

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท

Form of Public Relation According to Theravada Buddhist Philosophy

ประชัน ชะชิกุล¹
Prachan Chachikul
ทำวิจัยเมื่อ พ.ศ.2557

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์นี้เพื่อบูรณาการหลักการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท และเพื่อนำเสนอแนวทางและการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท” งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากพระไตรปิฎก ตำราเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก พระภิกษุสงฆ์ 2 รูป นักวิชาการทางด้านพุทธศาสนาและการประชาสัมพันธ์ 4 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า หลักการประชาสัมพันธ์เป็นทั้งกระบวนการทัศนและกระบวนการที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ (Prudence) และจิตสำนึกในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Morality) การเป็นนักเผยแผ่ที่ดีได้นั้นจะต้องมีความรู้ในศาสตร์การประชาสัมพันธ์ มีวิจารณ์ญาณ (Critical mind) และต้องมีคุณลักษณะที่ประกอบด้วยคุณธรรม เป็นผู้ประพฤติดี คิดดี การประชาสัมพันธ์จึงจะสำเร็จประโยชน์ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การบูรณาการหลักการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ตาม “แนวคิดกระแสหลัก” กับหลักการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาทหรือ “แนวคิดกระแสพุทธ” สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารและกระบวนการสื่อสารตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาทได้อย่างเหมาะสม เข้ากับหลักธรรมทางพุทธปรัชญาเถรวาท “วิชาจรณสมปโน โส เสฏโฐ เทวมานุเส” ผู้สมบูรณ์ด้วยความรู้และความประพฤติที่ดีประเสริฐที่สุดในหมู่เทวดาและมนุษย์ หมายความว่าเป้าหมายในการสร้างคนจะต้องให้สมบูรณ์ครบทั้งความรู้และความประพฤติที่ดี (ความรู้คู่คุณธรรม) ในเวลาเดียวกัน

คำสำคัญ : 1. การประชาสัมพันธ์ 2. การประชาสัมพันธ์แนวพุทธ 3. การบูรณาการ
4. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท

¹นักศึกษาลัทธิสุตตนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขาพุทธศาสนาและปรัชญา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ABSTRACT

The objectives of this dissertation were as follows : 1) to study the Public Relation, 2) to study the Public Relation According to Theravada Buddhist Philosophy, 3) to Integration of Public Relation According to Theravada Buddhist Philosophy, and 4) to establish a new knowledge about the pattern of the Form of Public Relation According to Theravada Buddhist Philosophy. The research was a qualitative study by studying and analyzing data collected from the Tipitaka and other relating texts and documents along with in-depth interview with 2 monks and 4 experts Theravada Buddhism and public relations personnel

The results showed that The release is the procedure microscopy and processes that require knowledge (Prudence) and awareness in the field of corporate social responsibility (Morality) for a mission that it must be knowledgeable in the art of public relations is critical. (Critical mind) and have features that include a virtue. Is a good idea to successful public relations benefits. The results of the analysis of data from in-depth interviews found. Integrating the promotion by the Buddhist philosophy. Has new knowledge about the form of PR. "The concept mainstream," according to the principles of the Buddhist philosophy or publicity. "The concept of the Buddha" can be applied to improving the quality of both the sender and receiver, and a communication process according to Buddhist philosophy properly. Access to the principles of Buddhist philosophy. "vijjacaranasampanno so settho deva-manuse" with the full knowledge and good conduct noblest among angels and humans. This means that the goal must be to create a full, complete knowledge and good conduct. (Knowledge and morality) at the same time.

Key words : 1. Public Relation 2. Public Relation Buddhist 3. The Integration
4. integration model promoted by the Buddhist philosophy.

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างประชาชน (พระทิพย์ พิมลสินธุ์, 2545, หน้า 12) โดยเฉพาะในยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร ที่การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะเป็นเรื่องที่สำคัญ องค์กร สถาบัน หน่วยงานของภาครัฐ ตลอดจนบริษัทในวงการธุรกิจต่างก็เล็งเห็นถึงความสำคัญ และถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยการสร้างความสัมพันธ์อันดี และความเข้าใจร่วมกันจะช่วยให้องค์กรได้รับการยอมรับและการสนับสนุนในระยะยาว (สาวิตรี หมวดเมือง, 2546, หน้า 17)

พุทธปรัชญาเถรวาทมีลักษณะเชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์ คือ พระพุทธเจ้าทรงเป็นแบบอย่างที่ดีด้านการเผยแผ่หลักธรรมซึ่งเป็นการสื่อสารหรือสื่อความหมายกับประชาชนสัมพันธ์ (กิริติ บุญเจือ, 2551, หน้า 143) เพราะพระพุทธเจ้ารู้จักที่จะสร้างสรรค์ ปรับตัว และได้รับความร่วมมือกับประชาชน

ดังนั้น การศึกษาถึงรูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท จำเป็นต้องอาศัยเนื้อความในพระไตรปิฎกที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ทั้งส่วนหลักธรรมวินัย หลักคำสอนที่เป็นแนวคิดทฤษฎี ที่มีความสัมพันธ์และจำเป็นต่อการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อนำมาพิจารณาว่าหลักคำสอนดังกล่าวนั้นสามารถนำมาบูรณาการกับแนวคิดทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ เพื่อแสวงหาความเข้าใจและข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างโมเดล (Model) หรือรูปแบบทางความคิดที่สามารถนำไปใช้ได้ ด้วยรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพตามแนวทางของพุทธศาสนาเถรวาท

2. ปัญหาของการวิจัย

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาทเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาหลักการประชาสัมพันธ์ หลักพุทธปรัชญาเถรวาทด้านการประชาสัมพันธ์ แล้วบูรณาการหลักการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท และนำเสนอแนวทางและการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับ “รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท”

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบหลักการประชาสัมพันธ์
2. ทำให้ทราบหลักพุทธปรัชญาเถรวาทเพื่อการประชาสัมพันธ์
3. ทำให้ทราบการบูรณาการหลักการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท
4. ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ด้านการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท
5. เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล อ้างอิงเพื่อการศึกษาค้นคว้าวิจัยต่อไป

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก และมีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสนับสนุนข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

5.1 การวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารปฐมภูมิ ได้แก่ พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับหลวง พ.ศ. 2525 และฉบับมหามกุฏราชวิทยาลัย พร้อมอรรถกถา รวมทั้งข้อมูลจากเอกสารทุติยภูมิ ได้แก่ ตำรา หนังสือ ที่เกี่ยวกับหลักการประชาสัมพันธ์

5.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในบทที่ 4 เพื่อนำคำตอบจากการสัมภาษณ์มาสนับสนุนคำตอบวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษา ทั้งบรรพชิตและคฤหัสถ์ รวมผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 6 รูป/คน แบ่งออกเป็นฝ่ายบรรพชิต จำนวน 2 รูป และฝ่ายคฤหัสถ์ จำนวน 4 คน

5.3 นำเสนอรูปแบบการหลักการประชาสัมพันธ์ด้วยหลักพุทธปรัชญาเถรวาท จากการวิจัย วิเคราะห์ และสังเคราะห์ ข้อมูลจากพระไตรปิฎก เอกสาร ตำรา และการสัมภาษณ์

6. ผลการวิจัย

6.1 หลักการประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยองค์ความรู้ และจิตสำนึก ตามหลักความรู้ที่เป็นปัญญาปฏิบัติ (Prudence) ตามหลักของเพลโต และ “วิชาจรรยาสมปนโน โส เสฏโฐ เทวมานุเส” ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท จึงจะเกิดประโยชน์อย่างเหมาะสมในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยเหตุนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงหลักการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ

ตามแนวคิดของเบอร์โล (David K. Berlo) นั้นสิ่งที่มีส่วนกำหนดประสิทธิภาพของสาร ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารนั้นมี 3 ประการ คือ รหัสสาร เนื้อหาสาร และจัดสาร โดยทั้ง 3 ส่วนนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากมีส่วนประกอบ และโครงสร้าง เป็นส่วนช่วยให้ รหัสสาร เนื้อหาสาร และการจัดสารเกิดความสัมพันธ์ และในกระแสดังพุทธธรรมกำหนดให้เนื้อหาของ การประชาสัมพันธ์เป็นไปเพื่อประโยชน์และความสุขแก่ผู้รับการประชาสัมพันธ์หรือประชาชน ดังพุทธดำรัสว่า “พหูชนหิตาย พหูชนสุขาย”

6.2 หลักพุทธปรัชญาเถรวาทเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นพุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ในแง่มุมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพราะ การเป็นนักเผยแผ่ที่ดีได้นั้นจะต้องมีคุณลักษณะที่ประกอบด้วยคุณธรรมจริยธรรม เป็นผู้ประพฤติดี นอกจากนั้นก็ ยังต้องมีความฉลาด ไหวพริบที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจในการเผยแผ่สารออกไปด้วย พระพุทธเจ้าจึงมีพุทธประสงค์ในการสอนเพื่อให้มหาชนเกิดความรู้ ความเห็น 3 ประการ คือ เพื่อให้ผู้ฟังรู้จักเห็นแจ้งในสิ่งที่ควรรู้เห็น เพื่อให้ผู้ฟังตรงตามแล้วเห็นจริงได้ เพื่อให้ผู้ฟังได้รับผลแห่งการปฏิบัติตามสมควร

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในทางพุทธศาสนาพบว่า หลักการ วิธีการ และจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในพุทธศาสนาเถรวาทนั้นมาจากหลักคำสอนของพระพุทธเจ้าเป็นหลัก แต่ก็สามารถจัดเข้าในประเด็นหลักทางวิชาการของแนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการนำไปบูรณาการร่วมกันใน

6.3 บูรณาการหลักการประชาสัมพันธ์ด้วยหลักพุทธปรัชญาเถรวาท

ผู้สื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ (Prudence) ซึ่งเกิดจากปัญญาปฏิบัติ (Phronesis) มีทักษะในการสื่อสาร (Communication skill) คือ ได้มีการเข้าไปสัมผัสและเข้าใจถึงสิ่งที่เผยแพร่ออกไปอย่างลึกซึ้ง มีทัศนคติ ระดับความรู้ ที่รอบด้านและละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้มีการนำหลักพุทธปรัชญาเถรวาทปรับใช้ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ Stephenson กล่าวคือ 1) เพื่อดึงดูดความสนใจ ด้วยบุคลิกภาพ 2) เพื่อสร้างความเชื่อถือ สัจจะวาจา และ 3) เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ ด้วยความชัดเจน (สนิทานธมม) ความถูกต้อง (สปปาฏิหาริยธมม) และสอดคล้อง (อภิณฺณายธมม)

จากข้อสรุปเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาททำให้ทราบว่าการบูรณาการดังกล่าวมีอยู่ 6 ประเด็น ด้วยหลักพุทธปรัชญาเถรวาท การบูรณาการทั้งหมดนี้เป็นฐานสำคัญในการนำมาสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้น ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าองค์ความรู้ที่ได้นี้จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงบนพื้นฐานของการบูรณาการทางวิชาการที่ถูกต้องและทันสมัย

7. สรุปผลการวิจัย

7.1 ทำให้ผู้ส่งสาร (Sender) เกิดความรอบรู้ (Prudence)

กล่าวคือ มีความรอบรู้ในด้านการประชาสัมพันธ์ 2 ด้าน เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติจริง เรียกว่า “ปัญญาปฏิบัติ” ศัพท์ทางพุทธปรัชญาเถรวาท เรียกว่า “รอบรู้” คือ

ความรู้ในที่นี้มีองค์ประกอบอยู่ 2 อย่าง คือ

1. ด้านความรู้ (Knowledge) และความสามารถในการถ่ายทอด (Practice & Capability) ในที่นี้ได้แก่ กัลยาณมิตร 7, เทศนาวิธี 4, อาการที่พระพุทธเจ้าทรงสั่งสอน 3, หลักการพูด 6, พุทธกิจประจำวัน 5 และ พุทธวิธีการสอน 4

2. คุณธรรม (Virtue) ในที่นี้ได้แก่ สัปปริยธรรม 7 และฆราวาสธรรม 4

ด้านความรู้ และคุณธรรม ที่เกิดขึ้นนี้ เป็นความรู้ที่เกิดจากการทำบ่อย ๆ ทำซ้ำ ๆ ทำจนเกิดความรู้่องแท้ เป็นประสบการณ์จากการฝึกฝน แยกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ (1) ระดับ Art คือ รู้และสามารถสร้างสิ่งใหม่ได้ (2) ระดับ Technique คือ รู้และสามารถดัดแปลงได้ (3) ระดับ Skill คือ รู้และสามารถปรับแก้เท่าที่จำเป็นได้

1.1 ระดับ Art มีความรู้ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ คือ (1) ความชัดเจน (2) ความถูกต้อง และ (3) มีความสอดคล้อง

1.2 Technique มีความรู้ความสามารถในการวางแผน สามารถดัดแปลงเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์ของการประชาสัมพันธ์อย่างทันสมัย

1.3 Skill มีความรู้ความสามารถในเรื่องวิธีการ ปรับแก้ การประชาสัมพันธ์อย่างดี

7.2 ทำให้เกิดคุณธรรม (Morality) ได้แก่

ก) กัลยาณมิตร 7 ประการ

ข) พุทธวิธีการสอน 4 ประการ

ค) เทศนาวิธี 4 ประการ

ง) หลักการพูด 6 ประการ

สรุปว่า การประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยองค์ความรู้ทั้ง 3 ระดับนี้ ยิ่งฝึกฝนมากเข้าก็จะยิ่งชำนาญเชี่ยวชาญ สามารถใช้การประชาสัมพันธ์ได้ในระดับต่าง ๆ ตามที่ต้องการ เพราะการประชาสัมพันธ์จะถึงขั้นรอบรู้ได้ก็ด้วยอาศัยการฝึกฝน เหมือนหลักการฝึกฝนหลักธรรมทางพุทธปรัชญาเถรวาทด้านการประชาสัมพันธ์ และเมื่อฝึกบ่อย หรือมากเข้าสิ่งที่เกิดตามมาแน่นอนการเข้าใจจริง รู้จริงว่าสิ่งที่ทำนั้นดี หรือไม่ดี เรียกว่าความรับผิดชอบด้านคุณธรรม (Morality)

7.3 ทำให้ผู้รับสารมีวิจารณ์ญาณ (Critical mind)

เป็นคุณสมบัติสำคัญของผู้รับสาร (Receiver) กล่าวคือ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีวิจารณ์ญาณในการกลั่นกรองเนื้อหาสาร (Message) ซึ่งเป็นความรู้ (Knowledge) ของผู้ส่งสาร ด้วยวิธีการคิดเชิงวิจารณ์ญาณ (Critical Thinking) ซึ่งประกอบด้วยวิธีการวิจารณ์ญาณ 3 ขั้นตอน คือ

1) วิเคราะห์ (Analytic) คือ การวิเคราะห์ตามหลักกาลามสูตร

2) วิจัย (Appreciative) คือ การประเมินค่าสิ่งที่เป็นคุณและโทษของเนื้อหาสาร

3) วิชา (Applicative) คือ การประยุกต์ใช้โดยเลือกสิ่งที่เป็นคุณค่า

สรุปองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เห็นชัดเจนว่า การประชาสัมพันธ์ต้องผ่านการฝึกฝนอบรมทั้งเชิงทฤษฎีและปฏิบัติให้ชัดเจนแม่นยำฝึกทักษะความสามารถ ผ่านการมีทักษะ ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ผ่านการบริหารจัดการตามกระบวนการ และสามารถวางแผนงานได้อย่างสมบูรณ์ รอบรู้ และมีประสบการณ์ ฝึกฝนจนชำนาญ จึงจะได้ชื่อว่า เต็มภูมิแห่งความรอบรู้

8. อภิปรายผลการวิจัย

และองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท เมื่อนำหลักการการประชาสัมพันธ์มาเป็นตัวตั้ง แล้วนำหลักการประชาสัมพันธ์แนวพุทธมาบูรณาการ หรือเป็นส่วนร่วม เพื่อหาข้อเด่น ด้อย ดี ไม่ดี เหมือน หรือแตกต่าง ซึ่งเป็นประเด็นหลัก และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่งานวิจัยนี้ดำเนินการอยู่นั้นพบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีหลักพุทธปรัชญาเข้าร่วมด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงจะเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีในลักษณะเอื้ออาทรและให้ประโยชน์อย่างยั่งยืนสำหรับผู้รับสารซึ่งเป็นลักษณะของประโยชน์และความสุขร่วมกัน ส่วนผู้รับสารมีความรอบรู้ในการรับสารมาพิจารณาด้วยวิจารณญาณของตนเอง ทั้งนี้ก็เพื่อการพัฒนาคุณภาพการประชาสัมพันธ์ คุณภาพชีวิตของผู้ส่งสารและรับสารให้สูงขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น บรรลุวัตถุประสงค์เป็นประสิทธิผลสมบูรณ์

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท ก็คือ “PMC MODEL” ซึ่งมีที่มาดังนี้

1. P = Prudence ความรอบรู้ ซึ่งตรงกับภาษากรีกว่า Phronesis เป็นปัญญาปฏิบัติที่เกิดจากความรอบรู้ทั้งศาสตร์และศิลป์ หรือมีความรู้ความสามารถ มีความคุ้นเคยจนเกิดความชำนาญรอบรู้ในเรื่องนั้น ๆ แม้ด้านการประชาสัมพันธ์ก็ต้องรอบรู้

2. M = Morality คุณธรรม หรือหลักธรรม ตามแนวคิดพื้นฐานของเพลโต และตามหลักธรรมทางพุทธศาสนา

ส่วนแนวคิดของผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเล่มนี้ ได้แก่ แนวคิดของพระเทพวิสุทธิกวี, ดร., พระมหาโชวี ทสสนิโย (ดร.), ดร.อำนาจ บัวศิริ, รองศาสตราจารย์พิน ดอกบัว และ ดร.คงชิต ชินสิริจัน, นายอานวย สุวรรณศิริ

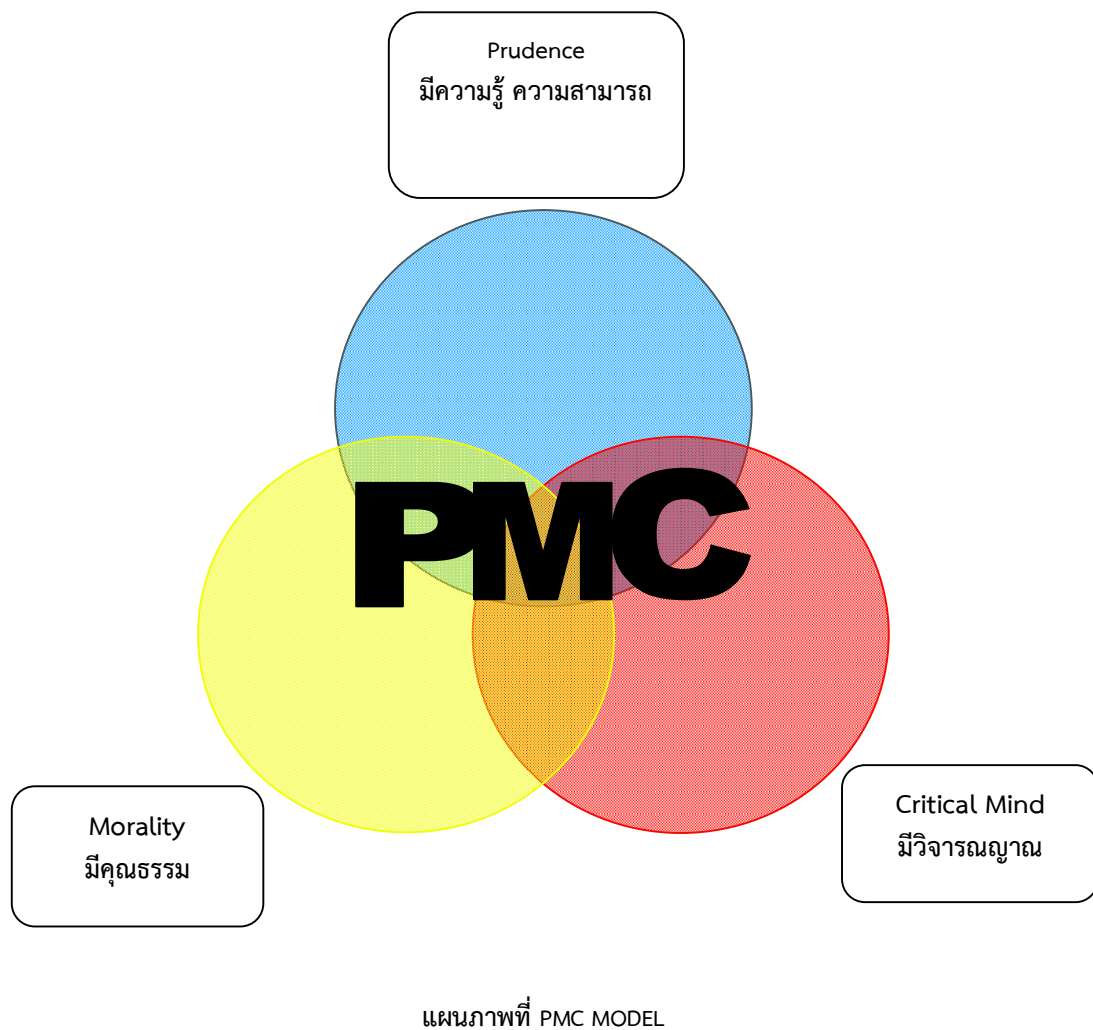
3. C = Critical Mind การมีวิจารณญาณ คือ มีวิจารณญาณในการตัดสินใจหรือพิจารณาว่าความรู้อาจมีข้อผิดพลาดที่ควรที่จะนำไปปฏิบัติ มากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากหลักการดังต่อไปนี้

สิ่งนั้นเป็นอกุศล มีโทษ วิญญูชนติเตียน เป็นไปเพื่อประโยชน์ประโยชน์ เป็นไปเพื่อทุกข์ ก็ไม่ควรเชื่อ ไม่ควรปฏิบัติตาม

สิ่งนั้นเป็นกุศล ไม่มีโทษ วิญญูชนสรรเสริญ เป็นไปเพื่อประโยชน์ เป็นไปเพื่อสุข ก็ควรเชื่อ ควรปฏิบัติตาม

การมีวิจารณญาณ หรือ Critical mind ดังกล่าวนี้นี้ เกิดจากการบูรณาการระหว่างหลักการประชาสัมพันธ์ทั่วไปหรือ “แนวคิดกระแสหลัก” กับหลักการประชาสัมพันธ์ด้วยหลักพุทธปรัชญาเถรวาทหรือ “แนวคิดกระแสพุทธ”

ซึ่งรูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาทนี้ คือ “PMC MODEL” ดังแผนภูมิ



9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในสังคมปัจจุบันก้าวเข้าสู่ยุคที่การประชาสัมพันธ์มีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยให้มนุษย์สื่อสารกันสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ควรมีการนำหลักพุทธปรัชญาเถรวาทที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและสังคม เพื่อเสริมสร้างภูมิป้องกันสื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้รู้จักกลั่นกรอง ตีความ พิจารณาสื่อในทุกรูปแบบก่อนจะตัดสินใจที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อสิ่งใดโดยมุ่งที่การพัฒนาคุณภาพชีวิตเป็นหลักสำคัญ

9.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ควรทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง “รูปแบบการบูรณาการหลักการเผยแผ่พุทธศาสนา” เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีก้าวไปไกลในอนาคตยิ่งจะรวดเร็วเกินกว่าจะจินตนาการไว้ได้ ดังนั้นรูปแบบการเผยแผ่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้ทันโดยการปรับหลักการให้เข้ากับความก้าวหน้าทางเครื่องมือที่ทันสมัยในปัจจุบันเพื่อประสิทธิภาพด้านการเผยแผ่พุทธศาสนา

2. ควรทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง เรื่อง “รูปแบบการบูรณาการหลักการตอบปัญหาด้วยหลักพุทธปรัชญา” เพราะปัญหาความเชื่อแบบเดิม ๆ ถูกแทนที่ด้วยความรู้อันทันสมัย สังคมโลกจึงเกิดคำถามมากมายต่อความจริงด้านศาสนาและปรัชญาซึ่งเป็นรูปแบบและลักษณะความรู้แบบเดิม และที่สำคัญจะเข้าถึงบุคคลที่ไม่นับถือศาสนาและให้คำตอบที่ดีกับบุคคลเหล่านี้ต่อไป เพื่อให้เขาเหล่านั้นมีที่พึ่ง เพื่อความสุขประโยชน์ตามหลักการพุทธศาสนา

3. ควรทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง เรื่อง “รูปแบบการบูรณาการหลักการเรียนการสอนด้วยหลักพุทธปรัชญา” เพราะกระบวนการวิทยาศาสตร์ปัจจุบันมีผลกระทบและทรงอิทธิพลต่อกระบวนการเรียนรู้อย่างแข็งแกร่ง ทำให้รูปแบบการเรียนรู้เปลี่ยนไป เปลี่ยนไปในทุกมิติ แต่ละเมิดก็สลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่รูปแบบการเรียนการสอนพุทธศาสนาจะต้องคำนึง หาแง่มุมที่จะสอดคล้องประสานสิ่งเหล่านี้ให้ได้ จึงจะเหมาะสมต่อการดำรงอยู่ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของการพัฒนาวัตถุเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่ ๆ ต่อไป

10. บรรณานุกรม/เอกสารอ้างอิง

กิริติ บุญเจือ. *คู่มือจริยศาสตร์ตามหลักวิชาการสากล*. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด เซน ปรีณติง, 2551.

พระทิพย์ พิมพ์สินธุ์. *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : ประการยพริก, 2545.

สาวิตรี หมดเมือง, “การศึกษาความต้องการและการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของศาลปกครองศึกษากรณีข้าราชการมหาวิทยาลัยของรัฐ”. *วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต*. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

11. คำขอบคุณ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย สถาบันที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้การศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาพุทธศาสนาและปรัชญา และคณาจารย์ที่อบรมสั่งสอนและผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน

ขอบคุณคณะกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ทุกท่าน มีพระมหาบุญศรี ญาณวฑฺฒโน, ผศ.ดร. ประธานกรรมการสอบ พระมหาสมณินทร์ ปุริสสุตโต, ผศ.ดร. อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ชัยวัฒน์ อัดพัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรรัตน์ แสงแก้ว และ ดร.เอนก สุวรรณบัณฑิต กรรมการ พร้อมทั้ง ดร.เมธา ทธิเมทาธิป พระมหาสมเจต สมจारी ที่คอยให้คำแนะนำด้วยดี

ขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ได้ให้ความสะดวกด้วยดีเสมอมา ตลอดจนเพื่อนนักศึกษาระดับปริญญาเอกทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจ

ขอกราบขอบพระคุณครูบาอาจารย์ทุกท่านที่แม้ไม่ได้เฝ้าเห็นมา ไฉน ที่นี้ที่คอยให้คำชี้แนะและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย อีกทั้งบิดามารดา ญาติ และมิตรสหายที่คอยสนับสนุน และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้