วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2568)

[พระเมธา กฤษดา หน้า 95 - 106]

การสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย

Communication for the Transmission of the Identity of Mahayana Chinese Buddhist Monks in Thailand

พระเมธา อรรถวิโรจน์กุล. *นักศึกษาระดับปริญญาเอก วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

กฤษดา เกิดดี. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Mata Adtavirodkul. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Krisda Kerddee. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Email: vang.jai@hotmail.com, krisda.k@rsu.ac.th

Received: 24 October 2024 ; Revised: 13 January 2025 ; Accepted: 22 January 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์, เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า 1) มีรากฐานอัตลักษณ์จาก 3 นิกาย คือ นิกายวินัย, นิกายวิปัสสนา, นิกายมนตรยาน 2) มีการสื่อสารเชิงพิธีกรรม และการสื่อสารอัตลักษณ์เป็นหลักในการสื่อสาร 3) มีการผลิตซ้ำการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ ซึ่งการศึกษาเหล่านี้ส่งผลให้ 1) รู้ถึงรากอัตลักษณ์พุทธศาสนาจีนนิกายมหายานในไทย 2) เข้าใจการสื่อสารอัตลักษณ์จากสิ่งบ่งชี้ต่าง ๆ 3) เข้าใจการประกอบสร้างและผลิตซ้ำการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์

คำสำคัญ: พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย, การสื่อสารอัตลักษณ์, การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์

Abstract

This research aims to study the identity and the communication for the transmission of the Mahayana Chinese Buddhist monks in Thailand. Data were collected through participant observation and in-depth interviews. The study found that: 1) The identity is rooted in three traditions: the Vinaya, Vipassana, and Mantrayana schools. 2)The primary forms of communication are ritual communication and identity communication. 3)There is a process of repeated communication to transmit the identity. The results of this study contribute to: 1) Understanding the roots of the Mahayana Chinese Buddhist identity in Thailand. 2) Gaining insights into identity communication through various indicators. 3) Understanding the construction and repetition of communication to transmit the identity.

Keyword: Mahayana Chinese Buddhist Monks in Thailand, identity communication, reproduction for the transmission of identity

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย เป็นพุทธศาสนานิกายมหายานมีขนบธรรมเนียมและวัตรปฏิบัติที่งดงามตามแนวทางของพระสัมมาสัมโพธิญาณ ซึ่งในยุคปัจจุบันเป็นยุคที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เปลี่ยนแปลงไปมาก อัตลักษณ์ (identity) พระสงฆ์จีนนิกายเองก็เช่นเดียวกัน ก็มีความเปลี่ยนไปจากเมื่อสมัยพุทธกาลพอสมควร ทั้งนี้พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยมีที่มาจาก “พระอาจารย์สกเห็ง” (สกเห็งโจวซือ) ที่เดินทางมาจากประเทศจีนได้เข้ามาเมืองไทยเผยแผ่พระพุทธศาสนาจีนนิกายมหายานในประเทศไทย โดยวางรากฐานอัตลักษณ์พุทธศาสนามหายานจีนนิกายในไทยอย่างเข้มแข็งมั่นคง จนถึงวันนี้อัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมีอะไรบ้าง/เปลี่ยนแปลงมากน้อยอย่างไร, สิ่งต่าง ๆ ทั้งวัตรปฏิบัติ/คำสอน/พิธีกรรม ได้มีการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ดั้งเดิมจากบูรพาจารย์อย่างไร, การสื่อสารกับอัตลักษณ์มีรูปแบบที่คงเดิมหรือปรับเปลี่ยนเลื่อนไหลไปตามกาลเวลาหรือไม่ / อย่างไร 1) การสร้าง 2) การธำรงรักษา 3) ต่อรองอัตลักษณ์ ความเป็นพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยท่ามกลางกระแสการสื่อสารผ่านสื่อสมัยใหม่ในยุคปัจจุบันเป็นอย่างไร

ซึ่งในยุคนี้การสื่อสารเพื่อการเผยแผ่ไม่เหมือนยุคเก่าในอดีตแล้ว เนื่องด้วยการเสพสื่อของผู้คนในยุคปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นจำนวนมาก แตกต่างกับยุคสมัยก่อนที่เน้นในเรื่องของการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือผ่านทางหนังสือตำรากระดาษ เป็นต้น ฉะนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงที่มาของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ตั้งแต่อดีต-ปัจจุบัน ให้รู้และเข้าใจอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ที่ตัวเรา มองตัวเรา และผู้อื่นมองเราในสายตาของเขา รวมถึงศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการสื่อสารจากคนในสื่อสารเผยแผ่ออกภายนอก ผ่านออกมายังช่องทางการสื่อสารแบบต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งทางผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยสังเกตพฤติกรรม/วิถีชีวิต/วัตรปฏิบัติของพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย, การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview), และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research), การวิเคราะห์/สรุปข้อมูลด้วยวิธีอุปนัย (Inductive Method) ในการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบจากนั้นรวบรวมสรุปผลการวิจัยออกมา เพื่อให้คนใน/คนนอกพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยได้ศึกษา เพื่อต่อยอดตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการต่อไปในมิติของ การสื่อสาร/สืบทอด/อัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอัตลักษณ์ คือ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์, เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เปรียบเหมือนกับการ “สืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย” ในช่วงเวลาปัจจุบันที่อยู่ท่ามกลางกระแสของการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารที่เข้มข้นหลากหลาย โดยทำการศึกษาอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ผ่านวัดที่สำคัญในพระสงฆ์จีนนิกายจากทั้ง 2 วัด เนื่องจากเป็นวัดที่เก่าแก่มีคุณค่าในทางศิลปวัฒนธรรมมหายานในสังคมไทย รวมถึงมีประวัติศาสตร์ของพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย คือ 1) วัดโพธิ์เย็น 2) วัดมังกรกมลาวาส เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการสืบทอดอัตลักษณ์ความเป็นพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย โดยศึกษาการรับรู้ความหมายอัตลักษณ์/คุณค่าเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ในทัศนะของพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทยด้วยกันเอง อาทิ คำสอน, อาหาร, ภาษา, การแต่งกาย, พิธีกรรม เป็นต้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แนวคิดเรื่อง “อัตลักษณ์” (Identity) ที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ใช้มุ่งไปยังแนวทางศึกษา“ผลผลิตของอัตลักษณ์” (Product) ที่เป็นการศึกษาอัตลักษณ์และการสื่อสารตามทัศนของกระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อสารการศึกษาที่ “ปฏิเสธ” ทัศนะแบบสารัตถนิยม (Non-essential / Essentialism) ที่มองว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งคงรูป/คงตัวของอะไรบางอย่างที่เป็นแก่นสาระที่แน่นอนของคน ๆ หนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง (Constructed) แต่ในกระบวนทัศน์ใหม่จะมองตามแนวคิดประกอบสร้างนิยม (Constructivist) ซึ่งเป็นการมองว่าอัตลักษณ์คือสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นมา (กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ฉะนั้นในเมื่ออัตลักษณ์นั้นสามารถประกอบสร้างได้ก็ย่อมถูก “รื้อสร้าง” (Deconstruct) และ “ก่อสร้างใหม่” (Reconstruct) ได้ ในแง่นี้ทำให้อัตลักษณ์มีคุณลักษณะที่“เลื่อนไหลไปมา” (Dynamic / Shifting) ตลอดเวลา ซึ่งทำให้มองได้ว่าใน “การปฏิบัติทางสังคม” (Social Practice) ในบริบทของพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย ทั้งการปฏิบัติกิจสงฆ์สวดมนต์, ทำสมาธิภาวนา, วัตรปฏิบัติ, การแสดงความเคารพไหว้/กราบ, การจัด/เข้าร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนา, งานสังคมสงเคราะห์เป็นต้น ซึ่งจากกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้น ตลอดเวลาของพระสงฆ์จีนนิกายในแง่ของกระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อสารศึกษาจึงถูกพิจารณาเป็น “พื้นที่ในกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์” (Site of Identity Production)

2. ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ The Communication Theory of Identity (CTI) เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับอัตลักษณ์เมื่อปี 1980 โดย M. Hecht และคณะ ได้พัฒนาขึ้น (John, 2009 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ซึ่งมีจุดยืนที่ไม่ศึกษา “อัตลักษณ์” แบบ “ตัวตน” (Self) แต่จะพิจารณาอัตลักษณ์ว่ามนุษย์ “เป็นสัตว์สังคม” (Social Being) ที่ถูกแวดล้อมด้วยการสื่อสาร/ความสัมพันธ์ตลอดเวลา ทำให้อัตลักษณ์มีลักษณะที่หลากหลาย / เคลื่อนย้าย / เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Multiple Shifting Identity)

3. การสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritual Communication) เป็นการสื่อสารมีที่มาจากวิเคราะห์จาก Carey ที่วิเคราะห์ว่ากิจกรรมการสื่อสารในชีวิตประจำวันของคนเรานั้น เป็นการประกอบพิธีกรรมในรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากเป็นการกระทำที่มีรูปแบบซ้ำแล้วซ้ำเล่า / เดิมๆ / เพื่อแสดงถึง “ความร่วม” ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสมาชิกในสังคมหรือเพื่อแสดงออกถึงความเชื่อต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน โดยการแสดงถึงความร่วม/แสดงถึงความเชื่อทั้งสองสิ่งนี้คือ วัตถุประสงค์การประกอบพิธีกรรม (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2561) โดยคำว่า “พิธีกรรม” (Ritual) เป็นการนำมาใช้เรียกในทาง “คุณลักษณะ” ไม่ใช่ในทาง “เชิงความหมาย” กล่าวคือในขณะที่ประกอบพิธีกรรมนั้นจะเกิดอารมณ์/ความเชื่อที่มีลักษณะ “ร่วม” กับบุคคลอื่นในพิธีกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนเกิดเป็น “วัฒนธรรมร่วม” (Shared Culture) ในขณะที่ร่วมพิธีกรรมนั้น ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาต่อไปจนกลายเป็นการกระทำที่ดำเนินซ้ำไปซ้ำมา เพื่อตอกย้ำความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเหล่าผู้ประกอบพิธีกรรมในขณะนั้น เช่น การประกอบพิธีสวดมนต์ทำวัตรเช้า/เย็น ของพระสงฆ์จีนที่ในพิธีกรรมมีทั้งพระสงฆ์จีนและพุทธศาสนิกชนร่วมประกอบพิธีด้วยกัน, พิธีทิ้งกระจาดมหาทาน, พิธีกรรมในช่วงเทศกาลกินเจฯลฯ ซึ่งพิธีกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มีลักษณะคล้ายกับทัศนะของ กาญจนา แก้วเทพ (2557) ที่ยกตัวอย่างเปรียบเทียบรูปแบบปฏิบัติการสังคมแบบเก่าคือ การประกอบพิธีกรรม (Ritual) ที่มีลักษณะรูปแบบการสื่อสารร่วมกันที่เป็นทางการ / มีลักษณะสร้างอารมณ์ร่วม (Formal but Emotional Public Events) เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วม โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือ การสร้างความหมายและความเข้าใจร่วมกัน (Shared Meaning) โดยกิจกรรมนี้ดำเนินซ้ำไปมาอย่างไม่สิ้นสุด เพื่อตอกย้ำความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, 30-31)

ระเบียบวิธีวิจัย

การสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) สังเกตพฤติกรรม / วิถีชีวิต / วัตรปฏิบัติของพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย, การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview), และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research), การวิเคราะห์/สรุปข้อมูลด้วยวิธีอุปนัย (Inductive Method) โดยมีวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยครั้งนี้เพื่อต้องการทราบถึงการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการสืบทอดอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายในประเทศไทย ผ่านการศึกษาพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย 1 รูป ที่มีความสำคัญรวมถึงมีความรู้ในพระพุทธศาสนานิกายมหายานในไทยอย่างยิ่ง รวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยใช้เวลาอยู่สังเกตการณ์ในชุมชน/ปรากฏการณ์ที่ศึกษา เพื่อศึกษาการสื่อสาร/สืบทอด/อัตลักษณ์ ความเป็นพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยของผู้ที่อยู่ในฐานะ “คนใน” รวมทั้งให้ความสำคัญในมิติของการศึกษาเรื่องคำสอน, วัฒนธรรม, สังคม, ประเพณี, พิธีกรรม และความเชื่อของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานแห่งประเทศไทย ตั้งแต่บูรพาจารย์จนถึงปัจจุบัน

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลประกอบเอกสารแบ่งได้ดังนี้

1. เอกสารที่ผลิตโดยคนใน / คนนอกนิกาย

หนังสือตำราที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา เช่น หนังสือพุทธศาสนามหายานที่จัดทำโดยคนในคณะสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย, หนังสือวิชาการทางพระพุทธศาสนาที่จัดทำโดยคนนอกนิกาย เช่น ประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาในอินเดีย เป็นต้น รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องอัตลักษณ์, การสื่อสาร, การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด เพื่อให้ครอบคลุมกับหัวข้องานวิจัย

2. การสัมภาษณ์บุคคล

การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อพูดคุยกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การนัดหมาย เพื่อเป็นการแนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย โดยการขอสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ภายหลังเมื่อกลุ่มเป้าหมายสะดวกในที่นี้ คือ พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยที่เป็น “คนใน” (Emic) ซึ่งบุคคลที่สัมภาษณ์ต้องพร้อมทำการให้การสัมภาษณ์ได้อย่างสมบูรณ์ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อมูลอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยซึ่งเป็นพระมหาเถระที่มีพรรษาอาวุโสสูงที่สุดจำนวน 1 รูป คือ พระเดชพระคุณ พระคณาจารย์จีนธรรมวิริยาจารย์ (เย็นอี่) รองเจ้าคณะใหญ่จีนนิกาย เจ้าอาวาสวัดโพธิ์เย็น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นใช้วิธีการศึกษารวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ซึ่งการสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อเติมทางด้านการสื่อสารเมื่อครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน ว่ามีการสื่อสารเพื่อสืบทอดในลักษณะใด

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยว่ามีการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ลักษณะใดบ้าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งเป็น 2 วัตถุประสงค์ ดังนี้

สรุปวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย

1. อัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย พบว่า มีส่วนผสมของนิกายมหายานต่าง ๆ เสมือน “อัตลักษณ์ร่วม” (Collective Identity) ที่สะท้อนความเป็น “ราก” ของพุทธศาสนาจีนนิกายมหายานในประเทศไทย ได้แก่ นิกายวินัย 律宗 (หลุกจง หรือ ลุดจง), นิกายเซ็น หรือนิกายวิปัสสนา 禅宗 (เสี่ยมจง), นิกายมนตรยาน หรือนิกายระหัสยาน 真言宗 (มิกจง) เป็นต้น (เสถียร โพธินันทะ, 2531, 387-388) ผ่านออกมาทางจริยวัตรประจำวัน, คำสอน, พิธีกรรม, ภาษา, อาหารการกิน เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงหล่อหลอมเป็นอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยได้อย่างดี ตัวอย่างเช่นในแง่มุมของ “นิกายวินัย 律宗 (หลุกจง หรือ ลุดจง)” พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยก็จะมีความเคร่งครัดในศีล/พระธรรมวินัยอย่างยิ่ง มีความสม่ำเสมอในวัตรปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นการกิน/ยืน/เดิน/นั่ง/นอน รวมถึงการลงอุโบสถเจริญพระพุทธมนต์ (ทำวัตรเช้า/เย็น) และการศึกษาพระธรรมวินัยให้แตกฉานในข้อธรรม ตามด้วยการวิปัสสนาเพื่อรู้แจ้งแทงตลอดในธรรม ซึ่งเป็นคุณลักษณะพิเศษทางอัตลักษณ์ของ “นิกายเซ็น (เสี่ยมจง)” นอกจากนี้ในแง่พิธีกรรมก็มีการทำพิธีทิ้งกระจาดมหาทาน (โยคะตันตระเปรตพลี หรือเอี่ยมเข้า) ในแบบนิกายมนตรยาน (มิกจง หรือ ระหัสยาน) เพื่อโปรดเหล่าสรรพสัตว์ 6 ภูมิ

2. ปณิธานที่เป็นอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย

ปรากฏการณ์การสื่อสารอัตลักษณ์ทัวรวมกับบริบทสังคมไทย จึงสะท้อนเป็นอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยได้พอสมควร ยิ่งถ้าได้ศึกษาในข้อธรรมะคำสอนของแต่ละนิกายด้วยแล้ว จะเห็นได้ถึงแก่นธรรมของทั้ง 3 นิกาย ผ่านออกมากลายเป็นอัตลักษณ์ในแบบพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย เช่น ปณิธานตามแนวทาง “โพธิสัตวศีล” ที่เน้นไปทางการสำรวมกาย/วาจ /ใจ เพื่อพัฒนาจิตใจจนเกิดจิตที่เมตตาเสียสละเหมือนดั่งพระโพธิสัตว์ รวมถึงการศึกษาธรรม/ปฏิบัติธรรมในแบบนิกายวิปัสสนาจนตกผลึกเกิดจิตลุกโพลงในสภาวธรรมนั้น ๆ เห็นสรรพสิ่งเหมือนดั่งความ “มีแบบไม่มี” มองทะลุถึงกลไกสรรพสิ่ง เมื่อจิตรู้สภาวธรรมแล้ว ความมีเมตตาจิต/การมีความเสียสละก็จะแผ่ออกอย่างหาที่สุดมิได้ ทำให้การประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อโปรดสรรพสัตว์ดำเนินไปด้วยภาวะจิตที่มีสมาธิอย่างยิ่ง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบพิธีทิ้งกระจาดมหาทาน

3. สิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์กับพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย

องค์ประกอบที่เป็นสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ (Identity Marker) ต่าง ๆ อาทิ ภาษา/เครื่องแต่งกาย/อาหาร/ศาสนวัตถุ ของศาสนาพุทธจะเห็นได้ว่ามีความใกล้เคียงกัน จะต่างก็เพียงพื้นฐาน / ภูมิหลังของผู้ที่บวชเป็นพระสงฆ์ในประเทศ/สังคมนั้น ๆ แต่ใจปณิธาน/จิตใจยังมุ่งสู่ปลายทาง คือ พระนิพพาน อย่างไรก็ตามสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์นั้นเป็นเพียงองค์ประกอบบางส่วนในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ (Identity Creation) ความเป็นพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ซึ่งเนื้อแท้ก็ยังคงเป็น “คำสอน” ในทางพุทธศาสนา (Buddhist teachings) ตามด้วย (หรือแทบจะขณะจิตเดียวกัน) “การปฏิบัติธรรม” (Dhamma Practice) จนเกิด “ปฏิเวธ” (Attain Enlightenment) ซึ่งใน 3 ขั้นตอนนี้ ขั้นตอนแรก คือ คำสอน เป็นสารตั้งต้นที่สำคัญในการสะท้อนอัตลักษณ์ทางพุทธศาสนาได้ดีพอสมควร เนื่องจากคำสอนมีส่วนผสมของภาษา และการสืบทอดคำสอน/รูปแบบวัตรปฏิบัติทางสายครูอาจารย์นั้น ๆ จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ในแต่ละนิกาย/แต่ล่ะวัด ตามสายการสืบทอดไป ซึ่งคนในนิกาย (พุทธบริษัท 4 จีนนิกายมหายาน) ที่สนใจศึกษาอย่างตั้งใจ ก็จะเห็นรูปแบบอัตลักษณ์ในทางคำสอนได้มากกว่าคนนอก เช่น การมีปณิธานเสียสละเพื่อเหล่าสรรพสัตว์ ถ้าเป็น “คนใน” ก็จะเข้าใจว่ามีการดำเนินวัตรปฏิบัติเช่นไรจนเกิดโพธิจิตขึ้น ส่วนคนนอกอาจจะเป็นเรื่องของการเสียสละทั่ว ๆ ไป เป็นต้น

ส่วนในกรณีที่เป็น “คนนอก” ที่ไม่ได้สัมผัสใกล้ชิดกับพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย พวกสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ (Identity Marker) อาทิ ศาสนวัตถุ/ภาษา/การแต่งกาย จะสังเกตเห็นอัตลักษณ์เหล่านี้ได้ง่ายกว่า เนื่องจากมองผ่าน ๆ ก็จะรู้ได้ทันทีแบบไม่ต้องศึกษาอะไรลึกซึ้งมาก (แต่ในความจริงมีความลึกซึ้งในรายละเอียด เช่น สำนวนภาษา/การตัดเย็บจีวร/งานศิลป์ในศาสนวัตถุ) ว่ามีอัตลักษณ์จากภาษาจีนที่ใช้ในการเจริญพุทธมนต์, งานศิลป์ตามศาสนวัตถุต่าง ๆ อาทิ พระพุทธรูป, อุโบสถ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เมื่อคนนอกได้มองแล้วศึกษาอย่างจริงจังมากขึ้น ก็จะเห็นถึงรายละเอียดที่เป็นรากฐานทางอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย เช่น การสวมใส่จีวร/สำเนียงภาษา เป็นต้น

สรุปวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย

1. การสื่อสารกับการสร้างความหมายร่วม

เมื่อเห็นภาพอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยในภาพรวม จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จะเห็นได้ว่า “การสื่อสาร” (Communication) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นแทบจะตลอดเวลา กล่าวคือ ด้วยความที่พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย มีส่วนผสมของพระพุทธศาสนานิกายมหายาน นิกายวินัย 律宗 (หลุกจง หรือ ลุดจง) ทำให้วัตรปฏิบัติมีความสมถะคัมภีรภาพ ไม่ว่าจะเป็นพูด/กิน/ยืน/เดิน/นั่ง/นอน ล้วนเป็นการสื่อสารทางตรง/ทางอ้อมตลอดทุกขณะจิต เช่น การสื่อสารภายในโดยการภาวนาสื่อสาร/สำรวจร่างกาย/จิตใจ รวมถึงการสื่อสารภายนอก ด้วยการแนะนำคำสอนธรรมะแก่พระเณร/ลูกศิษย์ หรือการปฏิบัติให้ดูด้วยความสม่ำเสมอทางวัตรปฏิบัติ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นการสื่อสารทั้งสิ้น เนื่องจากการสื่อสารของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย เน้นไปทางลงมือทำ/ปฏิบัติให้เห็นมากกว่าการใช้คำพูด ทำให้ความเข้มข้นของการสื่อสารเกิดเป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัดของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย โดยสามารถใช้แนวคิด “การสื่อสารแบบสองทาง” (Two-way Communication) ที่มีจุดเด่น คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ข่าวสารระหว่างกัน อีกทั้งยัง “ไม่มีการผูกขาดผู้ส่ง/ผู้รับอย่างตายตัว” ทำให้เกิดลักษณะ “การสร้างความหมายร่วม” หรือทำให้เกิดการสื่อสารแบบ “พื้นที่ที่สร้างความหมายร่วมกัน” (Shared Meaning) (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, 31) ของคณะสงฆ์ เนื่องจากพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยนั้นแต่ละวัดมีจำนวนพระเณรค่อนข้างน้อย ทำให้มีความใกล้ชิดเสมือนครอบครัว

2. การสื่อสารอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย

นอกจากนี้ยังสามารถใช้แนวคิด CTI (The Communication Theory of Identity) ที่มองว่า การสื่อสารนั้นเองเป็นอัตลักษณ์ (Communication is Identity) ทำให้การสื่อสารอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ทั้ง “คนใน/คนนอก” สามารถมองได้ว่าในระดับ Personal frame (เรารู้ตัวไหมว่าเราเป็นใคร) + Enacted Frame (เราจะบอกคนอื่นได้อย่างไรว่าเราเป็นใคร) ทั้ง 2 ระดับนี้ สามารถนำมาใช้ในการมองปรากฏการณ์ “คนใน” (พุทธบริษัทสี่ภายในจีนนิกายมหายานในประเทศไทย) ว่ามีการสื่อสารเช่นไรได้เป็นอย่างดี ในส่วน “คนนอก” (นอกจีนนิกายมหายานในไทย) ก็สามารถที่จะใช้ Relational Frame (แล้วคนอื่นมองว่าเราเป็นใคร) + Communal Frame (คนในกลุ่มเดียวกันมองพวกเรากันเองว่าเป็นอย่างไร) ในการมองปรากฏการณ์ด้านการสื่อสารอัตลักษณ์ ที่พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยทำการสื่อสารระหว่างนิกาย เช่น นิกายมหายาน และนิกายเถรวาท แม้จะต่างนิกายกันก็ตาม แต่ก็เป็นกลุ่มทางพุทธศาสนาเดียวกัน มีพระศาสดาเป็นพระพุทธเจ้าองค์เดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อสารในระดับทั้ง 4 ข้างต้น ได้สะท้อนอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยผ่านการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในระดับชั้นทางการสื่อสารนั้นจะมี “กระบวนการต่อรองเชิงอัตลักษณ์” (Identity Negotiation) ประกอบด้วยเสมอ กล่าวคือ ความเหมือน/ความต่าง ทางอัตลักษณ์ที่ ไม่เหมือนกัน / สอดคล้องกัน ซึ่งสามารถจะรู้ได้เมื่อได้ทำการสื่อสารในระดับต่าง ๆ ข้างต้นนั่นเอง

3. พิธีกรรมกับการสื่อสารอัตลักษณ์

การสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritual Communication) เป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการมองรูปแบบการสื่อสารพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยได้อย่างดี โดยการศึกษาครั้งนี้ ทำให้เห็นได้ว่า มีกิจกรรม/พิธีกรรม หลายอย่างที่ทำให้เกิด “ความร่วมมือ” ในกิจกรรมต่าง ๆ เป็นประจำเชิงอัตลักษณ์ระหว่างผู้เข้ารหัส/ผู้ส่งสาร (Encoder) ก็คือ พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยกับผู้ถอดรหัส/ผู้รับสาร (Decoder) ก็คือกลุ่มญาติโยม ที่เป็นการ “แสดงความเชื่อร่วมกัน” (Representation of Shared Beliefs) จนพัฒนากลายเป็น “วัฒนธรรมร่วม” (Shared Culture) โดยในการประกอบพิธีกรรม/กิจกรรมต่าง ๆ นั้น ทางพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยก็ได้อนุรักษ์/สืบทอดพิธีกรรมที่ดีงามสอดคล้องกับสังคมไทย เช่น การประกอบพิธีเจริญพุทธมนต์ในวาระต่าง ๆ อาทิ พิธีลอยกระทงและไถ่ชีวิตสัตว์, การประกอบพิธีกินเจ, การประกอบพิธีทิ้งกระจาดมหาทาน เป็นต้น พิธีกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มีความสอดคล้องกับสังคม/วัฒนธรรมไทย เนื่องจากบางพิธีกรรมเป็นพิธีพื้นถิ่นที่ได้สืบทอดตั้งแต่โบราณที่มีการจัดพิธีกรรมประจำปีอยู่แล้วก่อนที่พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยจะเข้ามาเผยแผ่

4. Social Media กับการสื่อสารอัตลักษณ์

การสื่อสารที่พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ให้ความสำคัญนอกจากสิ่งต่าง ๆ ข้างต้นก็คือการให้ธรรมะคำสอนตามสื่อช่องทางต่าง ๆ เช่น facebook, YouTube, TikTok, Twitter, Instagram เป็นต้น ที่เป็นสื่อ Social ที่มีอิทธิพลในยุคปัจจุบันนี้ ซึ่งแต่ก่อนจะทำเป็นสื่อยุคก่อน คือ หนังสือ, แผ่นป้ายไวนิล, โบรชัวร์ เป็นต้น ซึ่งโจทย์ที่สำคัญก็คือ การประกอบสร้างสารต่าง ๆ จากสิ่งที่พุทธบริษัท 4 ที่เลื่อมใสในพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ได้สร้างสรรค์ขึ้นมา เช่น หนังสือวิชาการทางพุทธศาสนา, ตำราพระสูตร เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ทางพระสงฆ์จีนนิกายก็ได้นำมาเผยแผ่ตามสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์, หนังสือแจกตามงานวาระสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น การเผยแผ่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ จึงเป็นภารกิจที่สำคัญในการเผยแผ่หลักธรรมคำสอนของเหล่าพุทธบริษัท 4 พุทธศาสนาจีนนิกายมหายานในประเทศไทย ในกว้างไกลไพศาลออกไป โดยในปัจจุบันนี้เหล่าพุทธบริษัท 4 ก็รวมด้วยช่วยกันในบริบทต่าง ๆ ด้วยความเสียสละอย่างยิ่ง เช่น การเผยแผ่บทความพระสูตร, พุทธประวัติมหายาน, ความรู้พุทธมหายานในแง่มุมต่าง ๆ งานสังคมสงเคราะห์ช่วยเหลือคนทุกข์ยากพร้อมสอดแทรกหลักธรรม/คำสอนในวาระต่าง ๆ เป็นต้น

Facebook, YouTube, TikTok ทั้ง 3 สื่อนี้ทางพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ใช้เป็นสื่อหลักในการเผยแผ่ธรรมเนื่องจากมีผู้คนที่ใช้ 3 สื่อนี้ค่อนข้าง ทำให้มีการประกอบสร้างเนื้อสารให้เหมาะสมกับรูปแบบสื่อนั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ภาพรวมของเนื้อสารจะเน้นไปทาง คำสอน, ความรู้พุทธศาสนามหายาน, พิธีกรรม, ข่าวสารทางวัด/ทางคณะสงฆ์ เป็นต้น โดยเฉพาะคำสอนจะเป็นเนื้อหาสาระหลักที่มีจำนวนของเนื้อมากที่สุด เนื่องจากมีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นเนื้อหาทางการแปลพระสูตร, หนังสือ/ตำราวิชาการด้านพุทธมหายานจำนวนมาก ที่เหล่าพุทธบริษัท 4 ได้ผลิตสร้างขึ้น โดยในปัจจุบันนี้เหล่าพุทธบริษัท 4 จีนนิกายมหายานในไทย ก็ได้พยายามเผยแผ่เนื้อหาธรรมะที่คัดสรรแล้วเข้าใจง่ายเหมาะกับสังคมไทย เพื่อให้ผู้รับสารได้เกิดความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับพุทธศาสนามหายานจีนนิกายในประเทศไทย อาทิ คำสอนในพระสูตรที่แปลไทย, ความรู้พุทธศาสนานิกายมหายาน, วันสำคัญในทางพุทธศาสนา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เสมือนเป็นการสื่อเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ไปในตัว เนื่องจากมีการผลิตซ้ำประจำปีสืบทอดมาเรื่อย ๆ จะมีปรับบ้างก็ในส่วนเล็กน้อย อาทิ ตารางงาน, การปรับแต่งข้อความในการประกอบสร้างสารในสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

5. การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์

แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Production and Cultural Reproduction) จึงเป็นแนวคิดที่สอดแทรกในทุก ๆ การสื่อสารผ่านงานประจำปีทุก ๆ ปี เช่น พิธีบรรพชาอุปสมบท, พิธีทิ้งกระจาด, พิธีกินเจ เป็นต้น รวมถึงการผลิตซ้ำรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ นอกเหนือจากงานประจำปี เช่น พิธีงานศพ (กงเต๊ก), งานแจกทานแก่ผู้ประสบภัยวาระต่าง ๆ การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กยากไร้ เป็นต้น พิธีกรรม/กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้เป็นการผลิตซ้ำที่ทำให้เกิด “ภาพติดตา” (Afterimage) ทางอัตลักษณ์ (Identity) พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย ที่กว่าจะเป็นปรากฏการณ์อย่างที่เห็นก็ได้ผ่านการ “ต่อรอง” (Negotiate) จากบริบททางสังคมที่มีภูมิหลังอันแตกต่าง เช่น ความเคยชินพุทธศาสนาแบบนิกายเถรวาท เป็นต้น ซึ่งส่งผลต่อมุมมองในการเปิดรับสารและสื่อที่ประกอบสร้างจากทางคณะสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย อย่างไรก็ตาม บูรพาจารย์ทางพุทธศาสนาจีนนิกายมหายานในประเทศไทย ตั้งแต่เริ่มเผยแผ่พุทธศาสนาในไทยล้วนมีวัตรปฏิบัติที่งดงามตามธรรมวินัย มีการช่วยเหลือด้านสังคมสงเคราะห์แก่ผู้ยากไร้ รวมถึงแปลพระสูตรเพื่อสืบทอดเผยแผ่ให้แก่พุทธบริษัทสี่รุ่นต่อ ๆ ไป สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นปณิธานพื้นฐานของนิกายมหายานเพื่อช่วยสรรพสัตว์อันไพศาลที่ประสบทุกข์ในทางโลก

6. พระสงฆ์จีนกับการเผยแผ่ธรรม

ตัวอย่างการเผยแผ่ธรรม พระคณาจารย์จีนธรรมวิริยาจารย์ (เย็นอี่) ท่านจะเน้นการปฏิบัติให้ดูทางวัตรปฏิบัติที่สม่ำเสมองดงามตามแบบนิกายวินัย” 律宗 (หลุกจง), การเทศนาธรรมที่ฟังแล้วเรียบง่ายแต่โพลงทะลุไปยังจิตใจในแบบ นิกายวิปัสสนา 禅宗 (เสี่ยมจง), การมีจิตตั้งมั่นเสียสละอันไพศาลในพิธีกรรมต่างแบบนิกายมนตรยาน” หรือนิกายระหัสยาน 真言宗 (มิกจง) ซึ่งการที่จะเข้าใจองค์ประกอบเหล่านี้ จะต้องมีความรู้/ความเข้าใจในหลักธรรมของทั้ง 3 นิกายพอสมควร จากการศึกษาพุทธศาสนามหายาน ซึ่งจะเห็นได้ว่า การสื่อสารเผยแผ่ธรรมของท่าน มีอัตลักษณ์ของทั้ง 3 นิกาย และท่านก็ได้สื่อสารโดยการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ผ่านวัตรปฏิบัติเสมอมา นอกจากวัตรปฏิบัติประจำวันและพิธีกรรมต่าง ๆ ของทางวัด

อภิปรายผลการวิจัย

พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยทางด้านการสื่อสารอัตลักษณ์นั้นมีการ “ผลิตซ้ำ” (Reproduction) เพื่อสืบทอดสม่ำเสมอเรื่อยมา โดยมีแกนหลักก็ คือ การเผยแผ่หลักธรรม/คำสอน,วันสำคัญในทางพระพุทธศาสนา, พิธีกรรม, เทศกาลประจำปี เป็นต้น โดยใช้ “ทฤษฎีการสื่อสารอัตลักษณ์” (The Communication Theory of Identity (CTI)) ในการอธิบายสอดคล้องไปกับปรากฏการณ์ทางการสื่อสารอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยทั้งการสื่อสารภายใน/ภายนอกเช่นการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritual Communication) สื่อรูปแบบต่าง ๆ การสื่อสารผ่านพิธีกรรมประจำปีที่สำคัญ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นโฉมหน้าอัตลักษณ์ที่แสดงออกมาตามวาระโอกาสจนจนกลายเป็น “การสื่อสารอัตลักษณ์” (Identity Communication) ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยซึ่งเนื้อสารที่มีการสื่อสารไปนั้น ล้วนเป็นส่วนผสมของ “สาร (Message)” ที่มีการประกอบสร้าง (Construction) ขึ้นมาจนกลายเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยอย่างไรก็ตามสังคมไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้มีอิสรเสรีในการนับถือศาสนาต่าง ๆ ฉะนั้นการสื่อสารจะต้องมีอัตลักษณ์ที่เด่นชัดคมคายในทางธรรมะเด่นชัด / เรียบง่ายแต่คมคายในทางธรรมะเพื่อสร้างบรรยากาศ “พื้นที่ที่สร้างความหมายร่วมกัน” (Shared Meaning) กับเหล่าพุทธบริษัท 4 และผู้รับสารใหม่ ๆ ที่เปิดรับ / ยังไม่เปิดรับพระพุทธศาสนามหายานจีนนิกายในประเทศไทยแต่ด้วยความที่เป็นพุทธศาสนาการสื่อสารจึงต้องมีความเหมาะสมแก่สมณะสารูป ทำให้การสื่อสารเผยแผ่ต่าง ๆ จะต้องมีความสำรวม

การสื่อสารเผยแผ่คำสอนถึงผู้รับสาร (Receiver) ในอันดับแรกเลย เมื่อรับสารแล้วจะต้องเข้าใจทุกข์ คลายทุกข์ ดับทุกข์ ด้วยคำสอนธรรมะที่เรียบง่ายกระชับส่งตรงไปยังจิตใจ ซึ่งอัตลักษณ์ทางคำสอนของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยก็จะมีส่วนผสมของนิกายหลักทั้ง 3 นิกาย คือ “นิกายวินัย” **律宗** (หลุกจง หรือ ลุดจง) “นิกายเซ็น” หรือนิกายวิปัสสนา **禅宗** (เสี่ยมจง) “นิกายมนตรยาน” หรือนิกายระหัสยาน **真言宗** (มิกจง) ซึ่งสามารถแยกอัตลักษณ์ในเนื้อหาที่เป็นรากอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย โดยสามารถอธิบายข้อเด่นชัดแบบสรุป ของการสื่อสารอัตลักษณ์สอดคล้องไปกับนิกายทั้ง 3 ได้ดังนี้

“นิกายวินัย” **律宗** (หลุกจง หรือ ลุดจง) เป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ที่พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยสืบทอดมา มีพุทธภาษิตคือ “ธรรมวินัยจักเป็นศาสดาของท่านทั้งหลายเมื่อเราล่วงลับไป” รวมถึงเคร่งครัดในเรื่องศีลอย่างยิ่งโดยมีแนวคิดว่า “ถ้าศีลไม่บริสุทธิ์แล้ว สมาธิ ปัญญา ก็ยากจะเกิดขึ้นได้” ซึ่งพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยโดยส่วนใหญ่ล้วนมีวัตรปฏิบัติที่เน้นหนักไปทางนิกายวินัยนี้ ด้วยการปริยัติ/ปฏิบัติ/ปฏิเวธ เนื่องจากมีความคล้ายคลึงกับสังคมไทยที่มีความคุ้นชินกับทางพระสงฆ์ไทยเถรวาทนั่นเอง อาทิ การศึกษาพระธรรมวินัยมหายาน ศึกษานักธรรมตรีโทเอก การปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานประจำวัน การประกอบพิธีกรรมสำคัญประจำปีของนิกายจีนมหายาน เป็นต้น

“นิกายเซ็น” หรือนิกายวิปัสสนา **禅宗** (เสี่ยมจง) มีอัตลักษณ์ทางการวิปัสสนาเป็นหลัก กล่าวคือ มีการปฏิบัติด้วยการเจริญสติทุกขณะจิต เมื่อมีสติรู้เท่าทันอารมณ์ความว้าวุ่นเบาบางสมาธิจะเกิดเอง จนพัฒนาเห็นแจ้งในสภาวะจิตเดิมแท้ที่มีอยู่แล้วในทุกคนนั่นเอง ซึ่งพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยก็ปฏิบัติวิปัสสนาตามแนวทางนิกายนี้ อาทิ วัตรปฏิบัติก็จะมีการเจริญสติ วิปัสสนาทุกลมหายใจไม่ว่าจะเป็นการกินยืน/เดิน/นั่ง/นอน เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้ ปริยัติ/ปฏิบัติ/ปฏิเวธ ในแนวนิกายวิปัสสนาจนตกผลึก แล้วนำธรรมะที่เห็นแจ้งแม้จะเพียงเพียงเล็กน้อยก็ตาม นำมาประกอบสร้างเผยแผ่ผ่านทางสื่อช่องทางต่าง ๆ ของพระสงฆ์จีนจีนนิกายมหายานในไทย

“นิกายมนตรยาน” หรือนิกายระหัสยาน **真言宗** (มิกจง) เป็นนิกายที่พระสงฆ์นิกายมหายานในประเทศไทยใช้ในการประกอบพิธีกรรมโดยส่วนใหญ่ เช่น พิธีทิ้งกระจาดมหาทาน, การเขียนอักขระยันต์ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งทางบูรพาจารย์ก็จะเน้นย้ำถึงวัตรปฏิบัติที่เคร่งครัด รวมถึงการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เพื่อให้มีศีลที่บริสุทธิ์จิตที่มีสมาธิ ส่งผลให้การทำพิธีกรรมต่าง ๆ มีความเข้มขลังศักดิ์สิทธิ์ สามารถโปรดสรรพสัตว์ด้วยจิตที่มีสมาธิอย่างยิ่ง

สรุปได้ว่าอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย มีแกนหลักนิกายทั้ง 3 นิกาย คือ “นิกายวินัย” **律宗** (หลุกจง หรือลุดจง) “นิกายเซ็น” หรือนิกายวิปัสสนา **禅宗** (เสี่ยมจง) “นิกายมนตรยาน” หรือนิกายระหัสยาน **真言宗** (มิกจง) มีการสืบทอดอัตลักษณ์ผ่านสื่อบุคคลรุ่นต่อรุ่น ที่เป็นการสื่อสารภายในคณะสงฆ์ ส่วนบทบาทหน้าที่ในการเผยแผ่คำสอน/หลักธรรมใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ/เข้าถึงง่ายตามยุคสมัยนั้น ๆ โดยการการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ ซึ่งมีเนื้อสารที่เป็นคำสอน/พิธีกรรม/งานสังคมสงเคราะห์เป็นแกนหลักของเนื้อสารในการเผยแผ่ธรรมเพื่อเกิดความเลื่อมใสผู้รับสารวงกว้าง เมื่อเกิดความเลื่อมใสแล้วจะค่อยสนใจการ ปริยัติ/ปฏิบัติ/ปฏิเวธ พัฒนาจิตไปตามลำดับ จนเริ่มแจ้งในสภาวธรรม เห็นจิตเดิมแท้ รู้แจ้งในสรรพสิ่ง รู้แบบไม่รู้ จนบรรลุ “สุญญตา (ศูนยตา หรือนิพพาน)”

ทั้ง 3 นิกายข้างต้นมีความสอดประสานเกื้อหนุนจนออกมาเป็นอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ที่มีการผลิตซ้ำ (Reproduction) สืบทอดรุ่นสู่รุ่นผ่านทางการสื่อสารระดับต่าง ๆ ซึ่งการใช้แนวคิด “ทฤษฎีการสื่อสารอัตลักษณ์” (The Communication Theory of Identity (CTI)) ในการวิเคราะห์สังเคราะห์การสื่อสารอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ซึ่งจะเห็นในแต่ละบทได้ว่ากว่าพุทธศาสนาจะมาถึงในปัจจุบันจนเป็นนิกายมหายานในไทยได้ผ่านการต่อรอง (Negotiate) ทางด้านอัตลักษณ์วนสลับเปลี่ยนไปมาโดยตลอด ซึ่งก็เป็นธรรมดา เนื่องจากพุทธศาสนานั้นยังอยู่ในโลก จึงหลีกหนีความเป็นโลกไม่ได้ในเชิงวัตถุ สิ่งสำคัญจึงอยู่ที่ภาวะจิตใจ ที่ทำการปริยัติ/ปฏิบัติ/ปฏิเวธ จนเหมือนโลกมองทะลุกลไกแห่งสรรพสิ่ง

การสื่อสารใด ๆ ของทางพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์เสมอแม้ผู้ที่ทำการสื่อสารจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม อัตลักษณ์ก็ได้เกิดขึ้นแล้วในระดับการสื่อสารต่าง ๆ อาทิการสื่อสารระหว่างพระสงฆ์และฆราวาส โดยในขณะที่สื่อสารแม้พระสงฆ์จะเทศนาธรรมไม่ได้คิดอะไรเกี่ยวกับอัตลักษณ์ก็ตาม แต่ผู้รับสารคือญาติโยมที่ร่วมฟังจำนวนมากก็จะมีบางคนที่เกิดการรับรู้อัตลักษณ์ความเป็นสมณะและฆราวาสเป็นต้น ซึ่งการรับรู้อัตลักษณ์ในตนเองของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยจะเกิดขึ้นได้ ก็มาจากวัตรปฏิบัติที่ “สม่ำเสมอ” (Regularly) ในการปริยัติปฏิบัติปฏิเวธตามนิกายทั้ง 3 ที่เป็นรากของนิกายมหายานในไทย ซึ่งบูรพาจารย์ได้คัดเลือกสืบทอดนิกายต่าง ๆ ที่มีความสำคัญเหมาะกับบริบททางสังคมไทย

อย่างไรก็ตามความเสื่อมเกิดขึ้นได้เป็นธรรมดา ตราบใดที่ยังอยู่ในโลกใบนี้ ยิ่งถ้าได้ศึกษาจากในบทต่าง ๆ ของงานวิจัยนี้ก็จะเห็นปรากฏการณ์แง่มุมต่างๆบนโลกที่มีพุทธศาสนา ก็จะมีความวุ่นวายและเจริญรุ่งเรืองวนๆสลับไปมา มีแต่เพียงการมองธรรมชาติของสิ่งเหล่านี้ให้ขาดทะลุถึงกลไกเท่านั้น ถึงจะเห็นแจ้งในสิ่งที่พระพุทธเจ้าท่านชี้ทาง ซึ่งในคำสอนต่างๆนั้นก็มีการต่อสู้/ต่อรอง/ต่อต้านมามากมายในบริบทต่าง ๆ กว่าจะมาถึงเหล่าพุทธบริษัทสี่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม “จิตเดิมแท้” ล้วนมีอยู่แล้วในตัวคนทุกคน การแสวงหาสิ่งภายนอกจะไม่เจอสิ่งใดเลยนอกจากทุกข์ พุทธศาสนาจึงเน้นย้ำในทุกๆคำสอนเพื่อให้ผู้คนได้เห็นถึง “สติปัญญา” (Intelligence) ที่อยู่ในจิตของเรา จนพัฒนาเห็นแจ้ง “สุญญตา (ศูนยตา หรือนิพพาน)” สิ่งเหล่านี้คือ แกนอัตลักษณ์ (Core Identity) ในทางพระพุทธศาสนา สืบทอดด้วยการผลิตซ้ำหลักธรรมคำสอน/วัตรปฏิบัติเรื่อยมา จนมาถึงนิกายมหายานในไทยในปัจจุบัน แม้จะมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงยืดหยุ่นไปบ้างตามบริบทสังคมโลก แต่เนื้อแท้ในธรรมไม่เคยเปลี่ยน

ในการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีความสอดคล้องกับ งานวิจัยการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยในหลายประการ เนื่องจากเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์เช่นเดียวกันแต่แตกต่างกันที่บริบทของเรื่องที่ศึกษา อย่างเช่น ในงานของ โสวรรณ คงสวัสดิ์ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนสถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี”พบว่า การสื่อสารกับบุคลและการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการสร้างอัตลักษณ์เด็ก วิธีการเลี้ยงดูของครูแม่บ้านมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของเด็กในบริบทบ้านหลังต่าง ๆ ซึ่งสื่อมวลชนมีส่วนเสริมสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของเด็ก หรือในงานของ ศุภมณฑา สุภานันท์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารอัตลักษณ์ และประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย” พบว่า ผู้สูงอายุมีอำนาจการสื่อสารและอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งอำนาจนั้นขึ้นอยู่กับ “ต้นทุน” ด้านการสื่อสาร/ความรู้ ที่จะใช้จัดการท่องเที่ยว รวมถึงต้นทุนด้านสุขภาพ ร่างกาย/จิตใจ/เศรษฐกิจ/สังคม รวมถึงการผลิตซ้ำ/การเปลี่ยนอัตลักษณ์และการพยายามธำรงรักษาอัตลักษณ์ของผู้สูงวัย ซึ่ง “พื้นที่” การท่องเที่ยวทำให้ได้เห็นความหลากหลายในการสื่อสารและอัตลักษณ์ ซึ่งในบริบทของงานวิจัยทั้งสองนี้จะเห็นได้ว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ส่งผลอย่างมากในการรู้อัตลักษณ์ของตนเองผ่านการสื่อสารกับผู้อื่นหรือในแวดวงเดียวกัน ซึ่งก็จะคล้ายกับใน “ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์” (The Communication Theory of Identity (CTI))

ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ พรชนก พงศ์ทองเมือง (2555) ที่ศึกษา “การสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ประเพณีบุญเดือนสิบจังหวัดนครศรีธรรมราช” ที่เน้นศึกษาในเรื่องของอัตลักษณ์ประเพณีกับการศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ประเพณี จึงสรุปได้ว่าการสื่อสารมีผลต่อการสืบทอดอัตลักษณ์เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจาก “การสื่อสารคือ อัตลักษณ์ อัตลักษณ์ก็คือ การสื่อสาร” นั่นเอง รวมถึงงานของ มนูญ โต๊ะอาจ (2555) ที่ศึกษาเรื่อง “การเรียนรู้และการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมของมุอัลลัฟ ในเขตชุมชนเมืองและชุมชนชนบทของไทย” พบว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นในพื้นที่ใดก็จะมีวิถีชีวิตคล้ายกัน ซึ่งคล้ายกับทางพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ที่ไม่ว่าจะอยู่พื้นที่ใดของไทย การสื่อสารอัตลักษณ์ก็มีความคล้ายคลึง

เช่น การสื่อสารผ่านพิธีกรรมทิ้งกระจาดมหาทานในวัดของนิกายจีนต่าง ๆ ตามแต่ละจังหวัดของทางคณะสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทย ที่มีรูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารทางสื่อโซเชียลของวัด ซึ่งโดยภาพรวมเนื้อหาก็มีความคล้ายคลึงกันทางด้านอัตลักษณ์ อาทิ การลงวันที่, รายละเอียดงาน, และกำหนดการของงานเป็นต้น จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ทำให้เห็นว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ในบริบทของงานวิจัยต่าง ๆ สื่อบุคคลกับพื้นที่มีผลอย่างมากในการรับรู้อัตลักษณ์ของตนเองต่อผู้รับสาร ส่วนการสื่อสารออกไปเป็นวงกว้างสื่อโซเชียลมีเดีย (social media) มีผลอย่างยิ่ง เนื่องจากมีการสื่อสารสองทางและการคอมเมนต์ในเนื้อหาที่นำเสนอออกไปฉะนั้นการประกอบสร้าง “สาร” (message) ต่าง ๆ จึงต้องมีการศึกษาเข้าใจลึกซึ้งถึงแก่นอัตลักษณ์ของตนเอง การสื่อสารจึงจะมีความแหลมคมในการสื่อสารอัตลักษณ์นั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการวิจัยมาจากการศึกษาเรื่อง การสื่อสาร/สืบทอด/อัตลักษณ์ ทั้ง 3 ส่วนด้วยกัน ซึ่งในแต่ละส่วนก็ล้วนสอดประสาน/สอดคล้องไปด้วยกันทั้งสิ้น โดยจะแบ่งข้อเสนอแนะเป็น 2 ข้อใหญ่ ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. พุทธบริษัท 4 ที่มีจิตใจเสียสละในการเผยแผ่คำสอนทางพุทธศาสนา ให้หันมองสิ่งภายใน คือ “จิต” (Mind) แล้วทำการศึกษาพุทธศาสนาให้ลึกซึ้งทั้งการปริยัติ/ปฏิบัติ/ปฏิเวธ ซึ่งไม่ว่าจะอยู่นิกายใด ปลายทางพุทธศาสนามีจุดหมายเดียว คือ การบรรลุ “สุญญตา (ศูนยตา หรือนิพพาน)”

2. มุ่งศึกษางานวิจัยต่าง ๆ โดยคัดเลือกงานที่มีอัตลักษณ์ใกล้เคียงกับบริบทในยุคนั้น ๆ แล้วนำมาศึกษาต่อยอด จนตัวเองกลายเป็นสื่อบุคคลที่มีความลึกซึ้งแหลมคมเห็นแจ้งในธรรม

3. ทำการศึกษา “สื่อ” ที่มีประสิทธิภาพในยุคนั้น ๆ เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยต่อยอดทางด้านความรู้นั้น ๆ ออกทำการเผยแผ่สื่อสาร เพื่อสืบทอดอัตลักษณ์พระสงฆ์จีนนิกายมหายานในไทยต่อไป เสมือนเป็น “การธำรงรักษาอัตลักษณ์” (Maintain) ให้สืบทอดต่อไปด้วยการ “ผลิตซ้ำ” (Reproduction) เนื้อหาอัตลักษณ์ต่าง ๆ เสมือนเป็น “การสื่อสารอัตลักษณ์” (Identity Communication)

4. ความรู้จริงในธรรมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบสร้างเนื้อสาร เพื่อการเผยแผ่ธรรมะคำสอนทางพระพุทธศาสนามหายานในไทย มิเช่นนั้นแล้วการสื่อสารเนื้อหาสาระทางพุทธศาสนาออกไป จะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในคำสอน/ขาดความแหลมคม แทนที่จะเป็นการชี้แนะทางสว่างแก่พุทธศาสนิกชนกลับกลายเป็นการพอกพูนเพิ่มกิเลสมากขึ้น/ดับความทุกข์ไม่ได้ เนื่องด้วยผู้แสดงธรรมก็ยังไม่ชัดแจ้งในข้อธรรมนั่นเอง หรืออาจจะกลายเป็นการแสวงหาปัจจัยจนเกินพอดีผ่านการสื่อสารทำให้เกิดความเสื่อม

5. การศึกษาการสื่อสารเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ “ทฤษฎีการสื่อสารอัตลักษณ์” (The Communication Theory of Identity (CTI)) จะทำให้ผู้ส่งสารมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของตนเอง รวมถึงการประยุกต์ใช้การสื่อสาร เพื่อสืบทอดอัตลักษณ์ก็จะแหลมคมขึ้นตามลำดับ เนื่องด้วยผู้ส่งสารมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ผสานด้วยการสื่อสาร ตรงจุดนี้เองเนื้อสารที่ถ่ายทอดออกไป จึงมีความเรียบง่ายแหลมคม ผู้รับสารก็สามารถเข้าใจในความหมายในเนื้อสารได้ง่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือพูดง่าย ๆ ก็คือ เมื่อรับสารไปเรื่อย ๆ แล้วก็เกิดความตระหนักรู้ในอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย แม้จะไม่ได้ศึกษาอัตลักษณ์ของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทยมามากก็ตาม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

สามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ รวมถึงเรื่องของพระสงฆ์จีนนิกายมหายานในประเทศไทย เพื่อนำไปต่อยอดในการสร้างและสื่อความหมาย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลทั่วไป รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ เช่น วัด เป็นต้น

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญะ อัตลักษณ์ อุดมการณ์.* กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

พรชนก พงค์ทองเมือง. (2555). *การสร้างและการสื่อสารอัตลักษณ์ประเพณีบุญเดือนสิบจังหวัดนครศรีธรรมราช.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].

ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร. (2561). *แนวคิดหลักด้านการสื่อสาร.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มนูญ โต๊ะอาจ. (2555). *การเรียนรู้การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมของมุอัลลัฟในเขตชุมชนเมืองและชุมชนชนบทของไท.* [วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์].

ศุภมณฑา สุภานันท์. (2554). *การสื่อสาร อัตลักษณ์ และประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

เสถียร โพธินันทะ.(2531). *พระพุทธศาสนามหายาน.* มูลนิธิสังฆประชานุเคราะห์ คณะสงฆ์จีนนิกายวัดโพธิ์แมนคุณาราม - วัดมังกรกมลาวาส (เล่งเน่ยยี่).

โสวรรณ คงสวัสดิ์.(2545).*การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนสถานสงเคราะห์เด็กหญิงบ้านราชวิถี.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].