

พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์แห่งคณะสงฆ์ไทย THE PUBLIC RELATION'S DEVELOPMENT OF THAI BUDDHIST SANGHA

พระสุวรรณเมธี (แสวง นวลใจ) *

Phrasuwanmethee (Sawaeng Nuanchai)

Corresponding Author E-mail: phrasuwanmeteemcu01@gmail.com

บทคัดย่อ

การประชาสัมพันธ์ในทางพระพุทธศาสนา หมายถึง การที่พระพุทธเจ้าหรือคณะสงฆ์ได้แสดงชี้แจงหรือประกาศ ศาสนธรรม มีเป้าหมายต่อการดำรงชีวิต 3 ประการ ได้แก่ 1) การเข้าใจถึงสาระของชีวิต 2) การหยั่งรู้ข้อเท็จจริงตามธรรมชาติที่ชีวิตเข้าไปสัมพันธ์ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย และ 3) การปฏิบัติตนเพื่อพัฒนาชีวิต โดยมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา 6 ลักษณะ ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์โดยเทศนาวิธี 2) อิทธิวิธี 3) พุทธวิธี 4) การบัญญัติสิกขาบท 5) การวางข้อเปรียบเทียบเพื่อการวินิจฉัยเรื่องที่ปัญหา และ 6) การสงเคราะห์ การประชาสัมพันธ์แห่งคณะสงฆ์ไทยได้รับอิทธิพลสำคัญ 4 อย่าง ได้แก่ 1) อิทธิพลของพระพุทธศาสนาในอดีต 2) จารีตประเพณีทางสังคม 3) สิ่งแวดล้อม และ 4) กฎระเบียบของรัฐ โดยมีพัฒนาการในยุคปัจจุบัน 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) ลักษณะที่ยึดรูปแบบตามแนวทางพระพุทธศาสนาดั้งเดิม และมีการพัฒนารูปแบบใหม่ขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม 2) ลักษณะการสื่อสารที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเครื่องมือสมัยใหม่ เช่น รายการทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น 3) ลักษณะการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4) ลักษณะโครงการอบรมคุณธรรมและจริยธรรมแก่เยาวชน และข้าราชการไทย และ 5) ลักษณะพุทธวิธีซึ่งถูกพัฒนากลายเป็นคณะพระธรรมทูต

คำสำคัญ: พัฒนาการ, การประชาสัมพันธ์, คณะสงฆ์ไทย

ABSTRACT

Public relations in Buddhism referred to the way the Buddha or the Sangha expressed, clarified or declared the Dharma which was beneficial to living for 3 reasons; 1) understanding the essence of life, 2) realizing the natural facts that life interacted from birth to death, and 3) practicing to improve one's life. There were 6 forms of public relations in Buddhism; 1) public relations through preaching, 2) magical power, 3) diplomatic method, 4) covenant, 5) making an analogy for the diagnosis of the problem, and 6) aid. The development of public relations of the Thai Sangha received 4 major influences; 1) the influence of Buddhism in the past, 2) social customs, 3) environment and 4) government regulations. There were 5 developments in the present period; 1) characteristics that adhered to the traditional Buddhist concept and new forms that had been developed from social change, 2) communication characteristics being developed with modern tools such as TV programs, radio and internet, 3) characteristics of cultural and environmental conservation, 4) project characteristics of moral and ethical training for youth and

* หลักสูตรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาบาลี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

Thai government officials, and 5) diplomatic method which was developed to become missionary body.

Keywords: Development, Public relations, Thai Sangha

บทนำ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันนี้ เรียกได้ว่าเป็นยุควัฒนสารสนเทศ (Information Age) บ้างก็ว่าเป็นยุคแห่งนาโนเทคโนโลยี (ซุตสันต์ เกิดวิบูลย์เวช, 2557) หรือบ้างก็เรียกกันว่า เป็นยุคแห่งเจนเอเรชั่นซี (Generation C) ซึ่ง ซี (C) มาจากคำว่า Content เป็นสังคมยุคอินเทอร์เน็ต การสื่อสารเป็นกระบวนการขับเคลื่อนที่สำคัญของสังคมมนุษย์ และเป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กับชีวิตในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะในการดำเนินชีวิตประจำวัน และการทำงานของมนุษย์ด้วยมนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสาร เพื่อทำความเข้าใจระหว่างกัน ซึ่งยังประโยชน์ต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น สภาพการณ์ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์ในการช่วยให้เราสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ ง่ายดายและรวดเร็ว ได้เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2562) ปัญหาในสังคมที่เกิดขึ้นจากการพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์ในการบริโภคข้อมูลข่าวสารมากเกินไป คือ การที่คนปักใจเชื่อข่าวสารทั่วไป รวมถึงข่าวลือ ข่าวปลอมต่าง ๆ บนเฟสบุ๊ก ถูกนำมาเผยแพร่โดยไม่คำนึง ว่าข้อมูลนั้นมีความถูกต้องมากน้อยเพียงใด เพราะข่าวสารบนเฟสบุ๊ก นอกจากถูกเผยแพร่โดยสื่อมวลชนที่หัน มาทำเพจเฟสบุ๊ก เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสารข่าวให้มากขึ้น ยังมีการเผยแพร่ข่าวสารได้โดยผู้ใช้งานเฟสบุ๊ก

ทั่วไปได้ เช่นกัน ในอดีตข่าวปลอมลักษณะนี้อาจจำกัดข่าวเฉพาะด้าน เช่น เนื้อหาด้านสุขภาพ แต่เมื่อวงการสื่อ เปลี่ยนแปลงไป ข่าวปลอมก็เริ่มพัฒนามาเป็นข่าวการเมืองหรือข่าวต่างประเทศ ส่งผลให้ความเข้าใจผิดของประชาชนที่มีต่อตัวบุคคลและองค์กรต่าง ๆ ขยายผลไปรวดเร็วและลงลึกในระดับความเชื่อของบุคคลทุกฝ่ายในสังคมปัจจุบัน

ในสมัยพุทธกาลพระพุทธเจ้าทรงใช้วิธีการสื่อสารและการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเชิงรุก เสด็จจาริกไปแสดงธรรมแก่พุทธศาสนิกชนทุกระดับชั้นด้วยพระองค์เอง ทรงมีทั้งหลักการและหลักปฏิบัติแตกต่างกันไปตามกาลเทศะของบุคคลที่จะทรงโปรด การพิจารณาการสื่อสารและวิธีการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระองค์ จะเริ่มตั้งแต่คุณสมบัติของผู้สอน ลีลาการสอนและหลักการสอนในรูปแบบต่างๆ จนทำให้พระพุทธศาสนาเกิดการแผ่หลายไปทั่วชมพูทวีป การกำหนดทิศทางยุทธวิธี (ทรงวิทย์ แก้วศรี, 2550, น. 68) คือ ความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนและกำหนดแผนยุทธวิธีใหม่ เพื่อที่จะไปสู่ทิศทางที่ได้กำหนดไว้ในอนาคต ดังพระดำรัสที่ว่า “เธอจงเป็นภิกษุมาเถิด” แล้วตรัสต่อไปว่า “ธรรมอันเรากล่าวดีแล้ว เธอจงประพาสพิภพจรย เพื่อทำที่สุดแห่งทุกข์โดยชอบเถิด” (วิ.ม. (ไทย) 4/18/25 ; วิ.ม. (ไทย) 4/37/40) ถือเป็นแผนการแรกที่ยิ่งทรงตัดสินพระทัยจัดส่งพระอรหันต์สาวกไป

ประกาศพระพุทธานุศาสนาทวิศานุทิศ และได้
บรรลุลผลแห่งการทำงานด้วย

พระพุทธเจ้าเมื่อทรงตัดสินใจบำเพ็ญ
พุทธกิจเพื่อโปรดสัตว์โลก ทรงตระหนักถึง
ปัจจัยอันเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนา 4 อย่าง
ได้แก่ 1) ข้อมูลที่เป็นจริงและเกิดประโยชน์ 2)
การสื่อสารที่มีคุณภาพ ดังปรากฏในปัญหา
พยากรณ์ว่า ถ้าเรื่องอดีต เป็นเรื่องไม่จริง ไม่
แท้ ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ ตถาคตไม่
พยากรณ์เรื่องอดีตนั้น ... ถ้าแม้เรื่องปัจจุบัน
เป็นเรื่องจริงแท้ ทั้งประกอบด้วยประโยชน์ ใน
เรื่องนั้น ตถาคตก็รู้จักกาลที่จะพยากรณ์
ปัญหานั้น (ที.ปา. (ไทย) 11/187/145-146) 3)
เครื่องรับสื่อที่มีคุณสมบัติเพียงพอสำหรับการ
เข้าถึงสาระของข้อมูลข่าวสาร และ 4) การนำ
ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงนั้นมาปฏิบัติอย่าง
ต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผล

การประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในสังคมและ
ในพระพุทธศาสนามีทั้งนัยที่ตรงกันและ
แตกต่างกัน สำหรับนัยที่ตรงกันนั้น เป็น
ลักษณะโดยรวมของการประชาสัมพันธ์ ส่วนที่
แตกต่างกันเป็นเพียงคำศัพท์ที่แสดงถึง
ความหมาย และวัตถุประสงค์ของการ
ประชาสัมพันธ์ ซึ่งในพระพุทธศาสนาได้
มุ่งหวังให้ผู้สื่อสารเข้าถึงเป้าหมายสูงสุดของ
การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การอบรมตนให้
เจริญด้วยสติ ปัญญาตามสมควรความ
ชวนชวยของตนเอง และการพัฒนาสติปัญญา
ไปสู่ความดับทุกข์ อันเป็นประโยชน์ระดับ
โลกุตระ ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ทั่วไปนั้น
มุ่งเน้นประโยชน์ในชีวิตปัจจุบันอันเป็นโลกียะ
แต่ถ้ามองการประชาสัมพันธ์ในแง่ของ
ประโยชน์แล้ว การประชาสัมพันธ์ทั้งสองไม่มี

ความแตกต่างกันในด้านการพัฒนา
กระบวนการเรียนรู้สำหรับตนเอง

ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีแนวทางในการศึกษา
ถึงพัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏ
ในพระไตรปิฎก คัมภีร์หรือตำราวิชาการด้าน
พระพุทธศาสนา จะช่วยให้สังคมมีแนวทาง
สามารถพิจารณาสื่อข่าวสารได้อย่างถูกต้อง
และไม่ตกเป็นเหยื่อของบุคคลบางกลุ่มที่
ต้องการใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ
แสวงหาผลประโยชน์โดยอิงอาศัยความ
เลื่อมใสศรัทธาของสังคมที่มีต่อพระรัตนตรัย
เป็นพื้นฐานอยู่แล้วเป็นเครื่องตอรอง มุ่งศึกษา
หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาในการ
แก้ปัญหาข่าวสารที่ไม่เป็นความจริง และการ
จัดกระบวนการเรียนรู้การบูรณาการ
พระพุทธศาสนากับการสื่อสารตามหลักการ
ประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ มี 2
ลักษณะ คือ ลักษณะทางสังคม หมายถึง การ
ติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอัน
ถูกต้องต่อกันและกัน (ราชบัณฑิตยสถาน,
2546, น. 657) และอีกความหมายหนึ่ง คือ
การเกี่ยวข้องผูกพันระหว่างกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม
(บุญเกื้อ ครอบหาเวช, 2537, น. 13) ความ
พยายามของหน่วยงานหนึ่งที่ต้องการสร้าง
หรือปรับความสัมพันธ์ของกลุ่มชน หรือ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์
อันดี อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายไว้ตามที่
วางไว้อย่างราบรื่น (ชมพู่ ภูมิภาค, 2516, น.
12) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความ
เข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่าง
องค์กร สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน (สำราญ จุช่วย, 2551, น. 8) คุณภาพของการประชาสัมพันธ์ ที่เกิดขึ้นได้นั้น ต้องมาจากคุณภาพของบุคลากรในองค์กรที่มีความเชื่อมั่นต่อองค์กร กล่าวคือกลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อมั่นในพระพุทธเจ้าและเหล่าพระสาวกตั้งแต่พระอัสสีมหาสาวกพระอริยบุคคลทั้ง 4 ลำดับ มีพระอรหันต์ เป็นต้น จนถึงผู้นำของกลุ่มเป้าหมายมีหัวหน้าอุบาสก อุบาสิกาเป็นต้น ว่ามีคุณสมบัติในการดับทุกข์และสามารถพัฒนาคุณภาพได้ ซึ่งความเชื่อมั่นเช่นนี้จะเกิดขึ้นเพราะเหตุ 2 ประการ คือกลุ่มเป้าหมายรับรู้คุณภาพขององค์กรผ่านงานประชาสัมพันธ์โดยตรง มีการพึงธรรมเป็นต้น และกลุ่มเป้าหมายได้นำความรู้จากการประชาสัมพันธ์มาปฏิบัติจนเกิดผลที่น่าพอใจ ดังปรากฏหลักฐานรับรองว่า “พุทธบริษัทจะถึงมรรค ผล นิพพาน มีอยู่ทางเดียวเท่านั้น คือต้องลงมือเจริญวิปัสสนากรรมฐานจนรู้แจ้งแทงตลอดอริยสัจ 4 ประการ” (พระธรรมธีรราชมหามุนี (โชดก ญาณสิทธิ), 2550, น. 183) การสื่อสารที่เป็นจริง สำหรับให้เหล่าเวไนยสัตว์เข้าถึงสัจธรรม 3 ลักษณะ ได้แก่ ความเป็นจริงตามกฎธรรมชาติ ความจริงตามสมมุติบัญญัติและความจริงตามปรมาตถ์ สรุปความหมายของการในพระพุทธศาสนา คือ การที่พระพุทธเจ้ารวมถึงพระสาวกทั้งหลาย ได้ประกาศศาสนธรรมอันมีสัจธรรมและสารัตถประโยชน์เป็นพื้นฐาน แก่สังคมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือเหล่าเวไนยสัตว์ เพื่อให้บรรลุถึงประโยชน์ตามกำลังที่แต่ละบุคคลจะพึงนำไปปฏิบัติได้ (พระเทพโสภณ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) และคณะแปล, 2548, น. 137)

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ใน

พระพุทธศาสนา

ในพระพุทธศาสนาไม่ปรากฏคำว่าประชาสัมพันธ์โดยคำพูด ปรากฏเพียงลักษณะหรืออาการที่แสดงถึงลักษณะการประชาสัมพันธ์เท่านั้น ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะที่แฝงอยู่ในการดำเนินชีวิตของผู้คน จนกลายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับวิถีชีวิตชนิดแยกกันไม่ออก ในพระไตรปิฎก มีแนวคิดการประชาสัมพันธ์ ดังนี้การประชาสัมพันธ์ในยุคก่อนพุทธกาล มีลักษณะที่ผสมผสานเข้ากับวิถีชีวิตของคนในสังคม สำหรับที่ปรากฏในพระพุทธศาสนาเป็นเรื่องของการนำเรื่องราวในอดีตชาติมาแสดงเปิดเผย มีชีวประวัติของบุคคลต่าง ๆ ยกตัวอย่าง พระราโชวาทของพระเจ้าจักรพรรดิที่ตรัสแก่เหล่าพระราชาทั่วแว่นแคว้น จัดเป็นการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งเช่นกัน ดังปรากฏว่า “ท้าวเธอตรัสตอบอย่างนี้ว่า ‘พวกท่าน ไม่พึงฆ่าสัตว์ ไม่พึงถือเอาสิ่งของที่เจ้าของเขาไม่ได้ให้ ไม่พึงประพฤติผิดในกาม ไม่พึงพูดคำเท็จ ไม่พึงดื่มน้ำเมาและจงครองราชย์สมบัติไปตามเดิมเถิด’” (ที.ปา. (ไทย) 11/86/64) จากลักษณะข้างสารที่กระจายไปยังสาธารณชน ทำให้รู้ว่า การประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ทุกยุคสมัย, การประชาสัมพันธ์ในยุคพุทธกาล เป็นการประชาสัมพันธ์ในขณะที่พระพุทธเจ้ายังทรงดำรงพระชนชีพอยู่ เริ่มแรกนั้น ลักษณะของการประชาสัมพันธ์เกิดจากเหล่าทวยเทพเทวดา ซึ่งได้รับข่าวสารการอุบัติขึ้นแห่งพุทธบุคคล จึงต่างเกิดปีติโสมนัส ในอันที่จะได้สดับพระสัทธรรมอันไพเราะ จึงได้ป่าวประกาศข่าวสาร ไปยังเทวดาชั้นต่างๆ กลายเป็นวิธี

ประชาสัมพันธ์ของเหล่าทวยเทพอย่างหนึ่ง ยกตัวอย่าง ในปัญจวัคคียกถา มีเนื้อหาแสดงถึงการประชาสัมพันธ์ว่า “ครั้นพระผู้มีพระภาค ทรงประกาศพระธรรมจักรให้เป็นไปแล้ว ทวยเทพชั้นภุมมะภคระกายขาวว่า “นั่น พระธรรมจักร อันยอดเยี่ยม พระผู้มีพระภาคทรงให้เป็นไปแล้ว ณ ป่าอิสิปตนมฤคทายวัน เขต กรุงพาราณสี อันสมณะ พรหมณ์ เทวดา มาร พรหมหรือใครๆ ในโลกให้หมุนกลับไม่ได้” (วิ.ม. (ไทย) 4/17/24-25) ส่วน การประชาสัมพันธ์ในยุคหลังพุทธกาล มีบทบาทที่สำคัญยิ่งเพราะเป็นตัวกำหนดความถูกต้อง หรือความผิดพลาดเกี่ยวกับพระธรรมวินัย ด้วยว่า เรื่องที่เป็นข้อสงสัยจะไม่ก่อปัญหาใดๆ ให้เกิดขึ้น หรือถ้าหากเกิดขึ้น ก็จะสามารถระงับได้ด้วยดี เพราะมีพระพุทธเจ้าทรงเป็นผู้วินิจฉัย แต่ภายหลังพุทธปรินิพพาน เรื่องราวที่ เป็นอันตรายต่อความมั่นคงในพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นมากมาย จากหลายๆ เหตุปัจจัย มีทั้งปัญหาที่ระงับได้ง่ายและยาก รวมทั้งปัญหาที่ทำให้คณะสงฆ์ร้าวฉาน จนกระทั่งแตกแยกนิกายในที่สุด เป็นเหตุให้เกิดการสังคายนาพระธรรมวินัยหลายครั้ง

เป้าหมายการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา

กิริยาที่พระพุทธเจ้าและเหล่าพระสาวก ได้เผยแผ่ศาสนธรรม วัตถุประสงค์และผลลัพธ์ของการประกาศศาสนธรรม จัดเป็นเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา มีลักษณะโดยรวม 4 ประการ คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อประกาศพระศาสนา ถือเป็นการงานแรกที่พระพุทธเจ้าทรงตั้งพระทัยไว้ ภายหลังการตรัสรู้พระอนุตตรสัมโพธิญาณ,

เพื่อการประกาศ หรือเปิดเผยสัจธรรม จัดเป็นคุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา เนื่องจากเมื่อพระพุทธเจ้าทรงค้นพบสัจธรรมที่แท้จริงด้วยพระปัญญาอันบริสุทธบริบูรณ์ โดยการปฏิบัติตามแบบอริยมรรค ซึ่งมีวิธีการต่างจากผู้เจ้าลัทธิอื่นๆ ที่อ้างถึงสัจธรรมโดยการใช้ตรรกะบ้าง การเข้าใจผิดคิดว่า สมบัติที่ตนได้บรรลุเป็นความจริงสุดท้าย ไม่มีความจริงอื่นที่สูงกว่าบ้าง การปฏิบัติตนให้ลำบากด้วยปฏิบัติต่างๆ เช่น การทรมานกาย มีการปฏิบัติเยี่ยงสุนัข เป็นต้น , เพื่อการบำเพ็ญพุทธกิจอันเกิดจากพระมหากรุณาธิคุณ จัดเป็นหน้าที่ หรือเป็นการตั้งพระทัยของพระพุทธเจ้า ด้วยอาศัยพระมหากรุณาธิคุณที่จะสงเคราะห์หมู่สัตว์ประเภทเวไนยสัตว์ ซึ่งเป็นประเภทที่สามารถพัฒนาตนเองให้เจริญขึ้นได้ ด้วยกุศลทั้งปวง เช่น การถวายทาน รักษาศีล และการมีสัมมาทิฐิ ดังปรากฏในพรหมยาจนกถาว่า “พระผู้มีพระภาคทรงรับคำทูลอาราธนาของพรหม และเพราะอาศัยพระกรุณาในหมู่สัตว์ ทรงตรวจดูโลกด้วยพุทธจักขุ เมื่อทรงตรวจดูโลกด้วยพุทธจักขุ ได้เห็นสัตว์ทั้งหลาย ผู้มีธุลีในดาน้อย ... บางพวกมักไม่เห็นปรโลกและโทษว่า น่ากลัวก็มี” (วิ.ม. (ไทย) 4/9/14) และ เพื่อการปฏิบัติประเพณีนิยม ซึ่งชาวบ้านได้ยึดถือ ประพฤติปฏิบัติสืบกันมาเป็นเวลายาวนาน มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะที่เป็นเหตุผลให้กระทำตาม กล่าวคือสามารถใช้หลักปัญญาพิจารณาเห็นความเหมาะสมแล้วจึงปฏิบัติตามได้บ้าง และที่มีลักษณะเป็นความเชื่อล้วนๆ ซึ่งถูกสั่งสอนให้กระทำตามสืบต่อกันมาหลายยุคสมัยบ้าง ยกตัวอย่างการปฏิบัติประเพณีบูชา ยัญด้วยชีวิตของสัตว์น้อยใหญ่ บางทีพบว่า มี

การนำเด็กชาย หญิง หรือทาส กรรมกร รวมเข้าในเครื่องสังเวด้วย ให้ยกเลิกความเชื่อดังกล่าวหันมากระทำการบูชาญโดยการให้ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วยหลักการให้ทานแทน ยกตัวอย่างการบูชาญที่มาในกฎหัตถสูตรว่า “พราหมณ์ นิตยทานที่ทำสืบกันมา ถวายเจาะจงบรรพชิตผู้มีศีลนี้ เป็นยัญซึ่งใช้ทุนทรัพย์และมีการตระเตรียมน้อยกว่า แต่มีผลานิสงส์มากกว่ายัญสมบัติ 3 ประการ มีองค์ประกอบ 16 ของพระเจ้ามหาวชิตราช นี้” (ที.เส. (ไทย) 9/348/145)

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในพระพุทธศาสนา จากลักษณะที่พระพุทธเจ้าทรงใช้ในการแสดงธรรมปรากฏในพระไตรปิฎก 6 ประเภท ได้แก่ 1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยเทศนาวิธี 2) รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยอิทธิวิธี หรือ การแสดงฤทธิ์ 3) รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยทูตวิธี 4) รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการบัญญัติสิกขาบท 5) รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการวางข้อเปรียบเทียบเพื่อการวินิจฉัยเรื่องที่เป็นปัญหา 6) รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการสงเคราะห์ ดังที่จะได้นำเสนอต่อไปนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยเทศนาวิธี เป็นรูปแบบการแสดงธรรมของพระพุทธเจ้า 5 ลักษณะ คือ 1) ลักษณะการตรวจสอบอุปนิสัย หรือการสรรหาสิ่งเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของเหล่าเวไนยสัตว์ เป็นขั้นตอนการกลั่นกรองบุคคลากรที่จะนำมาพัฒนาผ่านข่ายแห่งพระญาณ จึงจัดเป็นเป้าหมายที่ผ่านการ

คัดสรรด้านคุณสมบัติมาแล้ว ยกตัวอย่าง กรณีการเลือกสรรอุปกรณ์ในการแสดงธรรมอันคล้อยตามจริต เพื่อโน้มน้าวจิตใจของพระจุฬป็นก ผู้มีปัญญาทึบ ให้เข้าถึงธรรมด้วยการประทานผ้าขาวให้ลูบลำ ทำให้พระจุฬป็นกค่อย ๆ เกิดสติปัญญารู้แจ้งสัจธรรม ยอมรับกฎไตรลักษณ์ ไม่ยึดมั่นถือมั่นเพราะความเปลี่ยนแปลงของผ้าขาวกลายเป็นผ้าสีคล้ำหม่นหมอง เมื่อน้อมเข้ามาเปรียบเทียบกับสภาพของสังขาร ทำให้กระทำที่สุดแห่งทุกข์ได้สำเร็จ เพราะมีอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับจริต (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2544ข, น. 31-35) 2) ลักษณะการแสดงธรรม จัดเป็นต้นแบบของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา มีขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การตรวจสอบอุปนิสัยของกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินไปสู่เป้าหมาย การสร้างเงื่อนไขที่จะแสดงธรรม การแสดงธรรมโดยเลือกหัวข้อที่เกื้อกูลแก่จริต การชักจูงเพื่อรู้แจ้งอริยสัจ และสำเร็จประโยชน์ตามเป้าหมายโดยการเข้าถึงสัจธรรม, 3) ลักษณะการสนทนาธรรม เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่พระพุทธเจ้าทรงใช้เป็นประจำ มีบุคคลมากมายได้เข้ามาสนทนาธรรมกับพระองค์ เช่น กษัตริย์ พราหมณ์ พ่อค้า วาณิช ตลอดถึงกรรมกร คนใช้แรงงานในสังคม จนกลายเป็นกิจวัตร และในบางกรณีพระองค์ได้ทรงใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบการสนทนาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงหลักการสำคัญ ยกตัวอย่าง การเสด็จไปเพื่อแสดงธรรมแก่ปัญจวัคคีย์ ระหว่างทางได้สนทนากับอุปกชีวก (วิ.ม. (ไทย) 4/11/16-17), 3) ลักษณะการตอบปัญหา เป็นรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้กลุ่มผู้ฟังเข้าถึงเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ง่าย

เนื่องจากการตอบปัญหา เป็นการชี้แจงข้อสงสัยด้วยเหตุและผล ช่วยให้บุคคลผู้สงสัยได้รู้ชัด เข้าใจแจ่มแจ้ง และ 4) ลักษณะการถามปัญหา มีการตั้งคำถามเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายใช้ปัญญาขบคิดหาคำตอบ เป็นการหยั่งความรู้ของผู้ฟัง แต่เมื่อไม่สามารถตอบปัญหาได้ พระพุทธเจ้าจะทรงใช้อุบายในการเฉลย แตกต่างกันไป บางกรณีทรงเฉลยคำตอบโดยตรง แต่บางกรณีทรงใช้อุบายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ใช้ความพยายามรู้เอง

2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยอิทธิวิธี หรือ การแสดงฤทธิ์ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลเป็นอย่างมาก พระพุทธเจ้าทรงห้ามการแสดงฤทธิ์ไว้ มีสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ เพื่อป้องกันการครหาและการดูถูกพระอริยบุคคลผู้ไม่มีฤทธิ์ ในอนาคตกาล ซึ่งเป็นเหตุแห่งความไม่เกื้อกูลต่อผู้ก้าวล่วงนั้น และเพื่อทรงแสดงให้เห็นว่า ฤทธิ์เป็นโลกียะ ยังไม่ทำให้บุคคลผู้บรรลุนิพพานหลุดพ้นจากทุกข์ อันเป็นเป้าหมายหลักของการประกาศศาสนาธรรมไปได้ มี 4 ลักษณะ ดังนี้ ลักษณะการแสดงฤทธิ์ด้วยพระองค์เอง แต่ทรงห้ามสำหรับพระสาวกทั่วไป ปรากฏในขุททกวัตถุว่า “ภิกษุไม่พึงแสดงอิทธิปาฏิหาริย์ อันเป็นอุตตริมนุสสธรรมแก่คฤหัสถ์ทั้งหลาย รูปใดแสดงต้องอาบัติทุกกฏ” (วิ.ม. (ไทย) 7/252/19), ลักษณะการประทานอนุญาตให้พระสาวกแสดงฤทธิ์ เป็นการอนุญาตสำหรับบุคคลที่ทรงเลือกให้บันลือสีหนาท เพื่อประกาศคุณของบุคคลนั้นๆ เช่น กรณีการอนุญาตให้พระมหาโมคคัลลานแสดงฤทธิ์ ปรากฏพระยานันทโพนันทนาคราช (พระพุทธโฆสาจารย์, 2534, น. 149-155) ลักษณะการห้ามแสดงฤทธิ์ในอนาคต เป็นสิ่งที่ทรงห้ามไว้สำหรับการแสดง

แบบเปิดเผย เนื่องจากทรงเล็งผลกระทบต่อองค์การสงฆ์ในอนาคต ยกตัวอย่าง การขออนุญาตแสดงฤทธิ์ของพระมหาโมคคัลลานเถระ เมื่อพระภิกษุสงฆ์ขาดแคลนบิณฑบาต ณ เมืองเวรัณฐา จากการเกิดข้าวยากหมากแพง แต่พระพุทธเจ้าไม่ทรงอนุญาต เพราะทรงคำนึงถึงเหตุการณ์ที่จะเป็นปัญหาในอนาคต กล่าวคือ ถ้าหากสังคมเกิดประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติขึ้น จะถูกนำเหตุการณ์ดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้น ณ เมืองเวรัณฐา เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นความไม่เกื้อกูลต่อบุคคลที่ถูกหมิ่นดูแคลน พระภิกษุสงฆ์ผู้มีศีลแต่ปราศจากฤทธิ์ และลักษณะการอธิษฐานฤทธิ์ หรือฤทธิ์ที่เกิดจากการอธิษฐาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ เช่น การอธิษฐานร่ายพระบาทเพื่อให้พราหมณ์มาคณัตถียะกับภรรยาได้เห็น แล้วตามร่ายพระบาทไปจนพบพระองค์ แล้วได้เข้าเฝ้าสนทนารธรรมกับพระพุทธเจ้า เป็นเหตุให้บรรลุธรรม (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2480ข, น. 55)

3. รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยทูตวิธี เป็นการส่งทูตไปเพื่อกระทำให้หน้าที่แทนตน หรือทำหน้าที่ตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ มี 3 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะการส่งสมณทูตไปประกาศศาสนาในสมัยพุทธกาล จัดเป็นรูปแบบและต้นแบบของการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับความต้องการและลักษณะของการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน, ลักษณะการส่งสมณทูตไปอุปสมบท เป็นรูปแบบการใช้ตัวแทนให้ปฏิบัติหน้าที่แทน หรือมอบอำนาจให้ตัวแทน เช่น พระพุทธองค์ทรงส่งคณะสงฆ์ไปบวชให้แก่นางอัทธมาสี ผู้เป็นหญิงคณิกา หรือหญิงโสเภณีด้วยการอุปสมบทโดยทูต

และลักษณะการส่งสมณทูตไปประกาศศาสนา ในสมัยการสังคายนาครั้งที่ 3 เป็นการประกาศศาสนธรรมนอกเขตมิชฌิมประเทศ เพราะได้ไคร้ครวญและรู้ด้วยญาณแล้วว่า พระพุทธศาสนาจะตั้งมั่นดีในปัจฉิมประเทศ จึงคณะทูตออกไป จำนวน 9 สาย มีการส่งพระอุตรเถระไปยังสุวรรณภูมิชนบท เป็นต้น (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2544ก, น.106)

4. รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการบัญญัติสิกขาบท เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้องค์กรเกิดความมั่นคงในภายในและภายนอก มี 5 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะสิกขาบทบัญญัติ ว่าด้วยสิ่งที่ไม่ควรละเมิด จัดเป็นห้ามเด็ดขาด, ลักษณะสิกขาบทบัญญัติ ว่าด้วยสิ่งที่จะต้องปฏิบัติตาม, ลักษณะการป้องกันความเสื่อมโดยการบัญญัติสิกขาบทให้พระภิกษุสงฆ์มีข้อวัตรปฏิบัติที่ตรงกัน, ลักษณะการสนับสนุนให้เกิดความเจริญและยาวนาน มีพระพุทธดำรัสในเวรัญชกัณฑ์ ว่า “สารีบุตร พระพุทธเจ้ากกุสันธะ พระพุทธเจ้าโกนาคมนะ และพระพุทธเจ้ากัสสปะ ไม่ทรงผ่นคลายที่จะทรงแสดงธรรมโดยพิสดารแก่สาวก ... เมื่อหมดพระพุทธเจ้าและสาวกผู้ตรัสรู้ตามแล้ว สาวกชั้นหลังๆ ต่างชื่อ ต่างโคตร ต่างชาติวรรณะ ได้เข้ามาบวชจากต่างตระกูล เธอเหล่านั้น พาให้พรหมจรรย์ดำรงอยู่นาน” (วิมพา. (ไทย) 2/20/12), ลักษณะการบัญญัติสิกขาบทในศาสนาพระพุทธพลทั้ง 3 พระองค์นั้น เป็นเหตุให้ศาสนธรรม ดำรง คงมั่น จนกำหนดจำนวนกาลไม่ได้ จัดเป็นรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่เกิดประโยชน์มากต่อองค์กรและมวลสมาชิก เห็นได้จากการที่พระพุทธเจ้าในปัจจุบันได้ยึดรูปแบบการบัญญัติสิกขาบท เป็นแนวทางการดำรงรักษา

พรหมจรรย์ในพระพุทธศาสนา, และลักษณะการสังคายนาพระธรรมวินัย จัดเป็นต้นแบบของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพราะได้สร้างสำเร็จประโยชน์ 5 อย่าง คือ ประโยชน์ด้านการรวบรวมคำสอนไว้เป็นหมวดหมู่ อย่างเรียบร้อย ไม่กระจัดกระจายง่ายต่อการทรงจำ (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2544ก, น.45-46) ประโยชน์ด้านหลักฐานอ้างอิง ทำให้คณะสงฆ์มีมติร่วมกัน เช่น กรณีการวินิจฉัยสิกขาบทเล็กน้อย ที่พระพุทธองค์ทรงอนุญาตให้ยกเลิกได้ แต่ เมื่อมีมติไม่ยกเลิกเป็นอันตกลงกันได้ (วิ.จุ. (ไทย) 7/442/383), ประโยชน์ด้านการสืบทอดหลักการที่ต้อง เกิดจากการสังคายนาพระธรรมวินัยครั้งแรก ทำให้การสังคายนาในครั้งที่ 4 ถูกจารึกไว้เป็นอักษร เพื่อป้องกันการลืมเลือน, ประโยชน์ด้านการรักษาพระธรรมวินัยให้ดำรงอยู่ แม่นานกาลเวลามายาวนานเท่าไรก็ตาม แต่ยังสามารถรักษาศาสนธรรมอันเป็นแก่นแท้ให้ดำรงอยู่ ไม่ผิดเพี้ยน กล่าวคือถูกสืบทอดมาอย่างถูกต้อง เป็นผลมาจากการสังคายนาพระธรรมวินัยที่พระสงฆ์กระทำขึ้นในยุคแรกจนถึงยุคที่ 4 ซึ่งปรากฏในลังกาทวีปเป็นที่ยอมรับว่า มีความถูกต้องและยังไม่มีการเพิ่มเติมสัทธิธรรมปฏิรูปลงไป, และประโยชน์จากการใช้เป็นแบบตรวจสอบและเทียบเคียง มีแนวทางให้วินิจฉัยปัญหาที่เกิดในภายหลังได้ โดยนำรูปแบบการวินิจฉัยความถูกผิด ความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม เช่น หลักเทียบเคียงในมหาปเทศ 4 หรือหลักเทียบเคียงในพระธรรมวินัย

5. รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการวางข้อเปรียบเทียบเพื่อการวินิจฉัยเรื่องที่เป็นปัญหา มี 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะการ

เปรียบเทียบ คือ การนำข้อสงสัยอันเป็นปัญหาในปัจจุบัน มาหาคำตอบที่ถูกต้อง โดยการยกหลักธรรมที่พระพุทธเจ้าได้ตรัสไว้ มาเปรียบเทียบตามกฎเกณฑ์ เพื่อพิจารณาว่า มีเนื้อหาไปถึงวัตถุประสงค์ที่ตรงกันหรือไม่ ถ้าหาก ผลที่ได้รับตรงกันในด้านกุศล ควรตัดสินใจว่า เป็นสิ่งถูกต้อง แต่ถ้าหากผลที่ได้รับตรงกันข้าม ควรตัดสินใจว่า เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง สำหรับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนาที่ทรงใช้เป็นเครื่องมือในการเปรียบเทียบ เช่น หลักมหายาปเทศ ซึ่งมีการวินิจฉัยเปรียบเทียบว่า “สิ่งใด เราไม่ได้ห้ามไว้ว่า ‘สิ่งนี้ไม่ควร’ ถ้าสิ่งนั้น อนุโลมเข้ากับสิ่งที่ไม่ควร ขัดกับสิ่งที่ควร สิ่งนั้นไม่ควร ... สิ่งใด เราไม่ได้อนุญาตไว้ว่า ‘สิ่งนี้ควร’ ถ้าสิ่งนั้น อนุโลมเข้ากับสิ่งที่ควร ขัดกับสิ่งที่ไม่ควร สิ่งนั้นควร” (วิ.ม. (ไทย) 5/505/139-140), และลักษณะการวินิจฉัย หรือพิจารณาตามกฎเกณฑ์ ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องของสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ เนื่องจากเป็นสิ่งที่อยู่เหนือการรับรู้ด้วยตนเอง เช่น เรื่องกรรม นรก สวรรค์ แต่เมื่อสิ่งเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อสังคมและชีวิต จำเป็นต้องหาคำตอบ เพราะเรื่องบางอย่าง ถ้าหากยังไม่ได้ไปสัมผัสรู้ด้วยตนเอง แต่เมื่อได้ทำลงไป แล้ว กลับมีความสงสัยเกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดความไม่สบายใจตามมาได้ พระพุทธเจ้าทรงใช้หลักกาลามสูตรซึ่งเนื้อหา 3 ระดับ ในการวินิจฉัยปัญหา ได้แก่ การพิจารณาข้อมูลข่าวสารรอบด้าน การเปรียบเทียบสิ่งที่ทำกับหลักกุศลหรืออกุศล การปลดปล่อยตนเองให้เบาใจ หรือให้มีทางหนีทีไล่แก่ตนเอง เรียกว่าหลักความเบาใจ (อง.ตัก. (ไทย) 20/66/263)

6. รูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยการสงเคราะห์ ปรากฏชัดเจนในพุทธกิจ หรือ

กิจวัตรประจำวัน มีลักษณะ ดังนี้ ลักษณะการสงเคราะห์ด้วยการเสด็จบิณฑบาตแล้วแสดงธรรม เช่น กรณีการโปรดพาทิยทารุจีริยะระหว่างทางที่พระพุทธเจ้ากำลังเสด็จดำเนินรับบิณฑบาตอยู่ เป็นเหตุให้พาทิยทารุจีริยะสำเร็จเป็นพระอรหันต์ และถูกยกย่องให้เป็นผู้เลิศกว่าภิกษุทั้งหลาย ผู้ตรัสรู้ธรรมได้ฉับพลัน ลักษณะการเสด็จบิณฑบาตแล้วทรงแสดงอิทธิปาฏิหาริย์ เช่น กรณีการโปรดมัญญูทนต์มาณพ ผู้ป่วยใกล้ตาย ด้วยการแผ่พระรัศมีออกจากพระวรกายวาหนึ่ง ทำความเลื่อมใสแก่มาณพ เพื่อประโยชน์ 4 อย่าง คือ มาณพได้กระทำความดีให้เลื่อมใสในพระพุทธเจ้า เป็นเหตุให้ไปเกิดในสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ ได้สร้างอุปนิสัยแห่งการบรรลุธรรมในอภิตาปีที่ 2 แก่มาณพ ได้ปลดปล่อยทมิฬจิตชั่วแก่อกุศลพญากุญชรผู้เป็นบิดาของมาณพ และได้เกิดธรรมจักขุ คือ ดวงตาเห็นธรรมขึ้นแก่เหล่าเวไนยสัตว์มีแปดหมื่นสี่พันเป็นประมาณ เพราะรับฟังธรรมจากพระพุทธเจ้า (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2480ก, น 37-38) ลักษณะการรับนิมนต์ เป็นการสงเคราะห์ ด้วยทาน ศีล และการบำเพ็ญปัญญาแก่ทนาย ทายิกา เช่น กรณีที่พระพุทธเจ้าทรงรับนิมนต์ของอุตตราอุบาสิกา ธิดาของปุนณเศรษฐี ตลอดครึ่งเดือน และได้ประธานโอวาทแก่นางสิริมาผู้เป็นคณิกาพร้อมบริวาร 500 คน จนบรรลุเป็นพระโสดาบัน (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2480ข, น. 266-271) และลักษณะการเสด็จจาริก เป็นกิจที่พระพุทธเจ้าทรงบำเพ็ญมาโดยตลอด 45 พรรษา จัดเป็นธรรมเนียมของสังคมในยุคนั้น ๆ ที่นักบวชจะต้องไม่ยึดติดที่อยู่ เสนาสนะ จะต้องประพฤติตนเป็นคนมักน้อย สันโดษ การเสด็จเที่ยวจาริกไป จึงเป็นการสงเคราะห์

สังคมด้วยการแสดงธรรมและบุญกิริยาวัตถุต่าง ๆ มีทาน เป็นต้น

พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์แห่งคณะสงฆ์ไทย

พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์แห่งคณะสงฆ์ไทย ยังคงเป็นเรื่องที่ใหม่ มีประเด็นให้ศึกษา ค้นคว้ามากมาย กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย มีพัฒนาการจากอิทธิพลใหญ่ ๆ 4 อย่าง ได้แก่ 1) จากอิทธิพลของพระพุทธศาสนา 2) จารีตประเพณีทางสังคม 3) สิ่งแวดล้อม และ 4) กฎระเบียบของรัฐ โดยสะท้อนออกมาเป็นผลกระทบด้านบวกและลบ จึงกลายเป็นพัฒนาการของการประชาสัมพันธ์แห่งคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะพัฒนาการ ดังต่อไปนี้

การประชาสัมพันธ์ในยุคก่อนพุทธกาลมีพัฒนาการที่มีลักษณะเป็นแบบการดำรงชีวิตทั่วไป เกิดจากระเบียบของสังคม แต่เมื่อผู้บำเพ็ญบารมีได้รับการพยากรณ์เป็นพระโพธิสัตว์แล้ว การประชาสัมพันธ์ต่อสังคมจึงปรากฏในรูปแบบการสื่อสารที่มุ่งแสวงหาประโยชน์เพื่อตนเอง โดยมีเป้าหมายอยู่ที่การพ้นทุกข์ ภายใต้กรอบการประชาสัมพันธ์ 3 อย่าง ได้แก่ การบำเพ็ญตนเป็นประโยชน์ต่อฐานะที่ดำรงอยู่ เช่น การแสวงหาประโยชน์ที่เหมาะสมจากการดำรงตนอยู่ด้วยความประมาท การแสวงหาที่พึ่งอันเหมาะสม มีการสมาทานศีลเป็นต้น และการประกาศสาระที่ค้นพบไปสู่สาธารณชน

พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในยุคพุทธกาล หมายเอาการสื่อสารที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงออกต่อสาธารณชนเพื่อเป้าหมาย 5 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อให้เข้าถึงสังฆธรรม 2)

เพื่ออบรมอุปนิสัยการเข้าถึงธรรม 3) เพื่อพัฒนาศักยภาพไปสู่คุณธรรมพื้นฐาน มีสัมมาทิฐิ ศีล สามธิ และปัญญา เป็นต้น 4) เพื่อสร้างอุปนิสัยแห่งภพชาติที่เหมาะสม เช่นกรณีของมณฑุกเทพบุตร เป็นต้น (ขุ.วิ. (ไทย) 26/857-860/100) และ 5) เพื่อแก้ไขความผิดพลาดมิให้การกระทำความชั่ว เช่นอนันตริยกรรม เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ในยุคนี้ ปรากฏรูปแบบที่ชัดเจน 6 อย่าง ได้แก่ 1) การใช้เทศนาวิธี 2) การบำเพ็ญพุทธกิจ 3) การแสดงฤทธิ์ต่าง ๆ 4) การใช้ทูตวิธี 5) สังฆกรรมวิธี และ 6) สาสนวิธี

การประชาสัมพันธ์ในยุคหลังพุทธปรินิพพานมีพัฒนาการที่มีลักษณะหย่อนประสิทธิภาพลงไปตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง อันเนื่องมาจาก 2 สาเหตุหลัก ได้แก่ การปรินิพพานของพระพุทธเจ้า และการปกครองรัฐต่าง ๆ โดยมีกษัตริย์ที่เป็นศาสนิกชนของลัทธิหรือศาสนาอื่น ๆ เช่น ในยุคแรกของพระเจ้าอโศกมหาราชทรงปกครองบ้านเมือง ทรงนับถือลัทธิหรือศาสนาอื่น (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2544ก, น. 77-79) ดังนั้น พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนายุคหลังพุทธกาลตอนต้นนี้ จึงยังมีความมั่นคงอยู่เนื่องจากพระสงฆ์สาวกในสมัยนั้น เป็นพระอริยบุคคลผู้ทันทเห็นพระพุทธเจ้าจำนวนมาก แต่ภายหลังการนิพพานของพระอานนท์เถระคณะสงฆ์เริ่มแตกแยกทางความคิด เป็นเหตุนำมาซึ่งการสังคายนาพระธรรมวินัยครั้งที่ 2 กรณีวัดถ้ำ 10 ประการ และการสังคายนาพระธรรมวินัยครั้งที่ 3 จากการมีนักบวชนอกพระพุทธศาสนาปลอมเข้ามาบวช ยังแสดงประพจน์ตามลัทธิเดิมของตน เป็นต้น จนเมื่อ

กาลเวลาล่วงเลยไปเนิ่นนาน เป็นเหตุนำมาซึ่งความขาดสูญของพระพุทธรูปในชมพูทวีป อาศัยการประชาสัมพันธ์ในสมัยพระเจ้าอโศกมหาราช ที่ได้ส่งสมณทูต 9 สาย ไปประกาศพระพุทธรูปศาสนา ณ ดินแดนต่าง ๆ ช่วยให้พระพุทธรูปศาสนาตั้งมั่น ณ ภายนอกมัชฌิมประเทศ ซึ่งการประชาสัมพันธ์เชิงรุกนอกดินแดนส่วนกลางทางพระพุทธรูปศาสนา มีลักษณะ 6 อย่าง ได้แก่ การสังคายนาพระธรรมวินัย การสร้างศาสนสถาน การประกาศเชิดชูพระพุทธรูปศาสนา การส่งเสริมการศึกษา การแสดงปรัชญาทางคำสอนและการโต้แย้งเพื่อเอาชนะฝ่ายตรงข้าม และการประชาสัมพันธ์หนังสือทางพระพุทธรูปศาสนา เช่น พระสิริมังคลาจารย์ ภิกษุชาวล้านนา ประพันธ์หนังสือมังคลัตถปิณี เป็นต้น (มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2559, น. 172)

การประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยมีพัฒนาการที่แบ่งออกเป็น 4 ยุค ได้แก่ พัฒนาการยุคสุโขทัย สามารถจำแนกออกเป็น 3 ลักษณะ คือ ลักษณะด้านสังคม พระภิกษุสงฆ์เป็นผู้คอยส่งเสริมกำลังใจแก่ประชาชนในยุคที่กำลังประสบกับภัยสงคราม ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม ได้มีการสร้างศาสนสถานและศาสนวัตถุไว้ในพระพุทธรูปศาสนาจำนวนมาก ปรากฏในศิลาจารึกไว้ว่า “1207 ศกปีกุนให้เอาพระธาตุออก กระทำการบูชาบำเรอแก่พระธาตุได้เดือนหกวัน จึงเอาลงฝังในกลางเมืองศรีสุขาลัย ก่อพระเจดีย์เหนือหกเข้าจึงแล้ว ตั้งเวียงผาล้อมพระมหาธาตุสามเข้าจึงแล้ว” และลักษณะด้านปัจจัยทางความเชื่อ เช่น มีการนับถือพระพุทธรูปนามหายานที่เข้ามาเผยแพร่หลักธรรม ณ ภูมิภาคนั้น ๆ การจารึกคำสอนทางพระพุทธรูปศาสนาลงในแผ่น

ศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง เช่น จารึกวัดศรีชุม หลักที่ 2 และการประพันธ์วรรณกรรม มีไตรภูมิพระร่วง พร้อมทั้งพระไตรปิฎก อรรถกถา ฎีกา อนุฎีกา และปกรณ์ต่าง ๆ (พระธรรมวงศเทวี (อ่ำ ธมมทตฺโต), 2530, น. 745) พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในยุคอยุธยา-ธนบุรี พบว่า พระมหากษัตริย์มีบทบาทสำคัญต่อพัฒนาการด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะสงฆ์ไทย ปรากฏพระราชจาริตระเพ็ดทรงบำเพ็ญพระราชกุศล ว่า สมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ได้ทรงผนวช ณ วัดจุฬามณี เป็นเวลา 8 เดือน ทรงกันพื้นที่พระบรมมหาราชวังเป็นวัดพระศรีสรรเพชญ์ (กรมการศาสนา, 2525, น. 211) ส่วน ในรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ทรงระดมทหารและพลเรือนร่วมกันสร้างพระอุโบสถพระวิหาร และเสนาสนะ กุฎีสงฆ์ มีจำนวน 200 หลัง สิ้นพระราชทรัพย์จำนวนมาก และทรงให้ปฏิสังขรณ์วัดอินทาราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดอรุณราชวราราม วัดหงส์รัตนาราม เป็นต้น พร้อมทั้งเสด็จปฏิบัติวิปัสสนาธุระเป็นเวลานานถึง 5 ปี เป็นต้น (กรมการศาสนา, 2525, น. 214) พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในยุครัตนโกสินทร์ แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงที่พระมหากษัตริย์ทรงทะนุบำรุงพระพุทธรูปศาสนา กับช่วงที่พระสงฆ์ไทยเริ่มมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์งานพระพุทธรูปศาสนาด้วยตนเอง ทำให้เกิดพัฒนาการด้านบทบาทพระมหากษัตริย์ เช่น ทรงเป็นพุทธมามกะ ทรงเผยแพร่พระเกียรติยศผ่านการทะนุบำรุงพระพุทธรูปศาสนา ยกตัวอย่าง ในรัชกาลที่ 1 ทรงสร้างและปฏิสังขรณ์ศาสนสถาน ศาสนวัตถุจนเจริญรุ่งเรืองยิ่งกว่ารัชสมัยก่อน ๆ มี

การนิมนต์พระสงฆ์ให้แสดงธรรมปฐกฐาวิสันชา
ทุกวัน (กรมการศาสนา, 2525, น. 222) ด้าน
บุคลากรในพระพุทธรูปศาสนาคริสต์นิกาย
ตอนกลางนี้ มีเชื้อพระวงศ์ชั้นสูงออกผนวช ทำ
ให้งานพระศาสนาได้รับการสนับสนุนจากภาค
การเมืองเป็นอย่างดี เช่น สมเด็จพระเจ้าลูกยา
เธอเจ้าฟ้าทรงออกผนวช ซึ่งต่อมาขึ้น
ครองราชย์เป็นรัชกาลที่ 10 ด้านการศึกษาในรัช
สมัยรัชกาลที่ 1-9 มีการศึกษาภาษาบาลีของ
คณะสงฆ์ไทย กลายเป็นจุดสำคัญที่วัดทุกวัด
จะต้องบริหารจัดการ มีการปฏิวัติการเรียน
การสอน การสอบวัดความรู้ทาง
พระพุทธรูปศาสนาใหม่แบ่งออกเป็น 9 ประโยค
(กรมการศาสนา, 2525, น. 222-223) ด้าน
การปฏิบัติ ในรัชกาลที่ 4 ทรงให้กำเนิดคณะ
สงฆ์ฝ่ายอรัญญวาสี เพื่อรื้อฟื้นข้อวัตรปฏิบัติ
ให้เคร่งครัดเหมือนเมื่อครั้งอดีต ที่ได้สร้าง
ชื่อเสียงให้แก่พระมหาเถระสายพระป่า จน
เป็นที่จดจำมาจนถึงยุคปัจจุบัน ด้านการแต่ง
คัมภีร์พระพุทธรูป มีการทำสังคายนาพระ
ธรรมวินัยในสยามประเทศถึงสองครั้ง ได้แก่
ครั้งแรก ทำในประเทศไทย ณ มหาโพธาราม
วิหาร เมืองเชียงใหม่ ภายหลังพุทธปรินิพพาน
2020 ปี ครั้งที่สอง ทำในประเทศไทย ณ วัดนิ
พพานาราม หรือวัดพระศรีสรรเพชญ์ดาราม
ในปัจจุบันคือวัดมหาธาตุ ภายหลังพุทธ
ปรินิพพาน 2331 ปี (สุชีพ ปัญญานุภาพ,
2540, น. 220) ด้านการเผยแผ่ธรรม คณะสงฆ์
ไทยมีมหาวิทยาลัยสำหรับพัฒนาบุคลากรใน
องค์กร 2 แห่ง คือ มหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย ในฝ่ายมหานิกายกับมหามกุฏราช
วิทยาลัย ในฝ่ายธรรมยุติกนิกาย เพื่อการเรียนรู้
ที่เท่าทันสังคมโลก และมีความสามารถในการ
เผยแผ่หลักพุทธธรรมที่ถูกต้องตามพระธรรม

วินัย ด้านการบริหารคณะสงฆ์ มี
ลอกเลียนแบบการปกครองจากฝ่ายรัฐในสมัย
ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เช่น การแต่งตั้ง
บรรดาศักดิ์ให้แก่พระภิกษุสงฆ์ที่มีคุณสมบัติ
เหมาะสม (จำนงค์ ทองประเสริฐ, 2534, น.
384) และด้านการก่อสร้างถาวรวัตถุใน
พระพุทธรูปศาสนาซึ่งมีความงดงาม วิจิตร
พิสดารเป็นสัญลักษณ์ทางพระพุทธรูปศาสนา
และประเทศไทย เช่น วัดโสมนัสวิหาร พ.ศ.
2396 เป็นต้น (กรมการศาสนา, 2525, น.
235-236), และพัฒนาการของการ
ประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบัน มี 5 ลักษณะ
สำคัญ ได้แก่ ลักษณะที่ยึดรูปแบบตาม
แนวทางพระพุทธรูปศาสนาเดิม และมีการ
พัฒนารูปแบบใหม่ขึ้น จากการเปลี่ยนแปลง
ทางสังคม เช่น รูปแบบเทศนาวิธีแบบทอล์ก
โชว์ มีลักษณะการนำเสนอด้วยถ้อยคำปลุกใจ
ใช้คำพูดสอพลอ น่าฟัง เล่นคำพูดให้
น่าสนใจ สะกิดใจให้ติดตาม และปลุกอารมณ์
ขันให้แก่ผู้ฟัง ทำให้ไม่น่าเบื่อ แต่มีบุคลากรที่
มีความสามารถเช่นนั้นจำนวนน้อย และ
รูปแบบดังกล่าวทำให้ถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึง
ความไม่เหมาะสมกับสมณสาธิต และขัดกับ
หลักปฏิบัติที่พระพุทธเจ้าทรงเผยแผ่, ลักษณะ
การสื่อสารที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยอาศัยช่อง
เทคโนโลยีปัจจุบัน เช่น รายการทีวี วิท
ยูทูบ เน็ตออนไลน์ เป็นต้น, ลักษณะการ
อนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่ถูก
พัฒนาขึ้น ภายใต้กิจกรรมต่างๆ ที่อิงอาศัย
พิธีกรรมทางพระพุทธรูปศาสนา เช่น โครงการ
บวชป่า บวชต้นไม้ และธรรมยาตราอนุรักษ์
แม่น้ำ (พระมหาวัชรวิทย์ วชิรเมธี, 2558, น. 55)
ลักษณะโครงการอบรมคุณธรรมและจริยธรรม
เยาวชน และข้าราชการไทย มีการนำพระ

วิทยาการเข้าไปอบรมคุณธรรมและจริยธรรม ภายในโรงเรียน หน่วยงานราชการ เช่น โครงการอบรมศีลธรรมค้ำยพุทธบุตร และ ลักษณะทูตวิธีในปัจจุบันพัฒนาเป็นคณะพระธรรมทูต ซึ่งได้ผลิตและส่งพระธรรมทูตที่มีความสามารถในการใช้ทักษะทางการเผยแผ่ศาสนาธรรมและภาษาที่ใช้สื่อสารกับชาวต่างชาติได้ เช่น คณะพระธรรมทูตประจำ วัดไทยพุทธนิคม ในลอนดอน อังกฤษ เป็นต้น

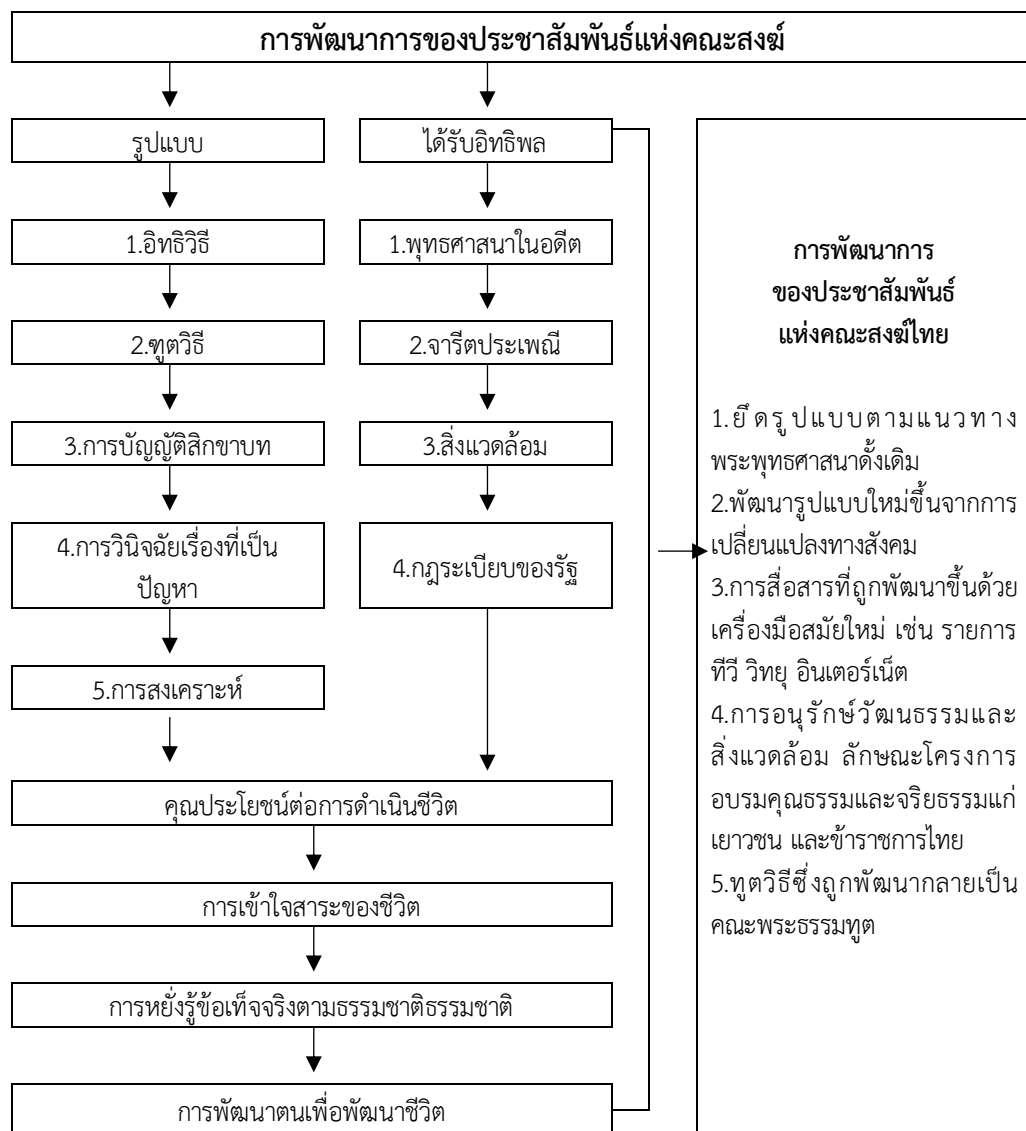
สรุป

การประชาสัมพันธ์ มีลักษณะชัดเจนมา ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพียงแต่การเรียกชื่อ ในแต่ละยุคสมัยมีความแตกต่างกันออกไป ในบางยุค สังคมไม่ได้ให้ความสำคัญกับการ เรียกชื่อมากไปกว่าวิธีปฏิบัติที่แสดงออก ทางการประชาสัมพันธ์ โดยหมายถึงการ สื่อสารกับสาธารณชน หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมในเรื่องที่ต้องการ สื่อสารออกไป ส่วนในทางพระพุทธศาสนา หมายถึงการที่พระพุทธเจ้าหรือคณะสงฆ์ ได้ แสดง ชี้แจง ประกาศศาสนาธรรมต่อ กลุ่มเป้าหมายกล่าวคือพุทธบริษัท และ สาธารณชนทั่วไป พัฒนาการประชาสัมพันธ์ ของคณะสงฆ์ไทย นับตั้งแต่อดีตมาจนถึง ปัจจุบันอาศัยเหตุปัจจัย 2 ส่วน คือ รูปแบบ พระธรรมวินัย และรูปแบบการปกครองของ อาณาจักร โดยมี ลักษณะ ของ การ ประชาสัมพันธ์ 3 อย่าง คือ การประชาสัมพันธ์ ถึงกฎเกณฑ์ที่ควรปฏิบัติตามและข้อห้าม การ ประชาสัมพันธ์ชี้แจงระเบียบและอำนาจการ ปฏิบัติการ และการประชาสัมพันธ์ถึงอำนาจ การสั่งการของบุคคลกรที่ได้รับแต่งตั้ง ใน

ตำแหน่งผู้ปฏิบัติหน้าที่ในเขตปกครองของ ตนเอง

องค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรม

การประชาสัมพันธ์หรือการประกาศศาสนาธรรม หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อ ส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันและกัน และในการประชาสัมพันธ์ในพระพุทธศาสนา ใช้วิธีการ 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) การ ประชาสัมพันธ์โดยเทศนาวิธี 2) อิทธิวิธี 3) ทูต วิธี 4) การบัญญัติสิกขาบท 5) การวางข้อ เปรียบเทียบเพื่อการวินิจฉัยเรื่องที่เป็นปัญหา และ 6) การสงเคราะห์ โดยจะต้องคำนึงถึง พุทธศาสนาในอดีตจารีตประเพณี สิ่งแวดล้อม และกฎระเบียบของรัฐ และต่อมามีการ พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ของคณะ สงฆ์ไทยโดยจะต้องยึดรูปแบบตามแนวทาง พระพุทธศาสนาดั้งเดิม โดยมีการพัฒนา รูปแบบใหม่ขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม มีการสื่อสารที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเครื่องมือ สมัยใหม่ เช่น รายการทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มี ลักษณะโครงการในอบรมคุณธรรมและ จริยธรรมแก่เยาวชนและข้าราชการไทย และ ทูตวิธีมีการพัฒนากลายเป็นคณะพระธรรมทูต ที่ก่อให้เกิดการเข้าใจสาระของชีวิต การหยั่งรู้ ข้อเท็จและจริงตาม และนำไปสู่การพัฒนา ตนเองอันเป็นคุณประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงในยุค ปัจจุบัน



การประชาสัมพันธ์ในทางพระพุทธศาสนา หมายถึงการที่พระพุทธเจ้าหรือคณะสงฆ์ได้แสดงชี้แจง หรือประกาศศาสนธรรม อันเป็นคุณประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ประกอบด้วยการเข้าใจ

ถึงสาระของชีวิต ข้อเท็จจริงตามธรรมชาติที่ชีวิตเข้าไปสัมพันธ์ด้วยตั้งแต่เกิดจนถึงตาย และการปฏิบัติตนเพื่อพัฒนาชีวิต

แหล่งอ้างอิง

กรมการศาสนา. (2525). *ประวัติพระพุทธศาสนาแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี ภาค 2*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.

จำนงค์ ทองประเสริฐ. (2534). *ประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาในเอเชียอาคเนย์*. กรุงเทพฯ: องค์การค้าของคุรุสภา.

ชมพู ภูมิภาค. (2516). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- ชุดสินค้า เกิดวิบูลย์เวช. (2557, 22 มกราคม). เมื่อจบยุคสารสนเทศอะไรจะมาต่อ - รอบรู้ไอที รอบโลกเทคโนโลยี. สืบค้น 1 ตุลาคม 2559, จาก <https://d.dailynews.co.th/it/210244>
- ทรงวิทย์ แก้วศรี. (2550). การศึกษาวิเคราะห์ยุทธวิธีในการประกาศศาสนาของพระพุทธเจ้า. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2537). การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระธรรมวงศ์เทวี (อ่ำ ธรรมตฺโต). (2530). พุทธศาสนสุวินภูมิปกรณ์ ราชบุรีวัดตุ๊กตา ตำบลขุนไทย. กรุงเทพฯ: กิตติพงศ์การพิมพ์.
- พระธรรมธีรราชฆานานิ (โชดก านสีหิธิ). (2550). คำบรรยายวิปัสสนากรรมฐาน. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์พรินต์.
- พระพุทธโฆสจารย์. (2534). วิสุทธิมรรคแปล ภาค 2 ตอน 2 (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พระมหาวัชรวิ วชิรเมธี. (2558). สารสนเทศคณะสงฆ์อำเภอแม่ทะ. เชียงใหม่: โรงพิมพ์แม็กซ์พรินต์.
- พระเทพโสภณ (ประยูร ธรรมจิตฺโต). (2548). วิมุตติมรรค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2480ก). พระธัมมปทีฏฐกถาแปล ภาค 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2480ข). พระธัมมปทีฏฐกถาแปล ภาค 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2544ก). ธัมมปทีฏฐกถา ตติโย ภาค (พิมพ์ครั้งที่ 29). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2544ข). ปฐมสมันตปาสาทิกาแปล เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2559). มังคลัตถทีปนีแปล ภาค 2 เล่ม 5 (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- สุชีพ ปัญญาณุกาพ. (2540). ประวัติศาสตร์ศาสนา (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- สำราญ จุช่วย. (2551). แนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษาวិทยาลัยราชพฤกษ์ (รายงานผลการวิจัย). นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2562). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook). กรุงเทพฯ: สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.