมา คือยากในการที่ต้องต่อสู้กับอะไรหลายอย่างที่ไม่เคยพบเคยเจอมาก่อนในชีวิตการศึกษา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ขอบพระคุณ รศ. ดร. กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ที่คอยให้คำแนะนำ ดิฉัน แก้วไข่ ติดตาม ตามได้ ความคืบหน้าของการทำวิทยานิพนธ์อย่างไม่เคยห่าง, รศ. ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการแนะนำแนวทางในการเก็บข้อมูลและถามความเป็นไปอยู่ เสมอ, วัดเจริญราชบุรีารุง และพระพี่เลี้ยงทั้ง 3 ท่าน สำหรับ “ช่วงเวลา” แห่งธรรมมะที่ทำให้ “เสี้ยว” หนึ่งของ “ชีวิต” ได้มีการหยุด “คิด” อย่างแท้จริง

ขอบคุณกำลังใจจากลูกน้องในแผนกที่น่ารักทุกคน โดยเฉพาะตุ๊ก ปิยาภรณ์ มีอหิมพ์อันดับหนึ่งกับความช่วยเหลือตลอดการศึกษา, เบนซ์ สำหรับความช่วยเหลือเล็กน้อยแต่เป็นเรื่องใหญ่ในใจเราเสมอ ขอบคุณเป็นพิเศษสำหรับทุนทรัพย์การศึกษาตลอดหลักสูตรจากคุณป้า นงนาฎผู้ที่หลานจะลืมไม่ลงจริง ๆ คุณแม่มายาผ่อง ที่ให้โอกาสได้มีชีวิตบนโลกใบนี้ พร้อมความรัก ความอบอุ่นที่มีอย่างสม่ำเสมอ และความไว้วางใจให้ใช้ชีวิตอย่างเต็มที่โดยที่ไม่เคยกำหนดหรือขีดเส้นทางให้เดินเลยสักครั้ง ขอบคุณกำลังใจจากเพื่อน ๆ ทุกสารทิศ ทั้งกอล์ฟ แจง เจียบ ที่ยังคงติดตามถามไถ่กันอย่างไม่เคยห่างหาย...ซึ่งสุด ๆ ครับ

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ทั้งที่จะได้กล่าวออกมา และไม่ได้กล่าวออกมาก็ตาม แต่ถึงอย่างไรก็ขอให้รู้ไว้ว่าไม่เคยลืมแน่นอน และท้ายที่สุด ขอขอบคุณ “ตัวเอง” กับ “วันเวลา” ที่ผ่านไป ทำให้มุมมองชีวิต “เปลี่ยนแปลง” ได้ มองเห็นโลกในอีกหลายด้านที่ “แตกต่าง” กว่าที่เคยเห็น และ “เข้าใจ” โลกมากกว่าที่เคยเป็น และในวันพรุ่งนี้ไม่ว่าเส้นทางข้างหน้าจะเป็นอย่างไร เราจะไม่กลับมาคิดเสียใจเพราะถือได้ว่า “ทำวันนี้ ดีที่สุดแล้ว...”

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของเรื่องการศึกษา	1
ปัญหาในการวิจัย	18
วัตถุประสงค์การวิจัย	18
ขอบเขตการวิจัย	18
นิยามศัพท์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย	19
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	20
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	21
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์	31
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการรณรงค์รูปแบบต่าง ๆ	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา	67
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	72
กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย	72
การกำหนดเครื่องมือในการวิจัย	73
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	78
การเก็บข้อมูลในการวิจัย	78
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลการวิจัย	79

บทที่ 4 ผลการวิจัย	80
ส่วนที่ 1 การศึกษาที่มาและลำดับการดำเนินงานของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	81
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับศูนย์คุณธรรม	81
ลำดับการดำเนินงานของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	86
- การดำเนินงานในยุคก่อนโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	86
- การสื่อสารรณรงค์ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	100
ส่วนที่ 2 การศึกษาแผนการประชาสัมพันธ์ รณรงค์กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	107
- การกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์	107
- กำหนดวิธีการหรือรูปแบบของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	112
- การกำหนดรายละเอียดและขั้นตอนของการดำเนินงาน	114
- การนำแผนงานไปปฏิบัติตามกระบวนการที่กำหนดไว้	122
- สรุปผลที่เกิดขึ้น	168
ส่วนที่ 3 การศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" เกี่ยวกับเรื่องของการตั้งสัจจะอธิษฐาน	172
- การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการตั้งสัจจะอธิษฐาน	172
- การสรุปประเภทการตั้งสัจจะอธิษฐาน	177
- ความสำเร็จของโครงการสัจจะอธิษฐาน	179
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	184
สรุปผลการวิจัย	184
- ส่วนที่ 1 ที่มาและลำดับการดำเนินงานของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	185
- ส่วนที่ 2 แผนการประชาสัมพันธ์ รณรงค์กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	189
- ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" เกี่ยวกับเรื่องของการตั้งสัจจะอธิษฐาน	198
อภิปรายผลการวิจัย	201
- ส่วนที่ 1 ที่มาและลำดับการดำเนินงานของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	201

- ส่วนที่ 2 แผนการประชาสัมพันธ์ รณรงค์กิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ “สัจจะอธิษฐาน”	203
- ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายของโครงการ “สัจจะอธิษฐาน” เกี่ยวกับเรื่องของการตั้งสัจจะอธิษฐาน	209
ข้อเสนอแนะ	212
- ข้อเสนอแนะทั่วไป	212
- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	214
รายการอ้างอิง	216
ภาคผนวก	221
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	232

สารบัญตาราง

ญ

		หน้า
ตารางที่ 1	สรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	22
ตารางที่ 2	การดำเนินกิจกรรมแยกตามรูปแบบสื่อ วัตถุประสงค์ และผู้รับผิดชอบ ...	121
ตารางที่ 3	ช่องทางในการกระจายสารของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน".....	144
ตารางที่ 4	รายละเอียดการเผยแพร่สื่อประเภทต่าง ๆ ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	168
ตารางที่ 5	ผลการเจงนั้บข้อความสัจจะอธิษฐานจำแนกตามลักษณะข้อความ และพฤติกรรม	179

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	เว็บไซต์ www.dharmastation.org	5
ภาพที่ 2	Mascot การ์ตูน "ดี" กับ "เดี๋ยว"	6
ภาพที่ 3	บัตร "สัจจะอธิษฐาน" ทั้ง 9 แบบ	7
ภาพที่ 4	ตัวอย่างภาพ E-card	8
ภาพที่ 5	ตัวอย่างภาพ M-card 12 แบบ	8
ภาพที่ 6	ตัวอย่างภาพ Mobile Advertising 18 แบบ	9
ภาพที่ 7	ภาพตัวอย่าง PP Board	9
ภาพที่ 8	ภาพคนในแวดวงไฮโซ ที่เข้าร่วมมรณงค์การตั้งสัจจะอธิษฐาน	10
ภาพที่ 9	ภาพที่ 9 ภาพการณรงค์การตั้งสัจจะอธิษฐานโดยดารา ศิลปิน	11
ภาพที่ 10	ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีร่วมมรณงค์การตั้งสัจจะอธิษฐานคู่กับ Mascot "ดี" และ "เดี๋ยว"	12
ภาพที่ 11	แสดงความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์ในฐานะเป็นส่วนหนึ่ง ของการสื่อสารทางการตลาด	41
ภาพที่ 12	แผนภาพโครงสร้างการบริหารงานของศูนย์คุณธรรม	86
ภาพที่ 13	แผนภาพโครงการการศึกษาและปฏิบัติสมาธิภาวนาวิสาขบูชา	90
ภาพที่ 14	แผนภาพโครงสร้างฝ่ายต่าง ๆ ของโครงการการรมณียสถาน อุทยานธรรมวิสาขบูชา	92
ภาพที่ 15	แผนภาพโครงสร้างการทำงานแต่ละฝ่ายของโครงการการรมณียสถาน	99
ภาพที่ 16	แผนภาพโครงสร้างความรับผิดชอบในการออกแบบและเผยแพร่สื่อ	102
ภาพที่ 17	แผนภาพ โครงสร้างการวางเป้าประสงค์ทางการสื่อสารโครงการ สัจจะอธิษฐาน	126
ภาพที่ 18	การตั้งสัจจะอธิษฐาน ของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี	130
ภาพที่ 19	ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พลตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร เป็น Presenter โครงการ "สัจจะอธิษฐาน"	132
ภาพที่ 20	ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีร่วมมรณงค์การตั้งสัจจะอธิษฐาน ร่วมกับ Mascot "ดี" และ "เดี๋ยว"	134
ภาพที่ 21	การณรงค์การตั้งสัจจะอธิษฐานโดยดารา ศิลปิน และแมสคอต ดี-เดี๋ยว ..	135

	หน้า
ภาพที่ 22	ภาพตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ ดี และ เดียว 137
ภาพที่ 23	โลโก้วันวิสาขบูชาที่เป็นสากล 140
ภาพที่ 24	แผนภาพโครงสร้างกลยุทธ์ด้านสารของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" 141
ภาพที่ 25	เว็บไซต์ www.dharmastation.org 149
ภาพที่ 26	เว็บไซต์ธรรมมะอื่น http://www.geocities.com/pavatp/ 149
ภาพที่ 27	เว็บไซต์ธรรมมะอื่น http://www.somkid.org/ 150
ภาพที่ 28	เว็บไซต์ธรรมมะอื่น http://www.manodham.com/ 150
ภาพที่ 29	ตัวอย่างบัตรสัจจะอธิษฐาน แบบที่ได้รับความนิยมที่สุดโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน 153
ภาพที่ 30	แผนภาพโครงสร้างการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของโครงการ "สัจจะอธิษฐาน" 1