

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ ภาค 7

The Buddhist Public Relation Model of Sangha Administration Section 7

พระสุวรรณเมธี (แสวง นวลใจ)

เทพประวิณ จันทร์แรง, ประเสริฐ บุปผาสุข, เยื้อง ปั่นแห่งเพ็ชร์

Phrasuwanmethee (Sawaeng Nuanchai)

Thepprawin Chanreang , Prasert Buppasuk, Yueng Pannengpetch

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Chiang Mai Campus

Corresponding Author, E-mail: phrasuwanmethee@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดและหลักการของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา 2) เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย และ 3) เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์นักวิชาการด้านศาสนาและนักการประชาสัมพันธ์

ผลจากการวิจัยพบว่า 1) แนวคิดและหลักการของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา จำแนกเป็น (1) แนวคิด หมายถึง การที่องค์กรศาสนาต้องการสื่อสารกิจกรรมของตนต่อสาธารณชน และ (2) หลักการ หมายถึง การที่พระพุทธเจ้าต้องการที่จะแสดงธรรมให้ผู้ฟังเข้าใจอุดมการณ์ของพระศาสนา

2) การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย มี 2 ลักษณะ คือ 1) ด้านรูปแบบ ใช้การประชาสัมพันธ์โดยตรง เช่น การสื่อสารต่อหน้า กับโดยอ้อม และ 2) ด้านขอบเขต คือ การประชาสัมพันธ์ภายในและ ภายนอกองค์กร กระบวนการประชาสัมพันธ์ยังคงรักษาแบบเหมือนในสมัยพุทธกาล แต่ในระยะ 10 ปีมานี้ เน้นนโยบายการประชาสัมพันธ์เชิงรุก มีการจัดทำโครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5 ทั่วประเทศ นำเสนอผลสำเร็จ ประกาศยกย่องให้เป็นหมู่บ้านต้นแบบ

3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 มี 6 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบเทศนาวิธี (2) รูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสาร (3) รูปแบบกิจกรรม (4) รูปแบบโครงการ (5) รูปแบบกิจวัตรประจำวัน และ (6) รูปแบบจารีตนิยม ซึ่งผู้วิจัยได้นำ ทั้ง 6 รูปแบบมาเป็นเครื่องมือแก้ปัญหา โดยใช้โครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5 เป็นตัวอย่าง คือ (1) ศึกษาปัญหาและผลกระทบ (2) กำหนดนโยบายป้องกันและปราบปราม (3) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร (4) จัดสรรงบประมาณที่เพียงพอ (5) กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และ (6) ประเมินผลการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์; การประชาสัมพันธ์เชิงพุทธ; คณะสงฆ์ไทย; คณะสงฆ์ภาค 7

Abstract

This article is of three objectives: 1) to examine the concept and principles of the public relations in Buddhism, 2) to investigate the Buddhist public-relations model of the Thai Sangha and 3) to explore the procedures of the public relations of the Sangha Administration Section 7. This is a qualitative study through interviews with religious and public relations scholars.

The results revealed the concepts and principles of public relations in Buddhism can be divided into two aspects viz., 1) the Concept: it referred religious organizations desire to spread their activities to the public and 2) Principle: It referred to the Buddha's wish to preach the Dhamma to the audience to follow the ideology of the religion.

Next, the public relations of the Thai Sangha involve two aspects: 1) style: it uses direct public relations principles like face-to-face and indirect communication. 2) Scope: it is internal and external public relations. In addition, the public relations process has retained the identical pattern as in the Buddha's time. However, in the past 10 years, the proactive public-relations policy has been consistently emphasized, with The Five Precepts Village Projects being developed across the country and successfully presented as a model village.

Lastly, the Buddhist public-relations model of the Sangha Region 7 consisted of six types: (1) method of preaching (2) the model of communication tools (3) model of activity (4) model of project (5) model of daily routine and (6) conservative. The researcher has adopted the six models as a tool to correct problems in the Five Precepts Village Project on the following issues: (1) to study the problems and impacts (2) to formulate prevention and suppression policies (3) to promote and develop the potential of personnel (4) allocates an adequate budget, (5) formulate a proactive public-relations policy and (6) evaluates public-relations results.

Keywords : Public relations; Buddhistic public relations; Thai Sangha Administration; Sangha Administration Section 7

บทนำ

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา เกิดขึ้นภายหลังการตรัสรู้เป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า เมื่อพระองค์ทรงใช้หลักประชาสัมพันธ์ในการประกาศพระศาสนา เห็นได้จากการส่งพระอรหันต์สาวก 60 รูป ไปประกาศพระศาสนา มีพระพุทธานุญาตรับรองว่า “ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอจงจาริกไป เพื่อประโยชน์สุขแก่ชนจำนวนมาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่หวิเวทและมนุษย์” (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 4 ข้อ 32: 40) จากพระพุทธานุญาตนี้ แสดงให้เห็นว่า พระพุทธเจ้าและเหล่าพระสาวกได้ทำการสื่อสารกับปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้ทรงนำวิธีการเข้าถึงธรรมสูงสุดไปพัฒนาสังคม จนเป็นที่ประจักษ์ได้ถึง การเปลี่ยนแปลงที่ปรากฏขึ้นในสังคมอินเดียในสมัยนั้น (ทัศนีย์ เจนวิถีสุข, 2554: 124) การประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนาเริ่มแรกนั้น มีรูปแบบที่ปรากฏในพุทธกิจ 5 ประการ ได้แก่ เวลาเช้าเสด็จออกบิณฑบาต เวลาเย็นทรงแสดงธรรม ย่ำค่ำประทานโอวาทแก่เหล่าภิกษุ เวลาเที่ยงคืนตอบปัญหาเทวดา เวลาใกล้รุ่งทรงพิจารณาหาบุคคลที่สามารถบรรลุธรรมได้ และที่ยังไม่สามารถบรรลุธรรม (รังสี สุหนต์, 2549: 14) สามารถสรุปลงในหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ สัจธรรมอันเป็นวัตถุดิบ ศักยภาพในการเข้าถึงสัจธรรม และการเผยแผ่สัจธรรมที่พระองค์ได้ทรงเข้าถึง ไปสู่สังคมทั้งน้อยและใหญ่

การประชาสัมพันธ์เริ่มแรกนั้น ประสบผลสำเร็จอย่างยิ่ง มีผู้เลื่อมใส ศรัทธา และได้รับประโยชน์จำนวนมาก ทำให้ในกาลต่อมา เมื่อจำนวนศาสนิกชนเพิ่มมากขึ้น ได้สร้างปัญหา หรือผลกระทบด้านความเสียหายตามมา เช่น มีการประพฤติตนไม่เหมาะสม ของสาวกบางรูป เป็นเหตุให้สังคมตำหนิ ตีเตียน เพื่อการแก้ปัญหา และป้องกันผลกระทบดังกล่าว พระพุทธเจ้าจึงทรงพัฒนาการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ เช่น การฟังธรรม เป็นต้น ตามที่ปรากฏในพุทธกิจ มาเป็นการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากขึ้น เช่นการบัญญัติพระวินัยโดยการนำเสนอของพระสาวกบุตร เกิดเป็นรูปแบบการปกครองตามพระธรรมวินัยขึ้น แต่ยังคงเป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะการประกาศโฆษณาปากต่อปาก หรือรูปแบบมุขปาฐะ จนมาถึงยุคพระเจ้าอโศกมหาราช จึงได้มีการจารึกหลักธรรมคำสอนลงในหินศิลาเป็นครั้งแรก (พระธรรมปิฎก ประยุทธ์ ปยุตโต, 2540: 339.) และอาศัยความจำเป็นในด้านการปกครอง และสภาพแวดล้อมของสังคม ทำให้การประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนามีการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาตามลำดับ โดยสรุป มี 5 ลักษณะ ได้แก่ (1) มีพุทธาณุญาตให้มีการแต่งตั้งพระภิกษุผู้มีคุณสมบัติเพียบพร้อมเป็นคณะปาโมกข์ (หัวหน้าคณะ) มีชื่อเรียกว่า ครู อุปัชฌาย์ หรืออาจารย์ (2) มีการบัญญัติพระธรรมวินัยเพิ่มเติมส่วนที่ยังไม่ครอบคลุมซึ่งภิกษุบางรูปได้กระทำล่วงละเมิดโดยอสังคยาบางอย่าง เรียกว่า อนุพุทธบัญญัติ (3) เมื่อเห็นว่าสิกขาบทบางอย่างที่ประกาศใช้แล้ว เป็นประโยชน์ในบางพื้นที่ แต่เกิดปัญหาแก่การดำรงชีวิตในบางพื้นที่ ทรงมีพุทธาณุญาตให้ยกเลิกสิกขาบทข้อนั้นได้ เช่น กรณีทรงบัญญัติไม่ให้สวมรองเท้าพื้นหนา (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 2 ข้อ 245: 14) (4) ประกาศหลักการที่ถูกต้องเหมาะสมไว้สำหรับเป็นเครื่องมือในการตัดสินความถุกผิดในกรณีที่เกิดข้อสงสัยในข้อปฏิบัติโดยมีหลักธรรมเหล่านี้ คือ มหาปเทศ 4 (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 5 ข้อ 305: 139-140.) ตถาคตพจน์ 4 (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 30 ข้อ 83: 291) หลักวินิจฉัยพระธรรมวินัยเพื่อพิจารณาว่า เข้ากับหลักเกณฑ์หรือไม่ (ปฐมัม บัญญัติตัน, 2550: 95) และ ข้อวินิจฉัยในกาลามสูตรสำหรับใช้ในการพิจารณาหลักความเชื่อต่างๆ นั้นว่าถูกต้องหรือไม่ (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 20 ข้อ 66: 255-257) (5) ในบางช่วง ที่การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง หรือขาดประสิทธิภาพ คณะสงฆ์จะประชุมกันเพื่อนำหลักการพระธรรมวินัยมาตรวจสอบ และสร้างเป็นกรอบแห่งการปฏิบัติร่วมกัน เช่นการสังคายนาพระธรรมวินัยครั้งที่ 1

ส่วนการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย ปรากฏรูปแบบผ่านการบริหาร การจัดการคณะสงฆ์จากส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาค ได้แก่ มหาเถรสมาคม เจ้าคณะหน เจ้า

คณะภาค เจ้าคณะจังหวัด เจ้าคณะอำเภอ เจ้าคณะตำบล และเจ้าอาวาส ซึ่งเป็นผู้ปกครองในส่วนที่เล็กที่สุด แต่มีหน้าที่รับผิดชอบงานปกครองและบริหารคณะสงฆ์ที่สำคัญที่สุด เพราะถือว่าเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยมีการบริหารจัดการจากกรรมการมหาเถรสมาคม ก่อนที่จะส่งมอบคำสั่งไปยังคณะผู้บริหารส่วนต่างๆ ลงไปเป็นทอดๆ ซึ่งในช่วงแรกนั้น ลักษณะการประชาสัมพันธ์ จะมีลักษณะเป็นการประกาศคำสั่ง หรือประกาศให้ทราบ ลงเลขที่กำกับ โดยรูปแบบจดหมาย ต่อมาได้พัฒนารูปแบบตามหน่วยงานราชการ ผ่านเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย เช่น การประกาศข้อมูล การสืบค้นข้อมูล สารสนเทศ การแนะนำ หรือการนัดหมายประชุม ยกตัวอย่างเว็บไซต์ของแม่กองบาลีสนามหลวง ซึ่งจะบอกกำหนดการสอบไว้ล่วงหน้า เพื่อให้นักเรียนเตรียมตัวพร้อมตั้งแต่เนิ่นๆ ได้ มีความพร้อมที่จะเข้าสู่สนามสอบ เป็นต้น (สำนักงานแม่กองบาลีสนามหลวง, 2561: ออนไลน์) ส่วนคำสั่งพิเศษที่เป็นความลับเฉพาะหน่วยงาน ยังใช้จดหมายปิดผนึกเช่นเดิม และการประชุมในองค์กร ดังนั้น งานด้านประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย จึงแบ่งเป็นสองลักษณะ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ที่ยังคงยึดรูปแบบเดิมจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาด้านโครงสร้างไปมากกว่าเดิม แต่ก็พัฒนาตามกรอบรูปแบบเดิม คือ ยังใช้โครงสร้างการบริหารงานเก่าๆ อยู่ เพิ่มเติมเพียงรูปแบบให้สะดวกและทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบันเท่านั้น และการประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะสอดคล้องกับสังคมปัจจุบันโดยผสมผสานกับการโฆษณาร่วมด้วย สามารถแบ่งออกเป็นระดับมหาเถรสมาคม เป็นรูปแบบการประชุมแล้วจึงสรุปเป็นนโยบาย หรือหลักการที่จะปฏิบัติต่อไป ตั้งแต่ระดับเจ้าคณะหนลงมาถึงเจ้าอาวาส ปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยรูปแบบต่างๆ มีการจัดโครงการสนับสนุนคุณธรรม เช่นหมู่บ้านรักษาศีล 5 เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ภาค 7 ที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่มีคุณภาพ ได้แก่ สื่อ วิธีการหรือรูปแบบ เครื่องมือสื่อสาร หรือเครื่องอำนวยความสะดวก บุคลากรในองค์กร คนในชุมชนที่ให้ความร่วมมือด้วยดี มีระบบการประเมินผลเพื่อชี้ข้อบกพร่อง สำหรับปรับปรุง แก้ไขการประชาสัมพันธ์ในคราวต่อไป มีการจัดเก็บข้อมูลไว้เพื่อทำสถิติ รวมถึงงบประมาณที่เหมาะสมเพียงพอสำหรับดำเนินการด้วย แต่จากการเข้าไปศึกษาพบว่า หลักฐานที่สามารถใช้เป็นเอกสารอ้างอิง ยังมีไม่มากนัก ซึ่งอาจเกิดจากปัญหาการเก็บรวบรวม อย่างถูกต้อง และเป็นระบบ ทำให้ผู้ศึกษาเห็นว่า ควรแก้ไขให้ถูกต้อง จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 เพื่อเป็นหลักฐานอ้างอิงในงานวิจัยสำหรับผู้สนใจต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาแนวคิดและหลักการของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา
- 2) เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย
- 3) เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน โดยศึกษาและสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก การบันทึก และการนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์จะดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1) ขอบเขตของการวิจัย

1.1) ขอบเขตด้านเนื้อหา

สำหรับขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อเป็นกรอบในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- (1) ศึกษาแนวคิดการประชาสัมพันธ์ตามทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ทั่วไป ที่มีสัมพันธ์กับสมาชิกในสังคม และสิ่งแวดล้อม
- (2) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในพระพุทธศาสนา รวมถึงลักษณะที่เข้ากับการประชาสัมพันธ์ที่พระพุทธเจ้า เหล่าพระอริยสาวก และพุทธบริษัท ๔ ใช้ในการสื่อสารกันและกัน
- (3) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทยด้านต่างๆ มีรูปแบบปัญหา รวมถึงวิธีแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหลักฐานการใช้
- (4) ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ภาค ๗ ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน ในด้านต่างๆ มีแนวคิด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านต่างๆ ลักษณะที่เป็นรูปแบบ ปัญหา รวมถึงวิธีแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์

1.2) ขอบเขตด้านเอกสาร

สำหรับการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้กำหนดและวางขอบเขตไว้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

(1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็นต้น ที่ปรากฏในพระพุทธรูปศาสนาจากเอกสาร และงานวิจัย ชั้นปฐมภูมิ ได้แก่ พระไตรปิฎก อรรถกถา คัมภีร์ปกรณ์วิเสส และข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัยของนักวิชาการ และงานวิจัยของสถาบันศึกษาต่างๆ

(2) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็นต้น ในสาขาต่างๆ จากหนังสือ เอกสาร ตำราวิชาการ และงานวิจัยด้านประชาสัมพันธ์

(3) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็นต้น ของคณะสงฆ์ไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันที่ปรากฏในเอกสาร ตำราวิชาการ และงานวิจัยด้านประชาสัมพันธ์ทั่วไป และที่ปรากฏในพระพุทธรูปศาสนา

(4) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธด้านต่างๆ มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์เป็นต้น ของคณะสงฆ์ภาค ๗ จากเอกสาร ตำราวิชาการ งานวิจัย และจากแบบสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง ๖ ท่าน มีฝ่ายพระราชกฤษฎีกาชั้นปกครองในภาค ๗ และนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และวัฒนธรรม

1.3) ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยจะได้สัมภาษณ์ทัศนคติเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ มีหลักการให้การประชาสัมพันธ์ หลักการแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์คณะสงฆ์ของพระพุทธเจ้า จากกลุ่มประชากร 3 ประเภท ได้แก่

(1) พระเถระผู้เป็นพระราชกฤษฎีกาชั้นปกครองคณะสงฆ์ภาค 7 ระดับเจ้าคณะจังหวัดจำนวน 3 รูป

(2) นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน ผู้ชำนาญด้านการประชาสัมพันธ์ ระดับจังหวัด

(3) ชาวบ้านที่ถูกเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 3 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน จังหวัดละ 1 หมู่บ้าน

2) ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

2.1) เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ชุดคำถามเพื่อการวิจัยไปเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านพระพุทธศาสนาและด้านการประชาสัมพันธ์

2.2) การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) ศึกษาทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ทั่วไป

(2) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนาพร้อมทั้งบริบทที่เกี่ยวข้อง

(3) ศึกษาการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทยในด้านต่างๆ มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ปัญหา ผลกระทบ และการแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์

(4) ศึกษาการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค ๗ อันประกอบด้วยคณะสงฆ์จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และแม่ฮ่องสอน ในบริบทของการประชาสัมพันธ์ มีด้านความหมาย ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ รูปแบบ ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์

2.3) ขั้นตอนการดำเนินการเก็บข้อมูล

(1) ออกแบบชุดคำถามเพื่อการวิจัย เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา ของคณะสงฆ์ไทย และของคณะสงฆ์ภาค ๗ เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านพระพุทธศาสนาและการประชาสัมพันธ์ได้พิจารณาตรวจสอบ แนะนำและแก้ไขชุดคำถามต่อไป

(2) นำชุดคำถามเพื่อการวิจัยไปเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านพระพุทธศาสนาและด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเก็บข้อมูลจากทัศนคติได้

(3) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน จังหวัดละ ๑ หมู่บ้าน

3) วิเคราะห์ ประเมินผล อภิปราย และสรุปผล

4) สรุปและเสนอแนะผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 โดยแบ่งออกเป็นสามส่วน คือ แนวคิดและหลักการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย และรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 สามารถสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1) แนวคิดและหลักการของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา

แนวความคิดการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา มีจุดกำเนิดมาจากพระประสงค์ของพระพุทธเจ้าที่จะประกาศศาสนธรรม มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) แนวความคิดการประชาสัมพันธ์ เกิดจากพระมหากรุณาธิคุณของพระพุทธเจ้า

ที่ทรงประสงค์จะอนุเคราะห์เหล่าไฉนสัตว์ด้วยพระสัทธรรมเทศนา เพื่อให้พ้นจากทุกข์ อันเป็นเป้าหมายหรือพระประสงค์หลักของการบำเพ็ญบารมี

(2) แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา มีลักษณะเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีงาม ยกตัวอย่างการรับทราบพระเกียรติยศ จากการยอมรับของสังคม ปรากฏในเวรัญชกัณฑ์ มีพระเกียรติยศ ว่า “แม้เพราะเหตุนี้ พระผู้มีพระภาคพระองค์นั้น เป็นพระอรหันต์ ตรัสรู้ด้วยพระองค์เองโดยชอบ เป็นต้น” (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 1 ข้อ 1: 1)

(3) แนวคิดการประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเปิดเผยคุณสมบัติที่สมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความต้องการที่จะเข้ามาเป็นส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย ยกตัวอย่าง การโปรดอุปกชีวกในระหว่างทางจะเสด็จไปเมืองพาราณสี (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 4 ข้อ 11: 17)

(4) แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ปัญหา มีความคิดไม่ลงรอยกันในบางเรื่อง ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับความเชื่อ การปฏิบัติ ที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่าง กรณีการวินิจฉัยสิกขาบทเล็กน้อย ในขุททนาขุททกสิกขาบทกถา พระพุทธเจ้าตรัสไว้ว่า “อานนท์ เมื่อเราล่วงไป สงฆ์หวังอยู่ ก็พึงถอนสิกขาบทเล็กน้อยได้” (พระไตรปิฎกภาษาไทย เล่ม 7 ข้อ 441: 382)

(5) แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อรักษาพระธรรมวินัย เป็นแนวทางการจัดการปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงแห่งพระพุทธศาสนา เกิดขึ้นเมื่อมีเหตุการณ์ที่พระสงฆ์บางกลุ่มได้ประพฤติตนหรือแสดงทิวทัศน์ที่ขัดแย้งกับพระธรรมวินัย โดยวิธีการนำพระธรรมวินัยมาแสดงเพื่อทบทวนความเข้าใจกันให้ถูกต้องและมีมติรองรับ เรียกว่า กาสังคายนา

(6) แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อปฏิรูปคำสอน มีสองกรณี ได้แก่ การปฏิรูปให้ถูกต้องกับพระธรรมวินัยเดิม และการปฏิรูปเพื่ออธิบายพระธรรมวินัยในลักษณะใหม่ ซึ่งในยุคหลังพุทธกาล ได้ปรากฏลักษณะดังกล่าวเป็นระยะๆ

(7) แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อรักษาจารีตนิยม มีลักษณะปรากฏในคำสอนยุคหลังพุทธกาล เช่น คณะสงฆ์ฝ่ายเถรวาทได้รักษาแนวทางคำสอนที่เกิดจากการสังคายนาพระธรรมวินัยครั้งแรกอย่างเหนียวแน่น หรือมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และลักษณะที่เป็นคำสอนเชิงอนุรักษ์ ในฝ่ายมหายาน ซึ่งในตอนแรกได้เปลี่ยนแปลงคำสอนให้เข้ากับสังคม สิ่งแวดล้อม และยุคสมัย ต่อมาได้รักษาระเบียบที่เปลี่ยนแปลงมาแล้วนั้น อย่างเหนียวแน่นเช่นกัน

2) การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย

การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทยในอดีตจนถึงปัจจุบันนั้น มีทั้งลักษณะที่คล้ายและแตกต่างกัน ทั้งในเนื้อหาและวิธีการปฏิบัติ เนื่องจากได้รับอิทธิพลมาจากบริบทของการปกครองและสิ่งแวดล้อม ทั้งในพระพุทธศาสนาและสังคม จากการศึกษา พบลักษณะการประชาสัมพันธ์ในส่วนของคณะสงฆ์ไทย ดังนี้

(1) การประชาสัมพันธ์แบบชี้แจง เพื่อให้ทราบและปฏิบัติคำสั่ง เช่น การประชาสัมพันธ์กฎระเบียบข้อบังคับอันเป็นพระธรรมวินัย การประชาสัมพันธ์ระเบียบและอำนาจการปฏิบัติการ ที่มาจากกฎระเบียบการปกครองคณะสงฆ์ เรียกว่า พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ และการประชาสัมพันธ์ถึงอำนาจการสั่งการของบุคคลกรที่ได้รับแต่งตั้ง ในตำแหน่งผู้ปฏิบัติหน้าที่ในเขตปกครองของตนเอง เพื่อให้ง่ายต่อการปกครอง

(2) การประชาสัมพันธ์การศึกษา เป็นงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับอิทธิพลมาจากวิธีปฏิบัติ เพื่อพัฒนาตนเองอันเป็นเป้าหมายหลักในการประกาศศาสนาธรรม มีคุณลักษณะการประชาสัมพันธ์สามประการ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ด้านการศึกษาภายในองค์กร เรียกว่า ปรียัติธรรม ต่อด้วยการลงมือปฏิบัติเพื่อนำทฤษฎีทางปรียัติไปพิสูจน์เรียกว่า ปฏิบัติธรรม และในขณะที่ปฏิบัติการอยู่นั้น ผลลัพธ์ออกมาอย่างไร ผู้ปฏิบัติสามารถรู้ด้วยตนเองแห่งผู้ปฏิบัติเรียกว่า ปฏิเวธธรรม, การประชาสัมพันธ์ด้านการศึกษาภายนอกองค์กร ได้รับอิทธิพลมากจากหลักการในพระพุทธศาสนา ทั้งยังได้รับอิทธิพลจากการปกครองส่วนอาณาจักร และเป็นความคาดหวังของสังคมส่วนหนึ่ง มีลักษณะสามอย่าง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยตรงอันเกิดจากกิจวัตรประจำวันขององค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย เช่นการบิณฑบาต การสนทนา, การประชาสัมพันธ์โดยผ่านรูปแบบกิจกรรม เช่น การถวายทาน รักษาศีล และฟังธรรมเทศนาในวันธัมมัสสวนะ การอบรมสมณะวิปัสสนาในวัดที่มีโครงการจัดปฏิบัติธรรมให้แก่บุคคลทั่วไป เป็นต้น

(3) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของคณะสงฆ์ไทย แบ่งออกเป็นสามประเภท ได้แก่ กิจกรรมภายในคณะสงฆ์ไทยมีการปกครอง เช่น การควบคุมดูแลความประพฤติบุคลากร พัฒนาศาสนสถาน รวมถึงสาธารณูปโภค และการส่งเสริมศักยภาพ เช่น การส่งเสริมการศึกษา การอบรมความรู้ รวมถึงการเผยแผ่ศาสนาธรรมเชิงรุก เช่นการอบรมพระธรรมทูตสายต่างประเทศ การแสดงธรรมผ่านช่องทางสื่อวิทยุ โทรศัพท์ และออนไลน์ เป็นต้น, กิจกรรมเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์และการเมือง เช่นการบำเพ็ญพระราชกุศลในวโรกาสสำคัญต่างๆ มีการปฏิบัติธรรมเพื่อถวายเป็นพระราชกุศล เช่น วันพ่อแห่ง

ชาติ วันแม่แห่งชาติ อันเป็นวันคล้ายพระราชสมภพ, และกิจกรรมเกี่ยวกับสังคม เช่นเรื่องเกี่ยวกับการให้ทาน รักษาศีล เจริญภาวนา มีลักษณะเป็นการเชิญชวนให้เข้ามาวัด และการเปิดอบรมวิปัสสนากรรมฐานประจำวันหยุด

(4) การประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์สองประเภท ได้แก่ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากวิถีปฏิบัติ และวิถีชีวิตของพระสงฆ์ในสมัยพุทธกาล ยกตัวอย่าง ทรงสอนเรื่องการเคารพทิศ 6 ของสิ่งคาลกมาณพ จากที่กราบไหว้ทิศแบบไร้เป้าหมาย ให้หันมากราบไหว้ทิศแบบมีจุดมุ่งหมาย ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง โดยได้สร้างบุคคลที่มีอุปการคุณไว้ประจำไว้ในทิศต่างๆ เพื่อให้มาณพได้สักการะและปฏิบัติชอบ โดยมีตนเองเป็นจุดศูนย์กลาง

(5) การประชาสัมพันธ์โครงการฯ แก้ปัญหาหรือส่งเสริมคุณภาพชีวิต เช่น การรณรงค์ใช้โครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5 สำหรับแก้ปัญหาสังคม เช่น การทำร้ายร่างกาย การลักทรัพย์ การประทุษร้ายศีลธรรม การโกหก หลอกลวง และการดื่มน้ำเมา เป็นต้น ซึ่งมีระยะการดำเนินงาน 3 ระดับ ได้แก่ ได้แก่ ระยะเร่งด่วน เร่งดำเนินการ 3 เดือน ให้ได้ผล ระยะปานกลาง กำหนดให้มีการดำเนินการในระยะเวลา 1 ปี ให้บุคคล และหน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบ ได้เร่งประชาสัมพันธ์รณรงค์ เชิญชวนให้พุทธศาสนิกชน ครอบครัว หมู่บ้าน สถานศึกษา และหน่วยงาน สมัครเข้าร่วมโครงการฯ และรักษาศีล 5 ไม่น้อยกว่า 50% เปอร์เซ็นต์ของจำนวนประชากรทั้งหมด และระยะยาว ใช้เวลาดำเนินการ 3 ปี ให้ผู้รับผิดชอบประชาสัมพันธ์โครงการฯ เพื่อเพิ่มสมาชิกในสัดส่วน 80% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในหมู่บ้าน

3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7

การประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 หมายถึงการที่พระภิกษุสงฆ์ผู้มีสังกัดในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน ได้สัมพันธ์กับบุคลากรภายใน มีพระภิกษุสามเณร เป็นต้น และบุคลากรภายนอก มีอุบาสก อุบาสิกา และสาธารณชน ผ่านรูปแบบการเผยแผ่ศาสนาธรรมต่างๆ ที่มีวิธีการและวัตถุประสงค์ตรงตามหลักการประชาสัมพันธ์ของพระพุทธเจ้า มีการแสดงธรรม เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธหลักลักษณะ ได้แก่ รูปแบบเทศนาวิธี รูปแบบการสื่อสาร รูปแบบกิจกรรม รูปแบบโครงการ รูปแบบกิจวัตรประจำวัน และรูปแบบจารีตนิยม ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบเทศนาวิธี ของคณะสงฆ์ภาค 7 ที่ปรากฏให้เห็นโดยปกติ จะอยู่ในรูปแบบของเทศนาวิธี ซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิม สืบทอดมา

ตั้งแต่สมัยพุทธกาล ที่ได้รับอิทธิพลมาจากการปกครองของพม่า ผสมผสานกับประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อของท้องถิ่น ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะตน และปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากคณะสงฆ์ส่วนกลาง ที่มีรูปแบบการปกครองสองส่วน คือ ยึดรูปแบบตามพระธรรมวินัยเดิม และอยู่ภายใต้การปกครองของรัฐ ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ไทย จึงทำให้เกิดเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ภาค 7

2) การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นช่องทางในการเผยแพร่กิจกรรมที่ต้องการให้สังคมเกิดความรู้ เข้าใจ และให้ความร่วมมือโดยการสนับสนุนแนวคิด โครงการและงบประมาณ ไม่คัดค้านแต่อย่างใดแบ่งออกเป็นสองลักษณะ ได้แก่ การสื่อสารโดยตรง มีลักษณะเป็นการทำความเข้าใจระหว่างคนสองคนขึ้นไป รวมถึงเป็นหมู่คณะใหญ่ อีกอย่างหนึ่ง เป็นการบำเพ็ญกิจวัตรของคณะสงฆ์ เช่นการออกรับบิณฑบาต เป็นต้น, การสื่อสารผ่านเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสาร เช่นรายการวิทยุ โทรทัศน์ หรือการถ่ายทอดสดผ่านโปรแกรมแอปพลิเคชันมือถือ เป็นต้น

3) การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบกิจกรรม มีลักษณะของการอบรมหรือการจัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทั้งในและนอกองค์กร เนื่องจากรูปแบบกิจกรรมมีโครงสร้างการพัฒนาที่ชัดเจน เป็นระบบ ขั้นตอน มีงบประมาณในการดำเนินการ และสามารถแบ่งหน้าที่การทำงานได้อย่างชัดเจน โดยมากแบ่งกิจกรรมหรือโครงการออกเป็นสองรูปแบบ คือ กิจกรรมภายในมีการจัดการและการเผยแพร่หลักธรรมในพระพุทธศาสนา, กิจกรรมสัมพันธ์กับชุมชน มีลักษณะเป็นการประชาสัมพันธ์ภาคสังคมด้านการเผยแพร่หลักคำสอนตามช่องทางสื่อสารต่างๆ การเผยแพร่หลักธรรมสำหรับยึดเอากลุ่มที่สนใจเป็นเป้าหมาย การเผยแพร่ธรรมไปสู่เยาวชนตามสถานศึกษาต่างๆ ที่มีการเปิดสอนวิชาพระพุทธศาสนา

4) การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบโครงการ เช่นโครงการหมู่บ้านรักษาศีลห้า ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน เพื่อแก้ปัญหาชีวิตและสังคมมีปัญหานี้สึนและอาชญากรรม โดยการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงโทษของการไม่มีศีลและอานิสงส์ของศีล เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ถูกต้อง คอยควบคุมสมาชิกให้หมั่นปฏิบัติตามแนวทางของศีลอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้กิจกรรม การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ หรือการเก็บสะสมแต้ม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสม และแนวทางส่งเสริมกิจกรรมอันก่อให้เกิดรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชน โดยเฉพาะสมาชิกที่ยากจน มีรายได้น้อยหรืออยู่ในวัยเกษียณอายุ ภายใต้ข้อกำหนดของศีล และคอยพัฒนาพุทธสถาน สิ่งแวดล้อม

ภายในชุมชน ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธ ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำรายได้สู่ชุมชน ทั้งยังเป็นฐานการพัฒนาสังคมด้านอื่นๆ

5) การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบกิจวัตรประจำวัน เช่น กิจวัตรที่มาในพุทธกิจของพระพุทธเจ้ามีการเสด็จบิณฑบาตโปรดเหล่าเวไนยสัตว์เป็นต้น และกิจวัตรของพระสงฆ์ไทย 10 อย่าง มีการกวาดอาวาส วิหาร ลานพระเจดีย์เป็นต้น

6) การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบจารีตนิยม เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ใช้หลักการปฏิบัติตนตามหลักธรรมคำสั่งสอนในพระพุทธศาสนาที่ใช้ความเชื่อในขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีเป็นช่องทางเผยแพร่คำสอนและข้อปฏิบัติที่ถูกต้อง เช่น รูปแบบประเพณีบำเพ็ญกุศล มีการบำเพ็ญบุญกุศลเพื่ออุทิศให้แก่บรรดาญาติที่ล่วงลับไปแล้ว ในประเพณีสงกรานต์ ลอยโคม ทอดผ้าป่าแถว ขึ้นธาตุเดือนเก้า ตานตุ้ง ปอยหลวง และสืบชาติตาลำน้ำ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของจารีตนิยมนั้น จึงแบ่งส่วนสำคัญออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นข้อปฏิบัติในพระพุทธศาสนา และส่วนที่เป็นกิจกรรม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการตอบสนองความเชื่อดั้งเดิมโดยการบำเพ็ญกุศลทางพระพุทธศาสนา

อภิปรายผล

แนวความคิดการประชาสัมพันธ์ อันเกิดจากพระมหากรุณาธิคุณของพระพุทธเจ้าที่ทรงประสงค์จะอนุเคราะห์เหล่าเวไนยสัตว์ด้วยพระสัทธรรมเทศนา เพื่อให้พ้นจากทุกข์ เป็นเป้าหมายหรือพระประสงค์หลักของการบำเพ็ญบารมี มีลักษณะ คือ แนวความคิดการประชาสัมพันธ์ในยุคก่อนพุทธกาล มีลักษณะผสมผสานกับวิถีชีวิต ในรูปแบบของสื่อสารประจำวัน เช่นการพูดคุยนทนา การสื่อสารทางกิริยามีการยิ้มแย้ม หรือเสร์้าโสก ส่วนที่มีอิทธิพลต่อชีวิต มาจากทัศนคติการดำรงชีวิต ซึ่งแบ่งแยกมนุษย์ในสังคมออกเป็นลักษณะเฉพาะตน นำมาซึ่งหน้าที่หรืออาชีพ สำหรับการประชาสัมพันธ์ก่อนยุคพุทธกาลที่ปรากฏในพระพุทธศาสนา เป็นเรื่องราวชีวประวัติ ในอดีตชาติหลายร้อย หลายพัน หลายหมื่น กับหรือหลายร้อยช้อยกับ ที่ทรงประสงค์จะนำมาแสดง เพื่อประกอบการแสดงธรรม ซึ่งในเรื่องอดีตเหล่านั้น ยังได้ระบุลักษณะของการประชาสัมพันธ์ไว้หลายอย่าง ยกตัวอย่างลักษณะการประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในพระราโชวาทของพระเจ้าจักรพรรดิที่ตรัสแก่เหล่าพระราชาทั่วแคว้นว่า “พวกท่านไม่พึงฆ่าสัตว์ ไม่พึงถือเอาสิ่งของที่เจ้าของเขาไม่ได้ให้ ไม่พึงประพฤติผิดในกาม ไม่พึงพูดคำเท็จ ไม่พึงตีม้าเมา และจงครองราชย์สมบัติไปตามเดิมเถิด”

ประเภทการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธ

รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ภาค 7 พบว่า มีลักษณะที่เข้ากับวิธีการของพระพุทธเจ้า 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1) ประเภทเทศนาวิธี เป็นเครื่องมือสื่อสารที่พระพุทธเจ้าทรงใช้ในการประกาศศาสนธรรม มีลักษณะแห่งเทศนาวิธี ได้แก่ การแสดงธรรม มีการแสดงธรรมจกกับปวัตตสูตรแก้ปัญหาวัคคีย์ เป็นต้น และใช้ในการบริหารจัดการคณะสงฆ์ใหญ่ มีการบัญญัติพระธรรมวินัย การแสดงหลักการสำคัญของพระพุทธศาสนา เรียกว่า โอวาทปาติโมกข์

ในการประชาสัมพันธ์ประเภทเทศนาวิธีนี้ คณะสงฆ์ภาค ๗ ได้ดำเนินการตามรูปแบบเทศนาวิธี แต่ยังมีลักษณะที่แตกต่างออกไปบ้าง เพราะวิธีการดำเนินการได้อิงอาศัยปัจจัยด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และประเพณีวัฒนธรรมประจำถิ่น ซึ่งจะมีรายละเอียดปรากฏในรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค 7 ข้างหน้า

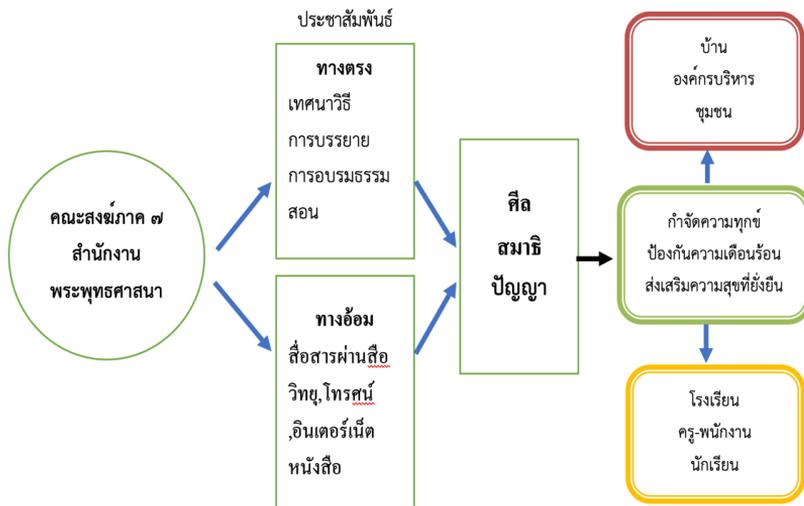
2) ประเภทประเพณีนิยม เป็นการประชาสัมพันธ์คำสอนในพระพุทธศาสนา โดยยึดเอาพื้นที่การจัดกิจกรรมในงานประเพณีต่างๆ ที่เกิดจากวิถีชีวิต ความเชื่อ ศาสนาศิลปะและวัฒนธรรม

3) ประเภทกิจกรรม โครงการ และกิจวัตรประจำวัน จัดเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ปกติที่คณะสงฆ์ภาค ๗ ใช้ดำเนินการไปสู่กลุ่มเป้าหมาย 2 ฝ่าย คือ บุคลากรในภายใน ประกอบด้วยพระภิกษุ และสามเณร และบุคลากรในภายนอก ประกอบด้วยอุบาสก และอุบาสิกา รวมถึงบุคคลที่มีอัธยาศัยนิยมเอียงมาเลื่อมใสในธรรมของพระพุทธเจ้า การประชาสัมพันธ์เชิงพุทธลักษณะนี้

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ภาค 7 ทำให้ทราบถึงแนวทางการปฏิบัติตนสำหรับการประชาสัมพันธ์ จะต้องอยู่ในภายใต้วัตถุประสงค์ของการประกาศศาสนธรรมของพระพุทธเจ้า คือความตั้งใจที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้รับข้อมูลข่าวสารไปสู่ความเป็นผู้มีคุณธรรมพื้นฐานของชีวิตมีศีลเป็นต้น ซึ่งเป็นเครื่องมือป้องกันความเสื่อมในปัจจุบัน ซึ่งประชาสัมพันธ์จะต้องยึดประโยชน์ต่อองค์กรเป็นที่ตั้ง กล่าวคือในสมัยพุทธกาลพระพุทธองค์ทรงมีอุปนิสัยแห่งการพัฒนาของเหล่าเวไนยสัตว์เป็นที่ตั้ง ในปัจจุบันองค์กรคณะสงฆ์ภาค 7 จะต้องยึดเอาประโยชน์ของบุคลากรภายในมีพุทธบริษัทประเภทพระภิกษุสามเณร และพุทธบริษัทภายนอกมีเหล่าอุบาสกอุบาสิกาเป็นที่ตั้ง จะต้องมุ่งพัฒนาด้วยการส่งเสริมการศึกษาให้มีศักยภาพในการพัฒนาต่อไป ส่วนสมาชิกในภายนอกนั้น

จะต้องสงเคราะห์ให้พ้นจากปัญหาความยากจนเป็นต้น โดยมีเป้าหมายในการใช้หลักประชาสัมพันธ์ของพระพุทธเจ้า คือการพัฒนา 2 ด้าน ได้แก่ ด้านพัฒนาการใช้ชีวิตและด้านส่งเสริมความไม่ประมาทในชีวิต เป็นการเรียนรู้ชีวิตในโลกปัจจุบันทั้งไม่ประมาทในการเตรียมเสบียงบุญกุศลไปเป็นที่พึ่งในภพหน้าด้วย โดยองค์กรจะต้องสร้างที่มนักการศาสนา และนักกฎหมายในการทำงานประชาสัมพันธ์เพื่อความไม่ผิดพลาดในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับหลักนิติธรรม

การประชาสัมพันธ์ องค์กรจะต้องคำนึงถึงทีมงานประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับสังคม เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีงามขององค์กรไว้ รวมถึงการชี้แจงรายละเอียดต่างๆ ให้สังคมได้รับรู้อย่างทันท่วงที



สรุป

การประชาสัมพันธ์เชิงพุทธของคณะสงฆ์ภาค ๗ หมายถึงการที่คณะสงฆ์ภาค ๗ ประกอบด้วยพระภิกษุสงฆ์ ผู้มีสังกัดในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน ได้สัมพันธ์กับบุคลากรภายใน มีพระภิกษุสามเณรเป็นต้น และบุคลากรภายนอกมีอุบาสกอุบาสิกา และสาธารณชน ผ่านรูปแบบการเผยแผ่ ศาสนธรรมต่างๆ มีวิธีการและวัตถุประสงค์ตรงตามหลักการประชาสัมพันธ์ของพระพุทธเจ้า เช่นการแสดงธรรมเป็นต้น มีลักษณะเป็นการชี้แจงให้ทราบ เพื่อวัตถุประสงค์ 1 อย่าง คือ ใ้รับทราบและให้นำไปดำเนินการอย่างใด

อย่างหนึ่ง มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ภาค 7 ประกอบด้วยปัจจัยทางการเมืองการปกครองในอดีต ด้านศาสนาและความเชื่อ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีศรัทธาเหนียวแน่นในพระพุทธศาสนา อาจเป็นผลมาจากสภาพบ้านเมืองในสมัยนั้นเอื้อต่อการเผยแผ่ศาสนาธรรม เช่น สภาพบ้านเมืองที่เป็นป่า ยังไม่มีความเจริญครอบงำ และด้านการเมืองการปกครองในปัจจุบันที่เป็นปัจจัยต่อความมั่นคงแห่งพระพุทธศาสนา เช่น พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ไทย

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการโครงการฯ “หมู่บ้านรักษาศีล 5” ส่วนกลาง. (2560). รายงานการตรวจสอบติดตามโครงการสร้างความปรองดองสมานฉันท์โดยใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา “หมู่บ้านรักษาศีล 5 ประจำปี 2560”. กรุงเทพมหานคร : บริษัทอภัยพรยู ครีเอทีฟ จำกัด.
- ทัศนีย์ เจนวนิสิข. (2554). การสื่อสารเชิงพุทธกับการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม. ดุษฎีนิพนธ์พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ปรุฑม บัญศรีตัน. (2550). รูปแบบการตีความคัมภีร์ในพระพุทธศาสนาเถรวาท. ดุษฎีนิพนธ์พุทธศาสตร์ดุสิตบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). (2549). พุทธวิธีบริหาร. กรุงเทพมหานคร : มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตฺโต). (2540). พระพุทธศาสนาในเอเชีย. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสภา.
- พระพุทธโฆสเถระ. (2546). คัมภีร์วิสุทธิมรรค. กรุงเทพมหานคร : ธนาเพรสจำกัด.
- พระมหาวชิรวีร์ วชิรเมธี. (2558). สารสนเทศคณะสงฆ์อำเภอแม่ทะ. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์แม่กษัพรินตึง.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สำนักงานแม่กองบาลีสนามหลวง. (2561). แม่กองบาลีสนามหลวง. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.infopali.net/>. [8 สิงหาคม 2561].
- สำนักเรียนพระปริยัติธรรมวัดพระธรรมกาย. (2558). ธรรมบทภาคที่ 8 แปลโดยพยัญชนะฉบับสองภาษา (ไทย-บาลี). กรุงเทพมหานคร : เลียงเชียง.