

บทที่ ๒

หลักการประชาสัมพันธ์และหลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ในบทนี้ผู้วิจัยจักได้กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์จากนักวิชาการที่สำคัญหลายท่านอันเป็นหลักาททางตะวันตก รวมทั้งความหมายของการประชาสัมพันธ์ คุณลักษณะ วิธีการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ดี อีกทั้งจะกล่าวถึงหลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาอันเป็นหลักาททางตะวันออกที่พระพุทธเจ้าทรงใช้เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้แพร่หลายกว้างขวางโดยที่พระธรรมทศนาธร (ทองสุข สุทธิโส) ได้นำหลักการทั้งสองอย่างดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของท่าน สำหรับในตอนท้ายบทเป็นการให้ความหมายของศัพท์บัญญัติ“การประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา” เพื่อให้เห็นภาพรวม และทำให้เข้าใจความหมายของศัพท์ที่ตรงกันอย่างถูกต้อง โดยมีประเด็นที่จะนำเสนอต่อไปนี้

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

- ๒.๑.๑ หลักการประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๒ คุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๓ การดำเนินประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๔ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๕ กระบวนการในการประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๖ ความหมายและองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร
- ๒.๑.๗ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
- ๒.๑.๘ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๙ คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์
- ๒.๑.๑๐ ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธ

- ๒.๒.๑ หลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้า
- ๒.๒.๒ จุดมุ่งหมายในการสอนของพระพุทธเจ้าที่สำคัญ ๓ ประการ
- ๒.๒.๓ วิธีที่ทรงใช้ในการเผยแผ่
- ๒.๒.๔ แผนการสอนของพระพุทธเจ้า
- ๒.๒.๕ กลวิธีและอุปายประกอบการสอน
- ๒.๒.๖ คุณสมบัติของภิกษุผู้เผยแผ่

๒.๒.๗ หลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้ากับหลักการประชาสัมพันธ์ของตะวันตก

๒.๒.๘ การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๑.๑ หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสัมพันธ์กับประชาชน (Relations with the Public) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติ (Public Opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target public) เกิดมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์การสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแค่งานการเผยแผ่ (Publicity) แต่การประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน อีกทั้งยังเป็นงานที่ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงาน องค์การ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นการสร้างความนิยมศรัทธาแก่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การหรือสถาบัน ด้วยวิธีการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งต่าง ๆ ซึ่งองค์การหรือสถาบันได้กระทำลงไป เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมรับรู้ ได้ใช้ประโยชน์และปฏิบัติตามด้วย

นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดีจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใส่ใจและตระหนักถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว เพราะทุกส่วนงานที่องค์การหรือสถาบันดำเนินการตัดสินใจกระทำลงไปแล้วนั้นย่อมมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนโดยตรง ฉะนั้นทุกภาคส่วนขององค์การและสถาบันจะต้องช่วยส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อโครงการหรือกิจกรรมการที่ดำเนินการอยู่ พร้อมกันนี้ต้องตระหนักและประชาสัมพันธ์ส่วนนั้น ๆ สื่อออกไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ประชาชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง สามารถที่จะตัดสินใจได้ว่าสิ่งที่จะเกิดขึ้นดังกล่าวมีผลกระทบหรือไม่อย่างไร

การประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นยิ่งต่อมนุษย์ทั้งในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคลและสังคมต่อสังคม ในการเผยแผ่ศาสนาก็เช่นเดียวกัน พระพุทธเจ้า พระองค์ก็ทรงใช้หลักการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการช่วยเหลือมนุษย์ให้เข้าถึงหนทางแห่งปัญญา และการพ้นทุกข์ เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนามนุษย์ ซึ่งในทางพระพุทธศาสนาเรียกว่าเผยแผ่หรือประกาศพระพุทธศาสนาเช่นเดียวกัน

การประชาสัมพันธ์ มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ คือ “Public Relations” คำว่า “Public” หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชน คำว่า “Relations” หมายถึง การสัมพันธ์

หรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่า การประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลความหมายแล้วหมายถึง การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กลุ่มประชาชนนั่นเอง

นักวิชาการหลาย ๆ ท่านให้คำจำกัดความของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ไว้อย่างหลากหลายดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ไว้ว่า หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน^๑

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations) ของประเทศอังกฤษ ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นความพยายามที่สุชุม รอบคอบ มีการวางแผนและมีการติดตามผล เพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์การกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย^๒

ดร.พรทิพย์ พิมลสินธุ์ ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอนาคตที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว^๓

รศ.วิรัช ฤทธิรัตนกุล ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกแห่งการชักนำความประทับใจ และภาพลักษณ์ที่ดีจากหน่วยงานสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนด้วยวิธีการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในหน่วยงาน ซึ่งการบอกกล่าวชี้แจงนี้หมายรวมถึงการชี้แจง เผยแพร่ นโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและกิจกรรมผลงานต่าง ๆ ของหน่วยงาน ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานสถาบันให้กลุ่มประชาชน เป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบและรู้เห็นกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจให้แก่หน่วยงานทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จัก เข้าใจ เลื่อมใส และศรัทธาแก่ประชาชนตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานอันเป็นสิ่งเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อหน่วย งานในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนด้วยดี^๔

^๑ราชบัณฑิตยสถาน, **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒**, (กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, ๒๕๔๖), หน้า ๒๕๗.

^๒Wilfred Howard, (ed.) **The Practice of Public Relations**, 2 nd ed. (London : William Heinemann Ltd., 1985) , p. ii.

^๓พรทิพย์ พิมลสินธุ์, **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดยงพลเทรดดิ้ง, ๒๕๔๐), หน้า ๓๓.

^๔วิรัช ฤทธิรัตนกุล, **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๑๐.

รศ.กิตติมา สุรสนธิ ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์กับองค์กรอื่นๆ และกับประชาชนทั่วไป ถือเป็นกิจกรรมด้านนิเทศศาสตร์อย่างหนึ่งที่ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มคน การสื่อสารในองค์กรและการสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหรือวิธีการในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการป้องกัน การแก้ไข ภาพพจน์ที่ไม่ดี การรักษาหรือสร้างภาพพจน์ที่ดี และการก่อให้เกิดความร่วมมือหรือการสนับสนุนจากมวลชนผู้รับสารให้กับองค์กร^๕

จอห์น อี มาร์สตัน (John E. Marston) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากผู้หนึ่ง ได้กล่าวไว้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่เน้นหัวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชากรที่สำคัญ^๖

เร็กซ์ เอฟ แฮร์โลว์ (Rex F Harlow) นักวิชาการแห่งสถาบันการวิจัยและการศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ของสหรัฐอเมริกา ได้อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารในองค์กร ซึ่งภาระหน้าที่ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับ การสร้างสรรค์และธำรงรักษาสายงานการติดต่อสื่อสารร่วมกัน เพื่อให้เกิด ความเข้าใจ (Understanding) การยอมรับ (Acceptance) และความร่วมมือ (Cooperation) ระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่าง ๆ ในทาง การบริหาร ช่วยให้ฝ่ายบริหารคำนึงถึงประชาคมติ และการบอกกล่าวข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของประชาชน รวมทั้งช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถใช้การวิจัยและใช้เทคนิคการติดต่อสื่อสารที่มีจริยธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร^๗

ไอวี เลดเบตเทอร์ (Ivy Ledbetter Lee) นักวิชาชีพทางด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งถือเป็นบิดาของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า คือ การดำเนินงานอะไรก็ตามที่ได้มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน เผยแพร่ออกไปให้ประชาชนได้ เข้าใจถึงการดำเนินงานให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ประชาชนจะให้การสนับสนุนผลงานนั้น^๘

^๕กิตติมา สุรสนธิ, **ความรู้ทางการสื่อสาร**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘), หน้า ๕.

^๖Jonh E. Marstone, **Modern Public Relatins**, (New York : McGraw-Hill Book Company, 1979), p.3.

^๗เร็กซ์ เอฟ แฮร์โลว์ (Rex F Harlow) อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล, **นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๑๔ - ๑๕.

^๘ไอวีแอล ลี (Ivy Ledbetter Lee) อ้างใน วชิรา รินทร์ศรี, **โครงการบทเรียน Online วิชาหลักการประชาสัมพันธ์**, สถาบันราชภัฏนครสวรรค์, <http://teacher.nsruc.ac.th/e_learning/toon/index.html>, ๔ ธันวาคม ๒๕๔๙.

สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทางระหว่างองค์กรหรือสถาบันกับประชาชนเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันดีต่อกัน และดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีทั้งสองฝ่าย เกิดการยอมรับนับถือ ก่อให้เกิดความศรัทธาเลื่อมใสและทำให้เกิดความร่วมมือเพื่อปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของสถาบัน อันมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดี มีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไปในที่สุด

๒.๑.๒ คุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ของหน่วยงานกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ ดังนี้^๙

๑. การประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องมีการปฏิบัติกิจกรรม ซึ่งมีความหมายครอบคลุมอย่างกว้างไกล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ตั้งแต่ภาพพจน์ปัจจุบันของสถาบันวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ งบประมาณ เวลาและกำลังคน ตลอดจนความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองที่มีต่อสถาบัน กิจกรรมเหล่านี้อาจมาในรูปของการจัดให้มีวารสาร พนักงาน การจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ การจัดรายการเสียงตามสาย การแข่งขันกีฬาภายในสถาบัน การจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงาน การจัดเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน การเข้าร่วมสาธารณประโยชน์กับสังคมหรือชุมชน การเชิญนักข่าวหรือกลุ่มชนเข้าชมกิจการ การสำรวจตรวจสอบทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

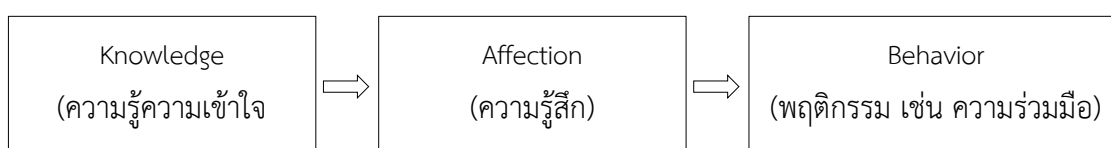
๒. การปฏิบัติกิจกรรมทั้งหลายนั้นจะต้องยึดปฏิบัติตามแผนการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ แผนการที่กล่าวนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับแผนการทางการตลาดหรือแผนการทั่วไป แต่เน้นที่การสื่อสาร โดยมีการระบุบ่งบอกอย่างชัดเจนว่ากิจกรรมใดควรจัดทำเมื่อไร ใครเป็นประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จะทำการสื่อสารไปถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างไร การที่มีการกำหนดเป็นแผนการสื่อสารเช่นนี้ ก็เพราะแต่ละกิจกรรมซึ่งเป็นเนื้อหาของข่าวที่ส่งไปนั้นมีส่วนประกอบที่สำคัญในการเสริมสร้างหรือรักษาหรือแก้ไขภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบัน

อนึ่ง การสื่อสารที่เป็นการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการสื่อสารสองทาง เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงานจากหน่วยงานไปสู่ประชาชน และรับฟังความคิดเห็นหรือประชมติจากประชาชนที่สะท้อนกลับมา เพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดความพอใจทั้งหน่วยงานและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

^๙พรทิพย์ พิมลสินธุ์, ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, หน้า ๓๓ - ๓๔.

๓. การประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องเป็นการส่งเสริมความเข้าใจถูกต้องตรงกัน กล่าวคือในการสื่อสารแต่ละครั้งไม่ว่าจะเป็นการพูดให้ฟัง การเขียนให้อ่านหรือการแสดงให้ดู ให้เห็นภาพผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีปริมาณความเข้าใจทั้งที่ตรงกันและแตกต่างกันอย่างไร หน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์จะต้องจัดทำให้การสื่อสารต่าง ๆ นั้น สามารถให้ความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันซึ่งเป็นเรื่องทีละเอียดย่อยอีกทั้งต้องอาศัยความรู้และทักษะของนักประชาสัมพันธ์

๔. การประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องสร้างความเชื่อถือศรัทธาให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน โดยการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริต ประพฤติปฏิบัติดี ไม่มีเลศนัย และแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือการมีจุดมุ่งหมายเพียงให้เกิดความเข้าใจถูกต้องตรงกันเพียงอย่างเดียว นั้น ไม่เพียงพอสำหรับการประชาสัมพันธ์ แต่ต้องครอบคลุมไปถึงความเชื่อถือ ศรัทธาและความร่วมมือ ทั้งนี้ทั้งนั้นจำเป็นต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้องก่อน แล้วจึงเกิดความเชื่อโดยสภาพความสัมพันธ์นี้ เรียกว่า KAB



แผนภาพที่ ๒.๑ แสดงความสัมพันธ์ของ KAB

จากแผนภาพ KAB นี้จะพบว่า ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเป็นสิ่งแรกที่จำต้องทำให้เกิดขึ้นก่อน ซึ่งความรู้ความเข้าใจนี้จะไปบ่อเกิดแห่งความรู้สึกหรือทัศนคติว่าควรเชื่อถือหรือไม่อย่างไร โดยธรรมชาติแล้วความรู้สึกหรือทัศนคติที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกโดยการให้ความร่วมมือหรือปฏิเสธการร่วมมือ

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งไม่ว่าจะออกมาในรูปกิจกรรมใด จะต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ทางด้านความรู้สึกและพฤติกรรมในอนาคตเสมอ

๕. การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการปฏิบัติกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว เพื่อให้ประชาชนเกิดความศรัทธา และให้ความไว้วางใจแก่หน่วยงานตลอดไป ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปด้วยดี ซึ่งมีความหมายถึงการจัดให้มีกิจกรรมในช่วงเวลาที่เหมาะสม ถูกกาลเทศะ โดยดำเนินการไปอย่างสม่ำเสมอไม่หยุดยั้ง ทั้งนี้เพราะการทิ้งช่วงการประชาสัมพันธ์ยาวนานเกินไปหรือหยุดเลย จะทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เคยได้รับข่าวสารสาระจากสถาบันเริ่มเกิดความคิดสงสัยหรือไม่แน่ใจซึ่งเป็นจุดอ่อนสำคัญที่ทำให้ข่าวลือต่าง ๆ ได้รับความสำเร็จอย่างรวดเร็วและบ่อยครั้งเกินที่จะแก้ไข

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การสร้างความเข้าใจถูกต้องตรงกันนั้นเป็นเรื่องละเอียดอ่อนซึ่งไม่ใช่การเลือกหยิบเฉพาะจุดดีจุดเด่นมากล่าวดังเช่นการโฆษณา แต่การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นเรื่องของความจริงด้วยความจริงใจทั้งหมด และการจะสร้างความเชื่อถือและศรัทธาได้นั้นไม่สามารถจะทำให้เกิดขึ้นในระยะเวลาอันสั้น จำต้องพิสูจน์ตนเองอย่างต่อเนื่องโดยใช้ระยะเวลายาวนาน

๒.๑.๓ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

แนวความคิดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างที่รวมอยู่ในกระบวนการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้เป็นไปในทางเดียวกันของหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ คือ^{๑๑}

๑. Publicity การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ การจัดกิจกรรมหน่วยงานโดยผ่านสื่อต่าง ๆ หรือสื่อมวลชน เช่น การประกาศ การปิดประกาศ การบริการข้อมูลข่าวสารการสารนิเทศหรือสารสนเทศ (Information Service) การบริการติดต่อสอบถาม (Information or inquiry) เป็นต้น

๒. Public Attitude คือ การเสริมสร้างทัศนคติ ความรู้สึกรู้สีกคิดที่ดีต่อองค์กรการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการกระทำขององค์กรให้เป็นไปในทางที่ดี

๓. Public Opinion คือ กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการสร้างประชาคมดีให้เกิดขึ้นในทางที่เป็นผลดีต่อองค์กร การสร้างภาพลักษณ์ (Public Image) ขององค์กรในทางที่ดี เช่น การสร้างภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลว่าให้บริการดูแลรักษาโรคร้ายไข้เจ็บ การช่วยชีวิตคน มีไข้โรงฆ่าสัตว์ เป็นต้น การสร้างคำขวัญสำหรับองค์กรให้เป็นภาพที่ประทับใจ เช่น เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน (ธนาคารกรุงเทพ) มุ่งมั่นสร้างสรรค์สังคมไทย (เครือซีเมนต์ไทย) เป็นต้น

๔. Public Service or Public Welfare กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรได้มาก คือ การบริการสาธารณะ การบริการสังคม การให้สวัสดิการ และการให้ผลประโยชน์แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น การบริจาคเงินการกุศล การจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ การจัดโครงการบริการตรวจสุขภาพฯ โดยไม่คิดมูลค่า การจัดนิทรรศการสุขภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติฯ เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นการจัดบริการในรูปแบบของการคืนกำไรแก่สังคม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

^{๑๑}ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง, สื่อสารการประชาสัมพันธ์ , พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สามเจริญพาณิชย์, ๒๕๔๑), หน้า ๕๐ - ๕๒.

๕. Public Development การจัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาโดยส่วนรวม เช่น การฝึกอาชีพ การฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาคน การจัดทัศนศึกษา การให้ทุนการศึกษา การฝึกอบรมและดูงาน การจัดโครงการเยาวชนเพื่อสันติภาพ การจัดรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เป็นต้น

๖. Public Advertising การโฆษณาองค์กรโดยเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อชื่อเสียงของหน่วยงานองค์กรหรือสถาบัน เช่น การให้ทุนสนับสนุนรายการโทรทัศน์โดยมิได้โฆษณาบริการกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ แต่โฆษณาชื่อเสียงขององค์กร เช่น รายการมรดกโลกสารคดีทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ๕ โดยได้รับการสนับสนุนจากธนาคารไทยพาณิชย์ หรือสารคดี “รู้ทันเอดส์” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากธนาคารทหารไทย เป็นต้น

สรุปได้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ความเข้าใจ การเสริมสร้างทัศนคติ โดยผ่านทางกิจกรรมต่างๆ เพื่อการพัฒนาโดยส่วนรวม เป็นการสร้างประชาคมดีให้เกิดขึ้นในทางที่เป็นผลดีต่อองค์กรในรูปแบบของการบริการสาธารณะ การบริการสังคม และการให้ผลประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมาย

๒.๑.๔ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของสถาบันกับหน่วยงาน โดยทั่วไปมักจะแบ่งวัตถุประสงค์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ออกเป็น ๓ ด้านด้วยกัน ดังนี้คือ

๑. วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของการประชาสัมพันธ์ โดยมีเป้าหมายดังนี้

๑.๑ เพื่ออธิบายชี้แจง (Explanation) เพื่อให้ประชาชนทราบเรื่องราวตามความเป็นจริง

๑.๒ เพื่อเป็นการบอกกล่าว (To Inform) เพื่อเป็นการแถลงข่าว เล่าเรื่องราวความเป็นไปให้ประชาชนทราบ

๑.๓ เพื่อเผยแพร่แจ้งความ (Publicity) ประกาศ (Declaration)

๑.๔ เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ (Knowledge) เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

๑.๕ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ (Understanding) ในเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลงสงสัย ยังขาดความรู้ความเข้าใจ เพื่อเป็นการสื่อสารสัมพันธ์กัน

๑.๖ เพื่อเป็นการให้การศึกษา (To Educate) ให้การศึกษา ให้ประชาชนเกิดความเฉลียวฉลาด เพื่อเป็นการยกระดับความรู้ความเข้าใจให้สูงขึ้น

๑.๗ เพื่อการชักจูง (To Persuade) เพื่อการเกลี้ยกล่อมชักจูงใจให้สนับสนุนการดำเนินงาน

๑.๘ เพื่อให้หน่วยงานได้บริการ (To Service) ตระหนักในภาระหน้าที่และความถูกต้อง บริการแก่สังคมได้ถูกต้องเหมาะสมตามความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามความต้องการของสังคมและประชาชน ตลอดจนอยู่ในจริยธรรม คุณธรรม กฎหมายประเพณี

๑.๙ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ (To Belief) เพื่อขจัดความเคลือบแคลงสงสัยไม่รู้ เพื่อให้เกิดความราบรื่นของการดำเนินงานของหน่วยงาน

๑.๑๐ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธา (Trust) ในสถาบัน ในเรื่องจริยธรรม ศีลธรรม ความถูกต้อง ไม่หลอกลวง ไม่ฉวยโอกาส สำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์

๒. วัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ (Specific Objective)

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะมีวัตถุประสงค์โดยทั่วไปแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เฉพาะงานด้วย เพราะงานแต่ละงานย่อมมีวัตถุประสงค์เฉพาะแตกต่างกันออกไปเพื่อให้เหมาะสมตรงตามลักษณะวัตถุประสงค์หรือชนิดของงาน เช่น งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน สมาคม ธุรกิจการค้า หน่วยปฏิบัติงานเข้าถึงประชาชน การซ่อมรถของทหาร การสังคมสงเคราะห์ ฯลฯ ย่อมจะมีวัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือหน่วยงานเพื่อการสร้างเสริม แก้ไขและป้องกันเน้นหนักแตกต่างกันออกไปอีก ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจในเรื่องสิทธิและหน้าที่แก่ประชาชน เพื่อแนะนำ ให้ประชาชนประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบ กฎหมายขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละหน่วยงานออกไป

๓. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร (Administrative Objective)

วัตถุประสงค์เพื่อการบริหารเป็นวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่พิจารณา หรือใช้แง่ของการที่จะเป็นส่วนช่วยหรือส่งเสริมสนับสนุนการบริหาร โดยทั่วไปมักดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยในการบริหาร เพื่อเรียกร้องความร่วมมือร่วมใจสนับสนุน ความนิยมเลื่อมใสจากผู้ร่วมงาน เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างฝ่ายบริหารงานกับพนักงาน เพื่อเป็นการให้ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน พัฒนาและรักษาคุณภาพระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้ทั่วถึงให้เกิดความสำนึกว่าองค์กรนั้นเป็นศูนย์รวมของทุกคน และมีการประเมินการบริหารงานในแง่ของทัศนคติ เพื่อทราบถึงอุปสรรคและแนวทางแก้ไขอันเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน ที่จะมองหาทางเลือกในการดำเนินการ ศึกษาแนวคิดใหม่ ๆ ให้รู้ด้น้ำดีกว่าผู้อื่น

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ก็เพื่อชี้แจง บอกกล่าว หรือชักจูงเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ และคลายความเคลือบแคลงสงสัย เกิดความเชื่อถือไว้วางใจต่อองค์กร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ทั่ว ๆ ไปของการประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ยังมีวัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือหน่วยงานเพื่อเสริมสร้าง แก้ไขและป้องกันแตกต่างกันออกไป และการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยในการบริหาร เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน และเป็นการให้ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน

๒.๑.๕ กระบวนการในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารแบบ ๒ ทาง (Two – Way Communication) มีการปฏิบัติเป็นขั้นตอน ๓ ขั้นตอน คือ การกำหนดและการประเมินทัศนคติของผู้ฟัง การกำหนดนโยบายและแผนการปฏิบัติ การพัฒนาและกำหนดการปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ และเกิดการยอมรับในสิ่งที่ต้องการสื่อออกไป

สก๊อต เอ็ม. คัทลิป แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ และ กลอน เอ็ม. บรูม (Scott M. Cutlip Allen H.Center & Glen M.Broom) ถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของนักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป โดยทั้ง ๓ ท่านได้แบ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ออกเป็น ๔ ขั้นตอน^{๑๑} คือ

๑. การวิจัย-การรับฟัง (Research-Listening) เป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการหาข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ “ปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่” เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

๒. การวางแผน-การตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนของการวางแผนและการตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการประชาสัมพันธ์หรือแก้ไขปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่

๓. การสื่อสาร-ลงมือปฏิบัติ (Communication-Action) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ในขั้นตอนที่ ๒ โดยใช้เครื่องมือ เทคนิค และกลยุทธ์ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร

๔. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประชาสัมพันธ์โดยมุ่งที่จะติดตามว่า งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้นได้ผลดีมากน้อยเพียงไร

จอห์น อี. มาร์สตัน (John E. Marston) ได้สร้างสูตรสำหรับกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่จะนำความสำเร็จมาสู่วิชาชีพนี้ โดยเรียกว่าสูตรนี้ว่า R – A – C – E^{๑๒}

ตัว R หมายถึง การวิจัย (Research)

ตัว A หมายถึง การกระทำ (Action)

ตัว C หมายถึง การสื่อสาร (Communication)

ตัว E หมายถึง การประเมินผล (Evaluation)

^{๑๑}สก๊อต เอ็ม. คัทลิป แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ และ กลอน เอ็ม. บรูม (Scott M. Cutlip Allen H.Center & Glen M.Broom) อ้างใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์, การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก, ๒๕๔๕), หน้า ๑๔-๑๗.

^{๑๒}Jonh E. Marstone, *Modern Public Relatins*, (New York : McGraw-Hill Book Company, 1979), p.6.

ตารางที่ ๒.๑ เปรียบเทียบแนวคิดของมาร์สตัน กับคัทลิป เซ็นเตอร์ และบรูม

มาร์สตัน	คัทลิป เซ็นเตอร์ และบรูม
๑. การวิจัย	๑. การวิจัย-การรับฟัง ซึ่งได้ให้ความหมายชัดเจนกว่า และยังมีความหมายที่มิได้เน้นถึงการวิจัยที่อาศัยวิธีทางวิทยาศาสตร์เพียงอย่างเดียว
๒. การกระทำ มาร์สตันได้เน้นว่าก่อนที่จะทำการสื่อสารได้จำเป็นต้องมีการกระทำหรือมีแผนของการกระทำ ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมใดก็ได้ เพื่อสร้าง และรักษาภาพลักษณ์ ศรัทธา ความนิยมที่ดี ทั้งนี้การกระทำจะเป็นสื่อในตัวของมันเองหรือเป็นเนื้อหาของการสื่อสารที่จะใช้เขียนข่าวหรือจัดทำเป็นข่าวเผยแพร่ผ่านสื่ออื่นต่อไป	๒. การวางแผน เป็นการกำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเพื่อให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องต่อเนื่องสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ การวางแผนนี้เป็นหัวใจของการทำงานประชาสัมพันธ์ซึ่งมาร์สตันไม่ได้กล่าวไว้ แต่กลับไปเน้นที่การกระทำแทนคัทลิป เซ็นเตอร์ และบรูม
๓. การสื่อสาร เป็นการนำข่าวสาร สารความรู้ผ่านกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสื่ออื่นไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย	๓. การสื่อสาร มีความหมายตรงกับที่มาร์สตันได้กล่าวไว้ แต่ในความหมายของคัทลิปและเซ็นเตอร์นั้น ได้ให้ความหมายมากกว่าโดยรวมเอาสื่อมวลชน (mass media) และสื่อการกระทำ (action media) ไว้ในขั้นตอนนี้นั้นคือเอา “การกระทำ” ของมาร์สตันมาไว้ในข้อนี้ เพราะการสื่อสารนั้นนอกจากจะใช้สื่อต่างๆ แล้วการกระทำเป็นการสื่อสารโดยตัวของมันเองด้วย
๔. การประเมินผล เป็นการตรวจสอบและตัดสินคุณค่าว่าการประชาสัมพันธ์ได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงไร ได้ประสิทธิผลตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่อย่างไร	๔. การประเมินผล ตรงกับที่มาร์สตันได้กล่าวไว้

ลักษณะ สตะเวทิน ได้กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามในการที่จะสร้างและประสานความเข้าใจระหว่างองค์การกับประชาชนที่เกี่ยวข้องทั้งประชาชนภายในและประชาชนภายนอกองค์การ เพื่อให้เกิดภาพพจน์และความสัมพันธ์อันดีงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องมีการดำเนินงานอย่างมีขั้นตอน ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุผลสำเร็จ โดยแบ่งกระบวนการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็น ๔ ขั้นตอนดังนี้^{๓๓}

๑. การหาข้อมูล (Fact-Finding) เป็นการตรวจสอบความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของประชาชนก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ เป็นการหยั่งถึงความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทศนคติ และปฏิกิริยาของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานและนโยบายขององค์การ ตลอดจนศึกษาถึงสิ่งที้องค์การได้กระทำเพื่อเป็นการค้นหาว่าอะไรคือปัญหาขององค์การที่จะต้องได้รับการจัดทำหรือแก้ไข

๒. การวางแผนและการจัดแผนงาน (Planing and Programming) เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้มากำหนดนโยบายและจัดแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์การ จึงเป็นการพิจารณาว่าองค์การจะสามารถทำอะไรได้แค่ไหนและอย่างไร ตลอดจนศึกษาถึงสิ่งที้องค์การได้กระทำเพื่อเป็นการค้นหาว่าอะไรคือปัญหาขององค์การที่จะต้องได้รับการจัดทำหรือแก้ไข

๓. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการนำเอาแผนงานที่ได้กำหนดไว้มาดำเนินการสื่อสารและเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีและชักจูงให้ประชาชนสนับสนุนหรือมีความนิยมชมชอบในองค์การ นักประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าใจลักษณะของการสื่อสารเป็นอย่างดีเพื่อผลในการเผยแพร่ข่าวสาร ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องให้สอดคล้องกับสถานการณ์ (Situation) เวลา (Time) สถานที่ (Place) และประชาชนเป้าหมาย (Audience) จึงเป็นการพิจารณาว่าจะทำอย่างไร

๔. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลเพื่อพิจารณาว่างานประชาสัมพันธ์จากที่ได้ดำเนินการสื่อสารไปแล้วนั้นได้ผลอย่างไร ผลจากการประเมินจะนำมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการดำเนินงานในครั้งต่อไป ซึ่งการประเมินผลนี้จะนำกลับไปสู่ขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ คือ เป็นการหาปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

^{๓๓} ลักษณะ สตะเวทิน, **หลักการประชาสัมพันธ์**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทเฟื่องฟ้าพรินติ้ง จำกัด, ๒๕๔๒), หน้า ๑๒๔ - ๑๒๕.



แผนภาพ ๒.๒ แสดงกระบวนการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีลักษณะการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์และทักษะของแต่ละบุคคล อีกทั้งยังต้องประกอบด้วยเทคนิคบางอย่างที่เป็นความสามารถเฉพาะตัว เช่น ความสามารถและทักษะในการสื่อสาร ซึ่งเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์คนหนึ่งนำไปใช้แล้วประสบความสำเร็จ แต่หากนักประชาสัมพันธ์อีกผู้หนึ่งนำไปใช้อาจไม่ได้ผลและล้มเหลวก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์สภาพแวดล้อม เวลา และสถานที่ เป็นต้น

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน ซึ่งความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีนั้นจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือ เพื่อนำข้อมูลมาถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์และบุคคลที่เกี่ยวข้องจึงควรศึกษาและทำ ความเข้าใจหลักการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อจะได้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และเกิดประสิทธิผลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สู่ประชาชนที่เกี่ยวข้องต่อไป

๒.๑.๖ ความหมายและองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการในการส่งผ่านถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง อันเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของหลักการประชาสัมพันธ์

ซึ่งมีส่วนประกอบที่สำคัญ ๕ ประการ ดังนี้^{๑๔}

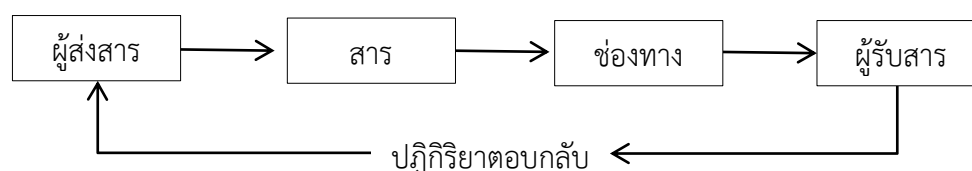
๑. ผู้ส่งสาร (Sender) คือ ผู้เริ่มการติดต่อสื่อสารซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือสถาบันองค์การ หน่วยงานก็ได้

๒. สาร (Message) คือ เรื่องราวข่าวสารที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสาร ลักษณะของ สารที่ดีนั้นต้องมีความหมายชัดเจน น่าเชื่อถือ ทันท่วงที เหตุการณ์ สามารถโน้มน้าวจิตใจให้เกิดความ คล้อยตาม

๓. ช่องทาง (Channel) คือ วิธีทางหรือหนทางที่ข่าวสารจะถูกนำไปยังผู้รับสาร โดยอาจ ส่งผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การพูด การเขียน เป็นต้น ซึ่งช่องทางควรมีลักษณะเป็นสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรม

๔. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคล หรือ สถาบัน องค์การ หน่วยงานที่เป็นเป้าหมายของ การสื่อสารหรือจุดหมายปลายทางของผู้ส่งสารเพื่อให้เข้าใจร่วมกัน

๕. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) คือ ผลสะท้อนที่เกิดขึ้นหลังจากมีการติดต่อสื่อสาร จากผู้รับสารมายังผู้ส่งสาร



แผนภาพที่ ๒.๓ แบบจำลองการติดต่อสื่อสารพื้นฐาน

จากแผนภูมิต้นข้างต้นจะเห็นว่า กระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ต้องอาศัยช่องทางเพื่อส่งสารผ่านไปยังจุดหมายปลายทาง และมีช่องรับปฏิกริยาตอบกลับจากผู้รับ ปลายทางด้วย ในการประชาสัมพันธ์นั้นก็เช่นกัน องค์การหรือสถาบันจำเป็นต้องมีการ ติดต่อสื่อสารเพื่อที่จะส่งข่าวสาร ความเคลื่อนไหว นโยบาย กิจกรรมหรือข้อมูลต่าง ๆ ไปยัง กลุ่มเป้าหมาย และในขณะเดียวกันก็ต้องการปฏิกริยาตอบกลับจากกลุ่มเป้าหมายคือการสื่อสาร กลับมายังหน่วยงาน

^{๑๔}กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘), หน้า ๘.

๒.๑.๗ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการสื่อสารนั้นมีวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร ๓ ประการ ตามรูปแบบของ KAP Model ได้แก่

K = Knowledge	เพื่อให้เกิดความรู้
A = Attitude	เพื่อให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ
P = Practice	เพื่อนำไปปฏิบัติ

หลัก ๗ ประการของการติดต่อสื่อสาร (The 7C s of Communication) ที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารได้ผล มีดังนี้คือ

๑. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ข่าวสารและวิธีการส่งจะต้องมีความน่าเชื่อถือได้ผู้รับจะต้องมีความเชื่อมั่นในผู้ส่ง

๒. เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) คำพูดหรือท่าทางต่าง ๆ อันประกอบกันกับอรรถาธิบายของการติดต่อเผยแพร่จำเป็นต้องเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมเป็นกันเองและเปิดโอกาสให้เป้าหมายมีส่วนร่วม

๓. เนื้อหาสาระ (Content) เนื้อหาข่าวสารต้องมีความหมายหรือเป็นเรื่องราวที่อาจจะให้ทั้งความพึงพอใจหรือช่วยญ พร้อมกับการชี้แจงแนะนำให้มีการตัดสินใจได้ด้วย

๔. ความกระจ่างแจ้ง (Clarity) ข่าวสารควรจัดทำขึ้นด้วยถ้อยคำที่เข้าใจง่าย

๕. ความต่อเนื่องและมั่นคง (Continuity and Consistency) มีการติดต่อและย้ำให้อยู่ในจิตใจของทุกคน

๖. ช่องทางการส่งข่าวสาร (Channes) ควรเลือกใช้ช่องทางสื่อสารอันเหมาะสม

๗. ความสามารถของผู้รับ (Capability of Audicnce) การติดต่อสื่อสารต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้รับ สะดวกและง่ายต่อการทำความเข้าใจให้มากที่สุด

๒.๑.๘ การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ บอกกล่าว กระจายข่าวสารต่าง ๆ ของสถาบัน องค์การ หรือหน่วยงานไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องใช้สื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมและการดำเนินงานของสถาบัน องค์การ ตลอดจนความรู้อื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้รับรู้ เข้าใจ เพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ถ้างานประชาสัมพันธ์ขาดการติดต่อสื่อสารหรือสื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารแล้ว ก็ไม่สามารถดำเนินการลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

สื่อจึงเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญยิ่ง ถ้าพิจารณาแล้วการเลือกใช้สื่อเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องเรียนรู้ถึงคุณสมบัติและลักษณะของสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อจะได้เลือกใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมทำให้การดำเนินงานตามแผนการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้เกิดประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงประชาชนที่เกี่ยวข้องกลุ่มต่าง ๆ ได้ตามเป้าหมาย อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้เป็น ๕ ประเภท คือ^{๑๕}

๑. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่าง ๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้เถียง การอภิปราย ปาฐกถาและการพูดในโอกาสพิเศษต่าง ๆ แต่สื่อบุคคลมีข้อจำกัด คือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นการสื่อสารที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

๒. สื่อมวลชน

จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนเป็นจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและเกิดเป็นสื่อสารมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้ ๕ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

ทั้งนี้สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่พิการทางสายตา หรืออ่านหนังสือไม่ออก

ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์และนิตยสารและสามารถรับฟังในขณะทำงานอย่างอื่นได้ด้วย แต่มีข้อจำกัดคือผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากไม่ได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้รับข่าวสารไม่สมบูรณ์

^{๑๕} พระปลัดสามารถ ธมมธโร (ชีวะพุกภัย), “บทบาทการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ (ปัญญา อินทปญฺโญ)”, *วิทยานิพนธ์พุทธศาสนมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๙), หน้า ๒๗.

สื่อวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงในพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ได้

๓. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไป เช่น ในรูปแบบปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔. สื่อโสตทัศน์

สื่อโสตทัศน์เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพและเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน์แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุและส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ ซึ่งสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลองของตัวอย่าง เป็นต้น บางครั้งอาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ फिल्मภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศน์มีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวรนำมาใช้ได้บ่อยครั้ง สามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงที่สมจริงเป็นธรรมชาติ แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง อีกทั้งต้องมีความรู้ในการใช้และต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน

ในปัจจุบันนี้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ และกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกแล้ว โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนได้ทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็นได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

๕. สื่อกิจกรรม

ปัจจุบันนี้มีความหมายกว้างขวางออกไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิดความรู้ อารมณ์และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น

การจัดประชุมสัมมนา การฝึกอบรม การแลกเปลี่ยน การสาธิต การจัดริ้วขบวนการจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมเหล่านี้สามารถปรับปรุงให้เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น

๒.๑.๙ คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

นอกเหนือจากสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ก็ถือเป็นเครื่องมือกลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งส่งผลทำให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จได้ งานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องใช้เวลา ต้องมีความอดทน มีความพยายามอย่างต่อเนื่อง มีการประเมินผลเป็นระยะ ๆ นอกจากนี้ยังเป็นงานที่ต้องมีการชักจูงใจทั้งฝ่ายผู้บริหารและฝ่ายประชาชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนต้องมีการปรับเข้าหากันทั้งสถาบันและกลุ่มประชาชน

ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสังคม จะต้องรู้ลักษณะโครงสร้างของสังคม เพื่อจะได้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริงในสภาพที่เป็นอยู่ และสิ่งที่อยู่ลึกเข้าไปในจิตใจของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่อยู่ภายในสังคมนั้น ๆ ซึ่งผู้ทำงานทางด้านการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์จะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในฐานะเป็นคนกลางสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มต่าง ๆ โดยจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถเข้าถึงจิตใจและโน้มน้าวใจกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ให้เปลี่ยนความเชื่อและการกระทำไปในทางใดทางหนึ่งด้วยความเข้าใจจริงและความเต็มใจในการเปลี่ยนแปลงสิ่งนั้น ๆ

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงแบบไม่หยุดนิ่งของสังคมและจะพบปัญหาของสังคมใหม่ ๆ อยู่เสมอ ดังนั้นจึงต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง ไม่รีบด่วนเชื่ออะไรง่าย ๆ หรือตัดสินปัญหาต่าง ๆ โดยปราศจากข้อเท็จจริงมาสนับสนุนอย่างเพียงพอ

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องเกี่ยวข้องกับสื่อประเภทต่าง ๆ ดังนั้นจึงต้องเลือกใช้สื่อให้ถูกต้องและมีความเหมาะสมกับการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ

รศ.ชม ภูมิภาค ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่ดีของนักประชาสัมพันธ์ไว้ ๒ ด้าน คือ^{๑๖}

ก. คุณสมบัติทางวิชาการ

คุณสมบัติทางวิชาการ หมายถึง การอบรมศึกษาให้มีความรู้ความสามารถทางวิชาการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรจะได้รับการศึกษา

^{๑๖}ชม ภูมิภาค, **หลักการประชาสัมพันธ์**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : โอเอส พรินติ้ง เฮาส์ จำกัด, ๒๕๒๖), หน้า ๒๗ - ๓๐.

อบรมและมีความรู้ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

๑. มีความรู้ในด้านสังคมวิทยา เพื่อให้เข้าใจเรื่องของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม รู้เรื่องกรอบอ้างอิงของกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนท่าทีทัศนคติของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

๒. มีความรู้ด้านจิตวิทยาและจิตวิทยาสังคม เพื่อให้มีความเข้าใจธรรมชาติเบื้องต้นของมนุษย์ เข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม

๓. มีความรู้ทางเศรษฐกิจและรัฐศาสตร์

๔. มีความรู้ในด้านมนุษยศาสตร์ เพื่อให้เกิดความสามารถในการสื่อสาร

๕. มีความรู้ความเข้าใจในการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ เพราะการวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องวางแผนโดยอาศัยข้อเท็จจริง

๖. มีความรู้ในขบวนการบริหาร การประชาสัมพันธ์เป็นงานส่วนหนึ่งของงานบริหารและการจัดการ โดยผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จะต้องรู้เรื่องการวางแผน การควบคุมงาน การประสานงาน และการตรวจสอบประเมินผล

ข. คุณสมบัติส่วนตัว

การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะ ในส่วนที่เป็นศาสตร์นั้นต้องอาศัยการศึกษาอบรมทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง แต่ในส่วนที่เป็นศิลปะนั้น ต้องอาศัยลักษณะคุณสมบัติส่วนตัวอันจำเป็นแก่งานประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

๑. มีสามัญสำนึก

๒. มีความสามารถในการจัดระเบียบ

๓. มีการตัดสินใจดี

๔. มีความสามารถในการเข้าใจความคิดของคนอื่น

๕. มีจินตนาการ มีความคิดที่มีเหตุผล

๖. มีจิตใจเฝ้าหาความรู้อยู่เสมอ

๗. มีความคิดใคร่ครวญไตร่ตรอง

๘. มีความอดทนอดุสาหะวีริยะ ไม่ท้อแท้ ทนต่อความผิดหวังได้

๙. มีความพอใจที่จะปรับปรุงทุกอย่างให้ดียิ่งขึ้นโดยไม่หยุดยั้ง

๑๐. เป็นคนมีอารมณ์มั่นคง

๑๑. มีอารมณ์ขัน

๑๒. มีมนุษยสัมพันธ์ดี ชอบอยู่กับคนมาก ๆ

๑๓. มีศิลปะการโน้มน้าวจิตใจคนอื่น

๑๔. มีบุคลิกภาพและอุปลักษณะเป็นที่นับถือและไว้วางใจ

๑๕. มีความรักดีต่อสถาบันที่ตนเป็นผู้แทน

ลักษณะ สตะเวทิน ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ดีไว้ดังต่อไปนี้^{๑๗}

๑. Empathic Listening ต้องเป็นผู้มีความสามารถในการรับฟังผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
 ๒. Counseling Management ต้องให้คำแนะนำได้ อีกทั้งต้องมีความสามารถในการคิดและตัดสินใจได้อย่างฉับพลันและถูกต้อง
 ๓. Imaginative Planning ต้องเป็นผู้มีความสามารถในการวางแผนงาน ดำเนินงานด้วยความไตร่ตรอง มีความสุขุมรอบคอบ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ
 ๔. Persuasive Communication ต้องรู้จักใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจหรือชักชวนให้คนอื่นเห็นด้วย
 ๕. Aware of Social Change ต้องเป็นผู้ที่ไวทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม และสามารถคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง
 ๖. Breadth of Knowledge ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวาง มีความรู้รอบตัวเป็นอย่างดี
 ๗. Moral Commitment ต้องเป็นผู้ที่มีศีลธรรมและคุณธรรมอีกทั้งมีมนุษยสัมพันธ์ดี
 ๘. High Sense of Ethics ต้องเป็นผู้มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ รู้กฎระเบียบปฏิบัติของสังคม รวมทั้งจะต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม
- คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์เหล่านี้ ถือว่ามีความสำคัญ เพราะการประชาสัมพันธ์ต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก นักประชาสัมพันธ์จึงต้องระมัดระวังเพื่อที่จะไม่ประพฤติปฏิบัติให้ผู้ฟังหมดความศรัทธาเชื่อถือ หมดความไว้วางใจ อันจะนำไปสู่ความไม่ศรัทธาในตัวผู้สื่อสารและองค์กร

๒.๑.๑๐ ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์

จากแนวความคิดของนักวิชาการทั้งหลายข้างต้น ถึงแม้จะมีข้อแตกต่างกันอยู่บ้าง แต่แนวความคิดส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากคัทลิป เซ็นเตอร์ และบรูม (Scott M. Cutlip, Allen H.Center, and Glen M. Broom) ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนได้ดังนี้^{๑๘}

๑. การวิจัย (Research) รวบรวมข้อมูลทั้งของประชาชนและภายในองค์กร เพื่อค้นหาปัญหาที่องค์กรต้องการ
๒. การวางแผน (Planning) การนำเอาปัญหาที่ต้องการแก้ไขมาวางแผน กำหนดวิธีการปฏิบัติให้เหมาะสม สอดคล้อง

^{๑๗} ลักษณะ สตะเวทิน, **หลักการประชาสัมพันธ์**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทเฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด, ๒๕๔๒), หน้า ๑๐๑ - ๑๐๒.

^{๑๘} สก็อต เอ็ม. คัทลิป แอลเลน เอช. เซ็นเตอร์ และ เกลน เอ็ม. บรูม (Scott M. Cutlip Allen H.Center & Glen M.Broom) อ้างใน พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์, **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**, หน้า ๑๗.

๓. การสื่อสาร (Communication) การปฏิบัติตามแผนผ่านระบบการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

๔. การประเมินผล (Evaluation) การติดตามประเมินผลเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ หากผลการประเมินปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ไม่ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ก็ปรับแก้ไขแผน เพื่อดำเนินการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ กล่าวคือ หลักการประชาสัมพันธ์ได้จากการค้นคว้าวิจัย และใช้หลักทฤษฎีในวิชาการต่าง ๆ หลายด้าน เป็นการประยุกต์วิชาการหลายแขนงวิชาเข้าด้วยกันที่เรียกว่า สหวิทยาการ (Interdiscipline) ต้องอาศัยความรู้ในทางเทคนิคการสื่อสารหลายประเภทเป็นหลัก จึงถือเป็นการใช้ศาสตร์ที่เป็นศิลปะเพราะว่าทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก โดยเฉพาะการสื่อสารกับบุคคลที่มีการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถปรับตัวให้เข้ากับภาวะการเปลี่ยนแปลง ที่ต้องอ่านปฏิกิริยาตอบกลับ แล้วสนองตอบอย่างรวดเร็วทันที การที่จะทำได้อย่างนี้ก็ต้องอาศัยบุคลิกลักษณะคุณสมบัติ ทักษะ และประสบการณ์ส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์

ความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ขององค์การและสถาบันต่าง ๆ ให้มีภาพพจน์ที่ดี เป็นที่ศรัทธา เลื่อมใส และชักนำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม นอกจากจะอาศัยแนวความคิดเครื่องมือที่ทันสมัยและมีความเหมาะสมแล้ว ยังต้องอาศัยคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถของนักประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณสมบัติที่ดีครบทุกด้านทั้งในด้านคุณสมบัติด้านวิชาการ เช่น ความฉลาด ความรอบรู้ การมีมนุษยสัมพันธ์เป็นต้น และคุณสมบัติส่วนตัว เช่น ความมีคุณธรรม มีความเมตตา มีหลักธรรมในการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ก็จักประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิงพุทธ

๒.๒.๑ หลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้า

พระพุทธเจ้าตรัสรู้เมื่อทรงมีพระชนมายุได้ ๓๕ พรรษา หลังจากที่ได้ตรัสรู้แล้วพระองค์ได้เสด็จไปสู่ป่าอิสิปตนมฤคทายวัน ทรงแสดงพระปฐมเทศนาชื่อว่า “ธัมมจักกัปปวัตตนสูตร” โปรดพระภิกษุปัญจวัคคีย์ทั้ง ๕ จนท่านอัญญาโกณฑัญญะได้บรรลุเป็นโสดาบัน ต่อมาพระภิกษุปัญจวัคคีย์ได้บรรลุพระอรหัตตผล

ระหว่างที่จำพรรษาแรกได้ทรงโปรดพระยสะ บิดา มารดา ภรรยาเก่า สหายของพระยสะชาวเมืองพาราณสี ๔ คน และสหายนอกเมืองพาราณสีอีก จนมีพระสาวกรวม ๖๐ รูปที่ทรงสั่งสอนด้วยพระองค์เองจนบรรลุพระอรหัตตผล และตรัสอบรมสั่งสอนวิธีการอื่น ๆ อีก เพื่อให้พระสาวกเหล่านั้นสามารถอบรมสั่งสอนประชาชนต่อไปได้

จากนั้นทรงส่งพระสาวกทั้ง ๖๐ รูปเหล่านั้น ออกไปประกาศพระศาสนา ส่วนพระองค์เองได้เสด็จไปยังอุรุเวลาเสนานิคม ในระหว่างทางได้โปรดกลุ่มภิกษุวัคคีย์ ๓๐ คนโปรดชฎิล ๓ พี่น้องพร้อมด้วยบริวาร แล้วเดินทางไปกรุงราชคฤห์โปรดพระเจ้าพิมพิสารพร้อมด้วยชาวมคธ ๑๑๐,๐๐๐ คน จนเกิดดวงตาเห็นธรรม

การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในครั้งพุทธกาลพระพุทธเจ้าทรงใช้วิธีการเผยแผ่โดยพระองค์ทรงแสดงเองและส่งพระสาวกไปเผยแผ่ทั่วทุกสารทิศ โดยที่พระพุทธองค์ทรงถือว่าการประกาศพระพุทธศาสนาเป็นงานหลัก เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้พระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองได้ เป็นงานแรกที่พระพุทธองค์ทรงดำริและทรงกระทำแม้กระทั่งลมหายใจสุดท้าย^{๑๙} โดยทรงสั่งสอนพระสาวกจนบรรลุคุณพิเศษ ส่วนมากเป็นพระอรหันต์ทรงตรัสสอนให้มีคุณสมบัติ มีวิธีการ และหลักการที่เหมาะสมทุกด้าน เพื่อให้การเผยแผ่แก่ประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ หลากหลายประการอันเหมาะสมแก่ผู้ฟัง ตามภูมิหลัง ปัญญาความรู้ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี เมื่อจบการสนทนาจึงมักจะได้รับผลตามความมุ่งหมาย คือ ผู้ฟังได้บรรลุผลบรรลุนิพพานบ้าง ได้ดวงตาเห็นธรรมบ้าง เข้าถึงพระรัตนตรัยบ้าง หรือแสดงตนเป็นพุทธมามกะบ้าง แล้วแต่อินทรีย์บารมีของแต่ละบุคคล

ระยะต่อมาเมื่อพระพุทธองค์และเหล่าสาวกได้ช่วยกันประกาศพระพุทธศาสนาไปอย่างกว้างขวางแล้ว พระพุทธองค์จึงแต่งตั้งเอตทัคคะผู้เลิศในด้านการเผยแผ่วิธีนี้คือ

ในส่วนภิกษุ ได้ทรงแต่งตั้งพระปุลณณมานตานีบุตรเป็นยอดเยี่ยมกว่าภิกษุทั้งหลายที่เป็นพระธรรมกถึก^{๒๐} พระมหากัจจายนะเป็นยอดเยี่ยมกว่าภิกษุทั้งหลายผู้อธิบายหัวข้อธรรมที่ย่อให้พิสดาร^{๒๑} พระโสณุกุณฺโฑเป็นยอดเยี่ยมกว่าภิกษุทั้งหลายผู้แสดงธรรมด้วยสำเนียงอันไพเราะ^{๒๒} พระกุมารกัสสปะเป็นยอดเยี่ยมกว่าภิกษุทั้งหลายผู้แสดงธรรมได้อย่างวิจิตรจับใจ^{๒๓}

ในฝ่ายภิกษุณี ทรงแต่งตั้งนางธรรมทินนาเถรีเป็นยอดเยี่ยมกว่าภิกษุณีทั้งหลายที่เป็นพระธรรมกถึก^{๒๔}

ในฝ่ายอุบาสก ทรงแต่งตั้งจิตตคฤหบดีเป็นยอดเยี่ยมกว่าอุบาสกทั้งหลายที่เป็นธรรมกถึก^{๒๕}

^{๑๙} เฒ่าไม้แห้ง-เฒ่าทารก, ฝากไว้กับกาลเวลา, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ตะวันออก, ๒๕๔๖), หน้า ๕๐.

^{๒๐} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๑๙๖/๒๖.

^{๒๑} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๑๙๗/๒๖.

^{๒๒} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๒๐๖/๒๗.

^{๒๓} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๒๐๗/๒๘.

^{๒๔} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๒๓๙/๓๐.

^{๒๕} อัง.เอกก. (ไทย) ๒๐/๒๕๐/๓๑.

ในฝ่ายอุบาสิกา ทรงแต่งตั้งนางขุขุตตราเป็นยอดเยี่ยมกว่าอุบาสิกาทั้งหลายที่เป็นธรรมกถิก ส่วนเอตทัคคะในทางอื่นมิได้ทรงแต่งตั้งไว้ครบทั้ง ๔ บริษัทเหมือนเอตทัคคะในทางเผยแผ่^{๒๖}

พระพุทธองค์ทรงวางหลักการให้พระสาวกผู้ประกาศพระศาสนาปฏิบัติตามหลักโอวาทปาฏิโมกข์ ดังได้ถอดความจากพระบาลีว่า

ขั้นดี คือ ความอดกลั้นเป็นตบะอย่างยิ่ง พระพุทธเจ้าทั้งหลาย ตรัสว่า พระนิพพานเป็นบรมธรรม ผู้ทำร้ายผู้อื่นไม่เชื่อว่าเป็นบรรพชิต ผู้เบียดเบียนผู้อื่นไม่เชื่อว่าเป็นสมณะ การไม่บาปทั้งปวง การทำกุศลให้ถึงพร้อม การทำจิตของตนให้ผ่องแผ้ว นี่คือคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าทั้งหลาย การไม่กล่าวร้ายผู้อื่น การไม่เบียดเบียนผู้อื่น ความสำรวมในปาฏิโมกข์ ความรู้จักประมาณในอาหาร การอยู่ในเสนาสนะอันสงัด การประกอบความเพียรในอธิจิต นี่คือคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าทั้งหลาย^{๒๗}

ทรงให้ภิกษุผู้เผยแผ่พระธรรมถึงภาระในการทำหน้าที่ต้องมีความอดทนอดกลั้นต่อความลำบากทั้งทางกายและจิตใจ ทรงให้โอวาทในข้อที่ไม่ควรกระทำ เช่น การไม่เบียดเบียน การไม่ทำร้ายบุคคลอื่น ไม่ทำบาปทั้งปวง เป็นต้น และข้อที่ควรกระทำ เช่น ความรู้จักประมาณ ในการบริโภคอาหารตามมีตามได้ การอยู่ในที่พักอันเงียบสงบ การหมั่นทำกุศลฝึกจิตให้ผ่องใส เป็นต้น

สรุปได้ว่า พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยพระองค์ก่อน โดยการโปรดพระยสะ บิดา มารดา ภรรยาเก่า และเหล่าสหายของพระยสะ จนเมื่อท่านเหล่านั้นได้บรรลุพระอรหัตผลแล้วก็ทรงตรัสสอนให้มีคุณสมบัติ วิถีการ และหลักการ เพื่อให้การเผยแผ่บรรลุผลสูงสุด และทรงยกย่องเหล่าสาวกที่ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาไปอย่างกว้างขวางโดยการแต่งตั้งเป็นเอตทัคคะผู้เลิศในบรรดาบริษัททั้ง ๔

๒.๒.๒ จุดมุ่งหมายในการสอนของพระพุทธเจ้าที่สำคัญ ๓ ประการ คือ

๑. อภิญญาธรรมเทศนา เพื่อให้ผู้ฟังรู้แจ้งเห็นจริงในสิ่งที่ควรรู้ควรเห็น
๒. สนิทานธรรมเทศนา เพื่อให้ผู้ฟังตรงตามแล้วเห็นจริงได้ ทรงแสดงธรรมอย่างมีเหตุมีผล ที่ผู้ฟังพอตรงตามให้เห็นด้วยตนเองได้
๓. สัปปาฏิหาริย์ธรรมเทศนา เพื่อให้ผู้ฟังได้รับผลแห่งการปฏิบัติตามสมควร ทรงแสดงธรรมมีคุณเป็นอัศจรรย์ สามารถยังผู้ปฏิบัติตามให้ได้รับผลตามสมควรแก่กำลังแห่งการปฏิบัติของตน^{๒๘}

^{๒๖} อจ.เอกก. (ไทย) ๒๐/๒๖๐/๓๒.

^{๒๗} ขุ.ธ. (ไทย) ๒๕/๑๘๔ - ๑๘๕/ ๙๐-๙๑, ที.ม. (ไทย) ๑๐/๙๐/๕๐-๕๑.

^{๒๘} ดูรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๓/๒๔๔/๒๘๙, อจ. ติก. (ไทย) ๒๐/๑๒๖/๓๗๓.

๒.๒.๓ วิธีที่ทรงใช้ในการเผยแผ่

วิธีที่ทรงใช้ในการเผยแผ่ของพระพุทธเจ้ามีหลายวิธีด้วยกัน โดยพระพุทธองค์ทรงเลือกใช้ตามความเหมาะสม ตามสถานการณ์ ตามเหตุปัจจัย ตามกำลังสติปัญญา ตามความพร้อมของผู้ฟัง แต่ที่พบบ่อยพระพุทธองค์ทรงใช้วิธีดังต่อไปนี้ คือ

๑. แบบสนทนา พระพุทธองค์จะทรงเป็นฝ่ายถามนำคู่สนทนาให้เข้าสู่ความเข้าใจหลักธรรม และเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในที่สุด

๒. แบบบรรยาย จะทรงใช้ในที่ประชุมใหญ่ในการแสดงธรรมะประจำวัน ซึ่งมีประชาชนหรือพระสาวกเป็นจำนวนมาก

๓. แบบตอบปัญหา เป็นวิธีการที่ทรงใช้เมื่อมีผู้มาถามปัญหาความสงสัยข้องใจต่าง ๆ การตอบปัญหาพระองค์ทรงสอนให้พิจารณาคุณลักษณะของปัญหา และใช้วิธีตอบที่เหมาะสม ๔ ประการ คือ

ก. **เอกัสมยการณียปัญหา** คือ ปัญหาที่ตอบแสดงยืนยันโดยตรงข้างเดียว ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ถาม เช่น ถามว่า “ตาเป็นของไม่เที่ยงหรือ” ฟังตอบว่า “ถูกแล้ว”^{๒๙} หรือตรัสตอบพระอานนทในเรื่องที่ทูลถามเกี่ยวกับสิ่งที่ภิกษุพึงปฏิบัติ โดยพระอานนททูลถามว่า “พวกข้าพระองค์จึงพึงปฏิบัติในมาตุคามอย่างไร ?”

การไม่เห็น อานนท

เมื่อการเห็นมีอยู่ จะพึงปฏิบัติอย่างไร?

การไม่เจรจา อานนท

เมื่อต้องเจรจา จะพึงปฏิบัติอย่างไร?

พึงตั้งสติไว้ อานนท^{๓๐}

ข. **ปฏิปุจฉาพยากรณ์** คือ ปัญหาที่ควรย้อนถามก่อนแล้วจึงตรัสสอน คือปัญหาที่ผู้ถามถามโดยอาการจะวางเป็นอุบายให้ผู้ตอบพาลดพลัง หรือเป็นปัญหาที่ประสงค์จะลงอุบายผู้ตอบ ปัญหาเช่นนี้ หากตอบโดยตรงทันทีจะเป็นผลร้ายได้ จึงทรงกำหนดให้จำแนกก่อนแล้วให้ตอบเป็นกลาง ๆ อันเป็นการแสดงให้ผู้ถามทราบว่า ผู้ตอบรู้เท่าทัน แต่ก็มีเมตตามากพอที่จะตอบคำถามนี้แก่ผู้ถาม เช่น คำถามว่า “หูก็เหมือนตาหรือ” ฟังย้อนถามว่า “ที่ถามนั้นหมายถึงในแง่ใด” ถ้าเขาบอกว่า “ในแง่เครื่องมือมองเห็น” ฟังตอบว่า “ไม่เหมือน” ถ้าเขาว่า “ในแง่ไม่เที่ยง” ฟังตอบว่า “เหมือน”^{๓๑}

^{๒๙} วจ.จตุกก.อ. (บาลี) ๒/๖๘/๒๐๕-๒๐๖.

^{๓๐} ที.ม. (ไทย) ๑๐/๒๐๓/๑๕๑.

^{๓๑} วจ.จตุกก.อ. (บาลี) ๒/๖๘/๒๐๕-๒๐๖.

ค. วิชัชพยากรณียปัญหา คือ ปัญหาที่ควรจะแยกแยะประเด็นให้ชัดเจน คราวหนึ่ง คณกโมคคัลลานะ ทูลถามพระองค์ว่า “ในเมื่อพระนิพพานมีอยู่ ทางปฏิบัติให้ถึงพระนิพพานก็มีอยู่ และพระพุทธเจ้าผู้สอนก็ดำรงอยู่ แต่เหตุใด พุทธสาวกจึงไม่ถึงนิพพานทุกองค์”

พระพุทธเจ้าตรัสตอบว่า “พราหมณ์ ท่านชำนาญทางไปกรุงราชคฤห์ มิใช่หรือ”
“ใช่”

พระองค์ทรงย้อนต่อไปอีกว่า “ถ้าเช่นนั้น หากมีคนสองคนมาถามทางไปกรุงราชคฤห์ จากท่าน และท่านได้บอกหนทางไปอย่างชัดเจนแล้ว คนคนหนึ่ง จำทางผิดไปกรุงราชคฤห์ไม่ถูก ส่วนอีกคนหนึ่งจำทางไปกรุงราชคฤห์ถูก โดยคนคนเดียว”

พราหมณ์ทูลตอบว่า “ในเรื่องนี้ข้าพเจ้าจะทำได้ ข้าพเจ้าเป็นแต่เพียงผู้บอกทาง”

พระพุทธเจ้าจึงตรัสบอกแก่พราหมณ์อีกว่า “ท่านพราหมณ์ เช่นเดียวกัน ในเมื่อพระนิพพานก็ดำรงอยู่ ทางไปพระนิพพานก็ดำรงอยู่ เราผู้ชักชวนก็ดำรงอยู่ แต่สาวกของเรา อันเราโอวาทสั่งสอนอยู่อย่างนี้ บางพวกเพียงส่วนน้อย ยินดีพระนิพพานอันมีความสำเร็จบางส่วน บางพวกไม่ยินดี เราจะทำอย่างไรได้ ตถาคตเป็นแต่ผู้บอกหนทางให้เท่านั้น”^{๓๒}

ง. รูปนียปัญหา^{๓๓} คือ ปัญหาที่ทรงไม่ตอบ เพราะเห็นว่า เป็นปัญหาที่ไม่มีประโยชน์ หรือยังไม่ถึงเวลาจะรู้ เหมือนอย่างชายถูกลูกศรอาบยาพิษนอนเจ็บอยู่ ก็ควรจะถอนลูกศรในทันที แล้วเยียวยารักษาแผลให้หายเสียก่อน ไม่ใช่มัวไปถามว่า ลูกศรนั้นใครยิงมา ทำด้วยอะไร ขนาดยาว กว้างแคไหนก่อน เป็นต้น ดังนั้นว่า แนะมาลุงกยบุตร เธอทั้งหลายจงทรงจำปัญหาที่เราไม่ตอบ โดยความเป็นปัญหาที่เราไม่ตอบเถิด อะไรเล่าที่เราไม่ตอบ แนะ มาลุงกยบุตร ทิวฐิว่า โลกเที่ยง โลกไม่เที่ยง โลกมีที่สุด โลกไม่มีที่สุด ชีวะอันนั้น สรรพก็อันนั้น ชีวะอย่างหนึ่ง สรรพอย่างหนึ่ง สัตว์หลังจากตายแล้ว มีอยู่ก็มี ไม่มีอยู่ก็มี สัตว์หลังจากตายแล้ว มีอยู่ก็หาไม่ได้ ไม่มีอยู่ก็หาไม่ได้ ดังนี้ เราไม่ตอบ แนะมาลุงกยบุตร เพราะเหตุใด ชื่อนั้นเราจึงไม่ตอบ เพราะชื่อนั้น ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ ไม่เป็นเบื้องต้นแห่งพรหมจรรย์ ไม่เป็นไปเพื่อความเบื่อหน่าย เพื่อความคลายกำหนัด เพื่อความดับ เพื่อความสงบ เพื่อความรู้ยิ่ง เพื่อความตรัสรู้ เพื่อนิพพาน เหตุนี้เราจึงไม่ตอบ^{๓๔}

๔. แบบวางกฎข้อบังคับ โดยใช้วิธีการกำหนดหลักเกณฑ์ กฎและระเบียบข้อบังคับ ให้พระสงฆ์สาวกถือปฏิบัติด้วยความเห็นชอบพร้อมกัน ดังคำว่า สงฆสมุจจตุตถ เพื่อความรับว่าดีแห่งสงฆ์^{๓๕}

^{๓๒} ม.อ. (ไทย) ๑๔/๗๔-๗๗/๗๘-๘๓.

^{๓๓} ดุรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๑๒/๒๙๑, อง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๔๑/๗๐.

^{๓๔} ม.ม. (ไทย) ๑๓/๑๒๒-๑๒๘/๑๓๓-๑๔๑.

^{๓๕} วิ.อ. (บาลี) ๑/๓๙/๒๓๔.

สรุปได้ว่า วิธีการที่ทรงใช้ในการเผยแผ่มีหลายประการด้วยกัน แต่พบว่าวิธีการที่พระพุทธองค์ทรงใช้บ่อยมี ๔ ประการ คือ ๑. แบบสนทนา คือ แบบถามนำ ๒. แบบบรรยาย คือ การแสดงในสถานที่ที่มีผู้คนจำนวนมาก ๓. แบบตอบปัญหา คือ การไขข้อสงสัยของคู่สนทนา และ ๔. แบบวางกฎข้อบังคับ คือ การกำหนดหลักเกณฑ์ กฎระเบียบและข้อบังคับ

๒.๒.๔ แผนการสอนของพระพุทธเจ้า

ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแผนการสอนของพระพุทธเจ้าไปตามลำดับก่อนหลังดังนี้^{๓๖}

๑. วิเคราะห์ผู้ฟัง พระองค์จะทรงศึกษาและเลือกบุคคลอย่างละเอียด จะเห็นได้จากพุทธกิจที่ทรงใช้ เช่น ในเวลาใกล้รุ่งจะทรงตรวจดูสัตว์โลกผู้สมควรได้รับพระกรุณา เป็นต้น

๒. กำหนดรู้บริบทของผู้ฟัง พระพุทธองค์จะทรงกำหนดรู้ถึงคุณลักษณะภูมิหลังของผู้ฟัง เช่น เพศ วัย ฐานะ ความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อม ชุมชน จารีตประเพณี อุปนิสัย ระดับสติปัญญา เป็นต้น

๓. กำหนดเนื้อหาสาระที่จะทรงใช้สอน ขั้นตอนการเลือกธรรมที่จะนำมาสอนนั้น นับว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะกับผู้ฟังย่อมมีความพร้อม มีคุณสมบัติบริบททางสังคมที่ต่างกัน มีอินทรีย์ที่แก่กล้าต่างกัน การกำหนดเนื้อหาสาระที่มีความยากง่ายให้ตรงกับความต้องการของผู้รับฟังย่อมมีผลต่อการรับรู้ธรรมะของผู้ฟังทั้งสิ้น

๔. รูปแบบการนำเสนอ พระพุทธเจ้าทรงมีรูปแบบในการสอนมากมาย เช่น การสนทนา การบรรยาย และการตอบปัญหา เป็นต้น

๕. วิธีการนำเสนอ พระพุทธเจ้าทรงใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น บางครั้งทรงใช้วิธีอุปมาขึ้นเปรียบเทียบ บางครั้งใช้วิธีตอบปัญหา บางครั้งใช้วิธีเล่านิทานประกอบ เป็นต้น

๖. ลดส่วนที่เกินเพิ่มส่วนที่พร่อง การแสดงธรรมของพระพุทธเจ้ามุ่งประโยชน์เกื้อกูลและประโยชน์ต่อชาวโลกโดยอาศัยพระกรุณาธิคุณเป็นที่ตั้ง

๗. การประเมินผล พระพุทธองค์ทรงใช้วิธีการประเมินผลในการแสดงธรรมทุกครั้งเมื่อจบการแสดงธรรมเทศนาแล้วจะเกิดคำว่า อัมมาภิสมโย คือ การได้บรรลุธรรมตามเหตุปัจจัย ส่วนคนที่อยู่ในที่ประชุมนั้นก็จักสามารถบรรลุคุณธรรมมากน้อยต่างกันไปตามความแก่กล้าของอินทรีย์

^{๓๖} พระราชบัญญัติญาณ (ชยวิโส/ไชยวงศ์), “ศึกษารูปแบบและแนวทางการเผยแผ่ธรรมทางสถานีวิชยกระจายเสียงแห่งประเทศไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีการแสดงพระธรรมเทศนาในวันอัมมัสสวนะ ระหว่าง พ.ศ. ๒๕๓๙-๒๕๔๒,” วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๔๘), หน้า ๒๒ - ๒๓.

๘. การติดตามผล พระพุทธองค์จะทรงติดตามผลความคืบหน้าในเรื่องที่ทรงสอนไป เช่น ทรงมอบให้พระสารีบุตรเถระเป็นพระอุปัชฌาย์ให้การอุปสมบทแก่พระราชนัดดาเมื่อแก่ ภายหลังเมื่อพระสารีบุตรนำมาเฝ้า จึงได้ตรัสถามถึงความเป็นไปของพระราชนัดดา ซึ่งพระสารีบุตรก็ทูลว่า พระราชนัดดาเป็นผู้ว่าง่ายสอนง่ายเหลือเกิน เป็นต้น

สรุปได้ว่า แผนการสอนของพระพุทธเจ้าจะพบว่า พระพุทธองค์ทรงมีแผนการสอนเป็นขั้นตอนเริ่มแต่การเลือกบุคคลที่จะทรงสอนว่า มีคุณลักษณะหรือภูมิหลังเป็นอย่างไร แล้วจึงทรงกำหนดเนื้อหาสาระให้เหมาะกับบุคคลนั้น ๆ ทรงมีวิธีการหรือรูปแบบในการนำเสนอมากมาย ทรงลดส่วนที่เกินและเพิ่มส่วนที่ขาดโดยมีพระกรุณาคุณเป็นที่ตั้ง หลังจากดำเนินการสอนแล้วพระพุทธองค์ก็ทรงประเมินผลว่าเกิดประโยชน์มากน้อยเพียงใด และทรงติดตามผลของการปฏิบัติการทุกครั้งไป

๒.๒.๕ กลวิธีและอุปายประกอบการสอน

พระพุทธองค์ทรงใช้วิธีการสอนเพื่อสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจหลักธรรมแล้วยังใช้กลวิธีและอุปายประกอบการสอนอีกมากมาย ในที่นี้พอสรุปได้ดังต่อไปนี้คือ

๑. การยกอุทาหรณ์และการเล่านิทานประกอบ

วิธีการนี้เป็นการทำให้เข้าใจความหมายแห่งธรรมะได้โดยง่าย เช่น ลิงเฝ้าสวน^{๓๗} เรื่องมีอยู่ว่า พระโพธิสัตว์เสวยพระชาติเป็นบัณฑิตได้ตีเตียนฝูงลิงที่ช่วยกันรดน้ำต้นไม้ในพระราชอุทยาน โดยที่ลิงได้พากันถอนต้นไม้ดูรากก่อนจึงรดน้ำ ถ้าต้นไม้ที่มีรากยาวก็จะรดน้ำมาก ถ้าต้นไม้ที่มีรากสั้นก็จะรดน้ำน้อยทำอยู่อย่างนี้ตลอด ๗ วัน ต้นไม้จึงตายหมด ท่านจึงกล่าวว่าผู้ไม่ฉลาดคิด จะทำประโยชน์ แต่ก็ทำประโยชน์ให้เสียไปเหมือนลิงเฝ้าสวน

อีกตัวอย่างหนึ่ง คราวหนึ่ง ยังมีนายพรานจับเอาสัตว์ ๖ ชนิด คือ งู จระเข้ นก สุนัขบ้าน สุนัขจิ้งจอก และลิง มาผูกไว้ด้วยกันโดยเชือกที่เหนียวแน่นแล้วทิ้งไว้ คราวนั้น สัตว์ทั้ง ๖ ก็กระเสือกกระสนไปยังที่อยู่ของตน กล่าวคือ งูจะเลื้อยไปยังจอมหลวง จระเข้จะคลานไปลงน้ำ นกจะบินขึ้นอากาศ สุนัขบ้านจะเดินกลับบ้าน สุนัขจิ้งจอกจะวิ่งไปกินป่าช้า และลิงก็จะกลับเข้าไปในป่า จึงเกิดการดึงดันกันขึ้น สัตว์ที่มีกำลังมากที่สุด ก็สามารถดึงสัตว์ตัวอื่นๆ ติดตามตนไปได้ ในที่สุดแล้วพระองค์จึงตรัสสรุปว่า ภิกษุรูปใดรูปหนึ่งไม่ได้อบรม ซึ่งกายคตาสติก็ฉุนนั้น จักขุย่อมฉุดภิกษุไปในรูปอันน่าพอใจ รูปอันไม่น่าพอใจย่อมเป็นของปฏิกุล อสังวรย่อมเป็นเช่นนี้^{๓๘}

๒. การเปรียบเทียบด้วยข้ออุปมา

วิธีการนี้ช่วยทำให้เข้าใจเรื่องลึกซึ้งที่เข้าใจยากได้ง่ายขึ้น ทรงอธิบายเรื่องนามธรรมอัน

^{๓๗} พุ.ชา.อ. ๒/๔๖/๒๐-๒๑.

^{๓๘} ส.ส.พ. (ไทย) ๑๘/๒๔๗/๒๖๒-๒๖๓.

ละเอียดอ่อนให้ชัดเจนโดยการอุปมา เช่น ภูเขาหินย่อมไม่หวั่นไหวเพราะแรงลมฉันใด บัณฑิตก็ไม่หวั่นไหวเพราะคำนิทาและสรรเสริญฉันนั้น^{๓๙} เป็นต้น

คนเรียนรู้น้อย ย่อมแก่ลง ดุจโคถึก เนื้อของมันเจริญ และปัญญาหาเจริญไม่^{๔๐}

เมื่อดวงอาทิตย์จะขึ้น ย่อมมีแสงเงินแสงทองปรากฏขึ้น เป็นนิมิตมาก่อนฉันใด ความมีมิตรดี ย่อมเป็นเบื้องต้น เป็นนิมิตแห่งการเกิดขึ้นของโพฆณงค์ ๗ ฉันนั้น^{๔๑}

อีกตัวอย่างหนึ่ง ทรงสั่งสอนภิกษุทั้งหลายเกี่ยวกับที่สุดของวิภังคสงสาร โดยทรงยกอุปมาไว้ว่า

สมัยหนึ่ง พระผู้มีพระภาคประทับอยู่ ณ พระเชตวัน ตรัสกับภิกษุทั้งหลายว่า สงสารนี้มีเบื้องต้นและเบื้องปลายรู้ไม่ได้ ที่สุดเบื้องต้น ที่สุดเบื้องปลายไม่ปรากฏแก่เหล่าสัตว์ผู้ถูกอวิชชา กิดขวาง ถูกตัณหาผูกไว้ วนเวียน ท่องเที่ยวไป เปรียบเหมือนบุรุษตัดหญ้า ท่อนไม้ กิ่งไม้ใบไม้ ในชมพูทวีปนี้แล้วรวมเป็นกองเดียวกัน ครั้นรวมกันแล้วจึงมัด มัดละ ๔ นิ้ว วางไว้ สมมติว่านี้เป็นมารดาของเรา นี่เป็นมารดาของมารดาของเรา มารดาของมารดาแห่งบุรุษนั้นไม่พึงสิ้นสุด ส่วนหญ้า ท่อนไม้ กิ่งไม้ ใบไม้ ในชมพูทวีปนี้พึงหมดสิ้นไป ชื่อนั้นเพราะเหตุไร เพราะว่าสงสารนี้มีเบื้องต้นและเบื้องปลายรู้ไม่ได้ ที่สุดเบื้องต้น ที่สุดเบื้องปลาย ไม่ปรากฏแก่เหล่าสัตว์ผู้ถูกอวิชชา กิดขวาง ถูกตัณหาผูกไว้ วนเวียนท่องเที่ยวไป อุปมานี้ฉันใด อุปมาอีกฉันนั้น เธอทั้งหลายเสวยความทุกข์ ได้รับความลำบาก ได้รับความพินาศเต็มป้าเข้าเป็นเวลายาวนาน ดังนั้น เธอทั้งหลายจึงควรเบื่อหน่าย ควรคลายกำหนด ควรเพื่อหลุดพ้นจากสังขารทั้งปวง^{๔๒}

๓. การใช้สื่อธรรมชาติใกล้ตัวเป็นอุปกรณ์ในการสอน

วิธีการนี้พระพุทธองค์จะทรงใช้สื่อธรรมชาติเป็นอุปกรณ์ในการสอน ดังจะยกตัวอย่าง เช่น สมัยหนึ่งพระพุทธเจ้าเมื่อประทับอยู่ในป่าประดู่ลาย ใกล้เมืองโกสัมพี ได้ทรงหยิบใบประดู่ลาย เล็กน้อยใส่กำพระหัตถ์แล้วตรัสถามภิกษุทั้งหลายว่าใบประดู่ลายในพระหัตถ์กับในป่า อย่างไหนจะมากกว่ากัน

ภิกษุทั้งหลายกราบทูลว่า ในป่ามากกว่า พระพุทธองค์จึงตรัสว่า สิ่งทีพระองค์ตรัสรู้แต่ มิได้ทรงสอนเหมือนใบประดู่ลายในป่า ส่วนที่ทรงสั่งสอนน้อยเหมือนใบประดู่ลายในพระหัตถ์และตรัส แสดงเหตุผลในการที่มิได้ทรงสอนทั้งหมดเท่าที่ตรัสรู้ไว้ เพราะสิ่งเหล่านั้นไม่เป็นประโยชน์มิใช่ หลักการดำเนินชีวิตอันประเสริฐ ไม่ช่วยให้เกิดความรู้ถูกต้องนำไปสู่จุดหมายคือนิพพานได้^{๔๓}

^{๓๙} พุ.ธ. (ไทย) ๒๕/๘๑/๕๓.

^{๔๐} พุ.ธ. (ไทย) ๒๕/๑๕๒/๗๙.

^{๔๑} ส.ม. (ไทย) ๑๙/๑๙๓/๑๒๖.

^{๔๒} ส.น. (ไทย) ๑๖/๑๒๔/๒๑๕.

^{๔๓} ส.ม. (ไทย) ๑๙/๑๑๐๑/๖๑๓.

๔. การทำเป็นตัวอย่าง เป็นทำนองสาธิตให้ดู แบบไม่ต้องกล่าวสอน

สำหรับวิธีการนี้พระพุทธองค์จะทรงกระทำให้เป็นแบบอย่างในทำนองสาธิตให้สาวกดู แล้วให้สาวกทำตาม ดังตัวอย่างเช่น เรื่องทรงพยาบาลภิกษุไข้

สมัยหนึ่ง พระองค์พร้อมด้วยพระอานนท์ตามเสด็จ ขณะเสด็จจาริกไปตามเสนาสนะที่อยู่ของพระสงฆ์ ทรงเห็นพระภิกษุรูปหนึ่งเป็นไข้ เป็นโรคท้องร่วง นอนจมกองคูและมูลของตน ไม่มีผู้พยาบาลดูแล จึงเสด็จเข้าไปหา จัดการทำความสะอาด ให้นอนโดยเรียบร้อย เสร็จแล้วประชุมสงฆ์ ทรงสอบถามเรื่องราว แล้วตรัสกับภิกษุสงฆ์ตอนหนึ่งว่า

ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอไม่มีมารดา ไม่มีบิดา ผู้ใดเล่าจะพยาบาลพวกเธอ ถ้าพวกเธอไม่พยาบาลกันเอง ใครเล่าจักพยาบาล ผู้ใดจะพึงอุปัฏฐากเรา ขอให้ผู้นั้นพยาบาลภิกษุไข้เถิด^{๔๔}

๕. การใช้ภาษาในความหมายใหม่

วิธีการนี้เป็นการใช้ภาษาในความหมายใหม่ อันเป็นการเล่นภาษาเล่นคำ เป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ภาษาผสมกับปฏิกิริยา ดังเช่น คำว่า “ยัญ” หมายถึงเครื่องไทยธรรมซึ่งพระองค์ทรงสรรเสริญ มิใช่หมายถึงมหายัญ ๕ ประการของพราหมณ์ ดังที่อุชชยพราหมณ์ทูลถาม พระผู้มีพระภาคว่า แม้ท่านพระโคตมเองก็ทรงสรรเสริญยัญของพวกข้าพเจ้าหรือ เป็นต้น

พระผู้มีพระภาคตรัสว่า เราไม่ได้สรรเสริญยัญไปเสียทุกอย่าง และเราก็ไม่ได้ติเตียนยัญไปเสียทั้งหมด เราไม่สรรเสริญยัญที่มีกิริยา ๑ คือ ยัญที่มีการฆ่าโค ๑ ยัญที่มีการฆ่าแพะ แกะ ๑ ยัญที่มีการฆ่าไก่ สุนัข ๑ ยัญที่ทำให้สัตว์ต่าง ๆ ได้รับความเดือดร้อน ๑ ข้อนั้น เพราะเหตุไร เพราะพระอรหันต์หรือท่านผู้บรรลุนิพพานย่อมไม่เกี่ยวข้องกั้ยัญที่มีกิริยาอย่างนั้น

แต่เราสรรเสริญยัญที่ไม่มีกิริยา คือ นิจจทานและอนุกุลยัญ คือ ยัญที่ไม่มีการฆ่าโค ๑ ยัญที่ไม่มีการฆ่าแพะ แกะ ๑ ยัญที่ไม่มีการฆ่าไก่ สุนัข ๑ ยัญที่ไม่ทำให้สัตว์ต่าง ๆ ได้รับความเดือดร้อน๑ ข้อนั้นเพราะเหตุไร เพราะพระอรหันต์หรือท่านผู้บรรลุนิพพานย่อมเกี่ยวข้องกั้ยัญที่ไม่มีกิริยาอย่างนี้ แล้วตรัสอีกว่า มหายัญที่มีกิริยามากเหล่านั้น คือ อัสวเมธ บุรุษเมธ สัมมาปาสะ วาชเปยยะ นิรัคคะ ไม่มีผลมาก พระอริยะผู้ปฏิบัติชอบ แสวงหาคุณยิ่งใหญ่ ย่อมไม่เกี่ยวข้องกั้ยัญที่มีการฆ่าแพะ แกะ โค และสัตว์ต่าง ๆ แต่พระอริยะผู้ปฏิบัติชอบ แสวงหาคุณยิ่งใหญ่ ย่อมเกี่ยวข้องกั้ยัญที่ไม่มีกิริยา เอื้ออำนวยประโยชน์ ประชาชนบูชาทุกเมื่อ และไม่มีการฆ่าแพะ แกะ โค และสัตว์ต่าง ๆ นักปราชญ์พึงบูชายัญนี้ที่มีผลมาก เพราะเมื่อบูชายัญอย่างนี้ ย่อมมีแต่ความดี ไม่มีความชั่ว ยัญย่อมแพร่หลาย และเทวดาก็เลื่อมใส

๖. การเลือกบุคคลที่จะทรงเผยแผ่

ในการเผยแผ่หลักธรรมของพระพุทธองค์ จักทรงเลือกบุคคลที่เป็นหัวหน้าก่อน แม้ใน

^{๔๔}วิ.ม. (ไทย) ๕/๓๖๕/๒๔๐.

การแสดงธรรมในท่ามกลางพุทธบริษัท เมื่อมีเป้าหมายจะโปรดบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นพิเศษ แต่ก็ไม่ทรงทิ้งบุคคลส่วนมาก ทำให้ทุกคนได้รับประโยชน์ในการฟังธรรมตามกำลังของตน เช่น เมื่อครั้งตรัสรู้ใหม่ ๆ ได้เสด็จไปโปรดปัญจวัคคีย์ ผู้ที่อยู่ใกล้ชิดพระองค์เมื่อครั้งออกแสวงหาธรรมก่อน ข้อนี้พิจารณาได้ทั้งในแง่ที่ปัญจวัคคีย์เป็นผู้ใฝ่ธรรมหรือในแง่ที่เป็นผู้ที่เคยมีอุปการะกันมา หรือในแง่ที่ว่าเป็นการสร้าง ความมั่นใจ ทำให้ผู้เคยเกี่ยวข้องหมดความสงสัยในพระองค์ ตัดปัญหาในการที่ท่านเหล่านั้นอาจไปสร้างความสงสัยขึ้นแก่ผู้อื่นต่อไปด้วย

จากนั้น ก็ได้โปรดสกุลบุตร พร้อมทั้งเศรษฐีผู้เป็นบิดาและญาติมิตร

จากนั้น เมื่อจะเสด็จแคว้นมคธ พระองค์ก็เสด็จไปโปรดขุททิล ๓ พี่น้อง พร้อมทั้งบริวารหนึ่งพัน แล้วนำขุททิลเหล่านี้ผู้เป็นสาวกแล้ว เข้าสู่กรุงราชคฤห์ ประกาศหลักธรรม ได้พระราชทานเป็นสาวกทำให้การประกาศพระศาสนาเป็นไปอย่างกว้างขวางได้โดยง่ายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

๗. การรู้จักจังหวะและโอกาส

วิธีการนี้คือ การรอความพร้อมของผู้รับฟังทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางจิตใจของบุคคลนั้น เช่น เรื่องนายโคบาลชื่อนันทะ^{๔๕} ที่เล่าไว้ว่า เศรษฐีคนหนึ่ง ผู้มั่งคั่งชื่อนันทะหลักหลบลราชภัยไปเป็นคนเลี้ยงโค นำปัญจโครสไปให้อนาถบิณฑิกเศรษฐีเป็นประจำ จนได้พบกับพระพุทธรูปด้วยความศรัทธาในพระพุทธรูป นายนันทะก็ได้ทูลนิมนต์พระองค์ให้เสด็จไปยังที่อยู่ของตน แต่พระพุทธรูปก็ไม่ทรงรับ รอให้ญาณแก่กล้าก่อน และต่อมา พระองค์ทรงทราบว่าเขามีญาณแก่กล้าแล้ว จึงเสด็จไปหาเขา แม้นายนันทะก็ได้นิมนต์แล้วถวายทานตลอด ๗ วัน ในวันที่ ๗ พระพุทธรูปได้ทรงอนุโมทนาแสดงธรรมให้ฟัง เขาได้บรรลุธรรม

๘. การยืดหยุ่นในการสอน

วิธีการนี้ทรงมีความยืดหยุ่นในการสอนตามเหตุปัจจัย คือ ทรงให้การยกย่อง การชม การปลอบประโลม และการโอนอ่อนผ่อนตาม พระพุทธรูปเจ้าทรงตรัสว่า เราย่อมฝึกคนด้วยวิธีละมุนละม่อม บ้าง ด้วยวิธีรุนแรงบ้าง ด้วยวิธีที่ทั้งอ่อนละมุนละม่อม และทั้งรุนแรงปนกันไปบ้าง^{๔๖} ดังที่พระพุทธรูปตรัสกับนายเกสสารเถิกคนฝึกม้า

นายเกสสิฝึกม้า ใช้วิธีฝึกม้า ๔ แบบ คือ แบบนุ่มนวล แบบรุนแรง แบบผสมผสานทั้งสองอย่างและแบบฆ่าทิ้ง ในการฝึกม้า ถ้าตัวไหนเป็นม้าอาชาไนย เป็นม้ารู้ระเบียบวินัย ก็ใช้วิธีนุ่มนวล ถ้าเป็นม้าพยศเกรนนี่ ต้องใช้วิธีรุนแรง จึงจะฝึกได้ แต่ถ้าเป็นม้าที่ฝึกยากสอนยาก บางครั้งดี บางครั้งไม่ดีว่ายากสอนยาก ก็ใช้วิธีผสมผสานรวมกัน เมื่อใช้ทั้ง ๓ วิธีครบแล้ว สอนไม่ได้เลี้ยงไปก็เสียหญ้าและน้ำ เสียเวลาทั้งฆ่าทิ้งเสียฝึกไปก็เปล่าประโยชน์ และนายเกสได้เรียนถามว่า พระองค์เวลาสอนสาวกใช้วิธี

^{๔๕} พุ.ธ.อ. (บาลี) ๒/-/๑๔๙-๑๕๑.

^{๔๖} อัง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๑๑/๒๓๗.

อย่างไรบ้างที่จะถอดพยศสาวกได้

พระพุทธองค์ตรัสตอบว่า เราก้ใช้วิธี ๔ แบบเหมือนกัน คือ วิธีนุ่มนวล (สณฺเหณี วิเนมิ) วิธีรุนแรง (ผรุสฺสณฺปิ เวนมิ) วิธีผสมผสาน (สณฺหผรุสฺสณฺปิ วิเนมิ) และวิธีฆ่าทิ้ง (หนามิ) แต่ในการฆ่าทิ้งของพระองค์ คือ การไม่เกี่ยวข้องด้วยเพราะว่าไม่มีประโยชน์ที่จะทรงสั่งสอน

๙. การลงโทษและการให้รางวัล

สำหรับวิธีการนี้นั้น ในทางวินัยถือว่ามิพบัญญัติแห่งความประพฤติดูอยู่แล้ว ทรงบัญญัติโดยความเห็นชอบร่วมกันของสงฆ์ พร้อมทั้งกำหนดบทลงโทษผู้ละเมิดไว้ สำหรับการตรัสชมของพระพุทธองค์ทรงใช้ในลักษณะการยอมรับคุณความดีของผู้นั้น ให้นั่นใจในการทำความดีของตน ดังที่มีในพระไตรปิฎกที่ว่า ทรงแสดงธรรมในบริษัท ไม่ทรงยอบบริษัท ไม่ทรงรุกรานบริษัท ทรงชี้แจงให้บริษัทเห็นแจ้ง ให้สมาทาน ให้อาจหาญ ให้ร่าเริงด้วยธรรมิกกา^{๔๗}

ตรัสชมพระสุชาต^{๔๘} ดังเรื่องที่เล่าไว้ว่า พระผู้มีพระภาคประทับอยู่ ณ พระเชตวัน ทอดพระเนตรเห็นท่านพระสุชาตกำลังเดินมาแต่ไกล ตรัสกับภิกษุทั้งหลายว่า กุลบุตรนี้ย่อมงามด้วยสมบัติ ๒ ประการ คือ (๑) มีรูปงาม น่าดู น่าชม ประกอบด้วยผิวพรรณงามยิ่งนัก (๒) ได้ทำให้แจ้งประโยชน์ยอดเยี่ยม

ตรัสชมพระลูกณณกุกกัทธิยะ^{๔๙} ดังเรื่องที่เล่าไว้ว่าพระผู้มีพระภาคประทับอยู่ ณ พระเชตวัน ทอดพระเนตรเห็นท่านพระลูกณณกุกกัทธิยะกำลังเดินมาแต่ไกล แล้วตรัสกับภิกษุทั้งหลายว่า เธอทั้งหลายเห็นภิกษุผู้มีผิวพรรณไม่งาม ไม่น่าดู เตี้ย เป็นผู้ถูกภิกษุทั้งหลายดูแคลนที่กำลังเดินมานั้น หรือ เมื่อภิกษุทั้งหลายทูลว่า เห็นพระพุทธเจ้าข้า จึงตรัสว่า ภิกษุนั้นมีฤทธาานุภาพมาก สมบัติที่เธอไม่เคยเข้าเธอก็เข้าได้โดยง่าย และเธอได้ทำให้แจ้งประโยชน์ยอดเยี่ยม

เรื่องทรงตำหนิเตือนพระนันทะ^{๕๐} ดังเรื่องที่เล่าไว้ว่า พระผู้มีพระภาคประทับอยู่ ณ พระเชตวัน ทราบว่า ท่านพระนันทะห่มจีวรที่หุบแล้วหุบอีก หยอตนัยน์ตา และถือบาตรมีสีกาวาว จึงตรัสว่า นันทะ ข้อที่เธอห่มจีวรที่หุบแล้วหุบอีก หยอตนัยน์ตาและถือบาตรมีสีกาวาว ไม่สมควร แก่เธอผู้เป็นกุลบุตรผู้บวชด้วยศรัทธา ข้อที่เธอพึงเป็นผู้อยู่ป่าเป็นวัตร เป็นผู้เที่ยวบิณฑบาตเป็นวัตร เป็นผู้นุ่งห่มผ้าบังสุกุลเป็นวัตร และไม่มุ่งหวังในกามทั้งหลายอยู่อย่างนี้ จึงสมควรแก่เธอผู้เป็นกุลบุตรผู้บวชด้วยศรัทธา

^{๔๗} ม.ม. (ไทย) ๑๓/๓๘๗/๔๘๑.

^{๔๘} ส.นิ. (ไทย) ๑๖/๒๓๙/๓๓๑.

^{๔๙} ส.นิ. (ไทย) ๑๖/๒๔๐/๓๓๒.

^{๕๐} ส.นิ. (ไทย) ๑๖/๒๔๒/๓๓๔.

๑๐. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

พระพุทธองค์ทรงเป็นผู้เลิศด้วยปัญญาไหวพริบสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ด้วยดี ดังจะยกตัวอย่างเช่น คราวหนึ่ง พระเจ้าปเสนทิโกศลเข้าเฝ้าพระพุทธเจ้า ณ เขตวัน หลังจากสนทนาธรรมแล้ว ได้ทูลถามว่าบรรดาคณาจารย์เจ้าลัทธิผู้มีชื่อเสียงทั้งหลาย คือ ปุณณะกัสสปะ เป็นต้น เมื่อถูกพระองค์ถามก็ไม่ปฎิญาณว่าตนได้ตรัสรู้พระอนุตรสัมมาสัมโพธิญาณ เหตุใดพระพุทธเจ้าซึ่งบวชไม่นานและยังมีอายุน้อยจึงกล้าปฎิญาณว่าตนได้ตรัสรู้พระอนุตรสัมมาสัมโพธิญาณ

พระพุทธเจ้าตรัสตอบด้วยไหวพริบปฏิภาณว่า มหาบพิตร มีของอยู่ ๔ อย่าง คือ ที่ไม่ควรดูหมิ่น ของ ๔ อย่างนั้น คือ กษัตริย์ ไม่ควรดูหมิ่นว่ายังทรงพระเยาว์ งูไม่ควรดูหมิ่นว่าตัวเล็ก ไฟไม่ควรดูหมิ่นว่าเล็กน้อย และภิกษุไม่ควรดูหมิ่นว่ายังหนุ่ม เมื่อพระพุทธเจ้าตรัสจบลง พระเจ้าปเสนทิโกศลก็บังเกิดความเลื่อมใสในพระพุทธเจ้าอย่างจริงจังและปวารณาตัวเป็นอุบาสกตลอดชีวิต^{๕๑}

สรุปได้ว่า พระพุทธองค์ทรงมีกลวิธีและอุบายประกอบการสอนมากมายหลายประการ เช่น การยกอุทาหรณ์และการเล่านิทานประกอบ เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายธรรมะได้ง่ายขึ้น การอธิบายเรื่องที่ลึกซึ้งให้เข้าใจง่ายด้วยการอุปมาเปรียบเทียบ การใช้สื่อธรรมชาติใกล้ตัวเป็นอุปกรณ์ในการสอน การทรงทำพระองค์ให้เป็นตัวอย่างแล้วให้ทำตาม การเลือกบุคคลที่จะสอนโดยมุ่งบุคคลที่เป็นหัวหน้าก่อน การรู้จักจังหวะและโอกาสเพื่อรอความพร้อมผู้รับฟัง การยืดหยุ่นในการสอนตามเหตุผลปัจจัยมีการยกย่องและชมและปลอบประโลมของแต่ละบุคคล และประการสุดท้ายพระพุทธองค์ทรงเป็นผู้เลิศด้วยปัญญาสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างดีเยี่ยม

๒.๒.๖ คุณสมบัติของภิกษุผู้เผยแผ่

พระภิกษุผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนานั้น พระพุทธองค์ตรัสสั่งสอน หลักการปฏิบัติต่าง ๆ ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาไว้ดังมีหลักพึงปฏิบัติต่อไปนี้

ก. ประกอบด้วยหลักอปริหานิยธรรม ๗ ประการ^{๕๒}

เป็นหลักธรรมที่สร้างความเจริญให้เกิดขึ้นและยังสกัดกั้นความเสื่อมไม่ให้เกิดขึ้นแก่พระภิกษุผู้เผยแผ่ธรรมดังนี้คือ

๑. หมั่นประชุมกันเนืองนิตย์
 ๒. พร้อมเพรียงกันประชุม พร้อมเพรียงกันเลิกประชุม พร้อมเพรียงกันทำกิจที่สงฆ์จะต้องทำ
 ๓. ไม่บัญญัติในสิ่งที่พระพุทธเจ้าไม่ทรงบัญญัติ ไม่ล้มล้างสิ่งที่พระองค์ทรงบัญญัติไว้
- สมาทานศึกษาอยู่ในสิกขาบททั้งหลายตามที่พระองค์ทรงบัญญัติไว้

^{๕๑} ส.ส. (ไทย) ๑๕/๑๑๒/๑๒๗-๑๒๘

^{๕๒} ดูรายละเอียดใน ที.ม. (ไทย) ๑๐/๑๓๖/๘๒-๘๓, อัง.สตตก. (ไทย) ๒๓/๒๓/๓๗-๓๘.

๔. ภิกษุเหล่าใดเป็นผู้ใหญ่ เป็นสังฆบิดร เป็นสังฆปริณายก เคารพนับถือภิกษุเหล่านั้น เห็นถ้อยคำของท่านว่าเป็นสิ่งที่ควรรับฟัง

๕. ไม่ลู่อำนาจค้นหาคือความอยากที่เกิดขึ้น

๖. ยินดีในเสนาสนะป่า

๗. ตั้งสติระลึกไว้ในใจว่า เพื่อนพรหมจรรย์ทั้งหลายผู้มีศีลงาม ซึ่งยังไม่มา ขอให้มา ที่มาแล้ว ขอให้อยู่ผาสุก

ข. ประกอบด้วยหลักสาราณียธรรม : ธรรมเป็นเหตุให้ระลึกถึงกัน^{๕๓}

หลักธรรมนี้เป็นธรรมเพื่อให้ระลึกถึงกัน รักกัน เคารพกัน มีความสงเคราะห์ ไม่วิวาทกัน มีความพร้อมเพรียงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของภิกษุผู้เผยแผ่ธรรมคือ

๑. ตั้งมั่นเมตตาทายกรรม ในเพื่อนพรหมจรรย์ทั้งหลาย

๒. ตั้งมั่นในเมตตาจริกรรม ในเพื่อนพรหมจรรย์ทั้งหลาย

๓. ตั้งมั่นในเมตตาโมกกรรม ในเพื่อนพรหมจรรย์ทั้งหลาย

๔. สาธารณโมคิ แบ่งปันลาภผลที่ได้มาโดยชอบ

๕. สีสสามัญญตา มีศีลไม่ขาด ไม่ทะลุ ไม่ต่าง ไม่พร้อย

๖. ทัฏฐิสามัญญตา มีความเห็นเพื่อความสิ้นทุกข์โดยชอบอันเดียวกัน

บุคคลผู้อยู่ในฐานะนักเผยแผ่เมื่อปฏิบัติตามหลักธรรมนี้ย่อมทำให้เป็นที่รัก เป็นที่เคารพ เป็นไปเพื่อความสงเคราะห์กัน เพื่อความสามัคคี เพื่อความเป็นอันเดียวกัน

ค. ประกอบด้วยสัปปริสธรรม ๗ ประการ^{๕๔}

ภิกษุผู้เผยแผ่ต้องมีหลักสัปปริสธรรม ดังที่มาในสัตตกนิบาต อังคุตตรนิกาย ว่า

๑. มีธัมมัญญตา เป็นผู้รู้ธรรมะคือหลักการ หลักความจริง เนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสาร รู้แจ้งแทงตลอดในทฤษฎีและปฏิบัติในศาสตร์และศิลป์ของตน

๒. มีอัตถัญญตา รู้จักเนื้อหาสาระ ความหมาย ความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่แน่นอน

๓. มีอัตตัญญตา รู้จักตนเอง รู้ว่าตนคือใคร มีความพร้อมหรือไม่อย่างไร การรู้จักตนเองเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งสามารถรับรู้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และมีวิจารณ์ญาณที่สุขุม รอบคอบ มีเหตุมีผล ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

^{๕๓}ดูรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๓๔/๓๒๑-๓๒๒, อัง.นกก. (ไทย) ๒๒/๑๒/๔๒๗-๔๒๘.

^{๕๔}ดูรายละเอียดใน ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๓๐/๓๓๓, อัง.สตตก. (ไทย) ๒๓/๖๘/๑๔๓-๑๔๕.

๔. มีมัตตัญญูตา รู้จักประมาณ รู้จักความพอดี การสื่อสารบางอย่างหากมากเกินไป ผู้รับสารก็รับไม่ได้ หากน้อยเกินไปก็ไม่เพียงพอ การรู้ประมาณในการสื่อสาร คือไม่ส่งสารซ้ำซากมากเกินไปหรือน้อยเกินไป

๕. มีกาลัญญูตา รู้จักเวลา ผู้ส่งสารต้องรู้จักเวลาในการสื่อสารว่าเวลาไหนควร เวลาไหนไม่ควร รู้จักเลือกเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์และเวลาในขณะนั้น ๆ ได้ดี

๖. มีปริสัณญูตา รู้จักชุมชน รู้จักสังคม ยิ่งรู้จักมากเท่าไร ประสิทธิภาพในการเผยแผ่พระพุทธศาสนายิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น

๗. มีบุคคัลโปรปริญญูตา รู้จักความแตกต่างระหว่างบุคคล ว่าผู้ฟังแต่ละคนแต่ละกลุ่มมีลักษณะ มีจิตอัธยาศัย มีศักยภาพในการรับฟังธรรมมากน้อยเพียงไร

ง. ประกอบด้วยองค์แห่งธรรมกถึก ๕ ประการ^{๕๕}

ภิกษุผู้เผยแผ่ธรรมต้องประกอบด้วยองค์แห่งธรรมกถึก ฟังตั้งธรรม ๕ อย่าง ไว้ในใจ คือ

๑. เราจักกล่าวชี้แจงไปตามลำดับ (อนุพุทฺธิกถ)
๒. เราจักกล่าวชี้แจงยกเหตุผลมาแสดงให้เข้าใจ (ปริยายทสสาว)
๓. เราจักแสดงด้วยอาศัยเมตตา (อนุหยตํ ปฏิจจ)
๔. เราจักไม่แสดงด้วยเหินแกล้ง (น อามิสฺนตาร)
๕. เราจักแสดงไปโดยไม่กระทบตนและผู้อื่น (อตฺตานญจ ปฺรญจ อนุปฺพจ)

เหล่านี้เป็นหลักธรรมที่สำคัญที่พระพุทธเจ้าทรงตรัสสอนพระสาวกผู้ทำหน้าที่เผยแผ่ให้ปฏิบัติตาม ย่อมทำให้สามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ฟังได้อย่างเต็มที่สมตามวัตถุประสงค์ของการเผยแผ่ธรรมได้โดยง่าย

ดังตัวอย่างธรรมที่พระองค์ตรัสไว้ เน้นไปที่บุคคลผู้รับฟังคือว่าภิกษุผู้เผยแผ่ต้องคาดหวังให้ผู้ฟังได้รับผล ๕ ประการ^{๕๖} จากการรับฟัง คือ

๑. ผู้ฟังย่อมได้ฟังสิ่งที่ไม่เคยฟัง
๒. สิ่งใดได้เคยฟังแล้ว แต่ไม่เข้าใจชัด ย่อมเข้าใจสิ่งนั้นชัด
๓. บรรเทาความสงสัยที่มีเสียได้
๔. ทำความเห็นให้ถูกต้องได้
๕. จิตของผู้ฟังย่อมผ่องใส

สรุปได้ว่า พระพุทธองค์ทรงตรัสสอนหลักการที่ภิกษุผู้ทำหน้าที่เผยแผ่พระพุทธศาสนาจะต้องมีหลักธรรมประจำใจที่พึงปฏิบัติ คือ ต้องมีหลักอภิธานิยธรรม ๗ ประการ หลักสาราณีย

^{๕๕} วจ. ปญจก. (ไทย) ๒๒/๑๕๙/๒๖๓.

^{๕๖} วจ. ปญจก. (ไทย) ๒๒/๒๐๒/๓๔๔.

ธรรม ๖ ประการ หลักสัปบุริสธรรม ๗ ประการ และจะต้องมีองค์แห่งพระธรรมลัก ๕ ประการ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำหน้าที่เผยแผ่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ทำให้การเผยแผ่เกิดประโยชน์สูงสุด

๒.๒.๗ หลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้ากับหลักการประชาสัมพันธ์ ของตะวันตก

หลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้านั้น พระองค์ทรงสอนไปตามลำดับ จากเรื่องง่ายไปหาเรื่องยาก จากรูปธรรมที่เห็นได้ง่ายไปสู่เรื่องนามธรรมที่มองเห็นได้ยาก มุ่งเน้นให้คฤหัสถ์ผู้ฟังเกิดความเลื่อมใสมากขึ้นไปตามลำดับ มีจิตอ่อนโยนเหมาะสม ไม่มีนิเวศน์ เพิ่มพูนให้เกิดศรัทธาขึ้นก่อน แล้วจึงสอนหลักธรรมชั้นสูงกระทั่งผู้ฟังได้บรรลุธรรมตามสมควรแก่อินทรีย์บารมีของแต่ละบุคคล ดังจะเห็นได้จากหลักอนุพุทธิกถา ๕ คือ^{๕๗}

๑. ทานกถา เรื่องทาน
๒. สีลกถา เรื่องศีล
๓. สัคคกถา เรื่องสวรรค์
๔. กามาทีนวกถา เรื่องสวรรค์
๕. เนกขัมมานิสังสกถา เรื่องอานิสงส์แห่งการออกจากกาม

สังเกตได้จากการตรัสสอนยสกุลบุตร เมื่อทรงทราบว่าเกิดศรัทธา มีจิตควร อ่อนโยน ปราศจากนิเวศน์ เบิกบานผ่องใส แล้วจึงทรงประกาศพระธรรมเทศนาที่พระองค์ตรัสรู้ กระทั่งยสกุลบุตรบรรลุธรรม พระพุทธองค์จึงประสบความสำเร็จในการประกาศพระศาสนาได้อย่างกว้างขวางในระยะเวลาอันรวดเร็ว เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่าหลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้าสอดคล้องกับหลักการประชาสัมพันธ์ของตะวันตกดังนี้ คือ

๑. การวิจัย การรับฟัง (Research)

ในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาครั้งแรกของพระพุทธเจ้า เพราะทรงมุ่งหวังให้เหล่าสาวกได้รู้ถึงรสทิพย์แห่งพระธรรมที่พระองค์ทรงบรรลุแล้ว จากนั้นทรงนึกถึงเหล่าสัตว์โลกอีกมากมาย จึงหวังจะสั่งสอนให้สัตว์โลกพ้นทุกข์

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับขั้นตอนแรกในการประชาสัมพันธ์คือขั้นตอนของการวิจัยเพื่อหาข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นหรือข้อเท็จจริงก่อน ในขั้นตอนนี้พระพุทธองค์ทรงบรรลุความจริงอันประเสริฐ คือ ทรงค้นพบหลักอริยสัจ ๔^{๕๘} อันได้แก่

- ก. ทุกข์ คือ สภาพที่ทนได้ยากโดยย่อว่า อุปาทานขันธ ๕ เป็นทุกข์^{๕๙}

^{๕๗}วิ.มหา. (ไทย) ๔/๒๖/๓๒.

^{๕๘}ดูรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๓/๓๓๖/๔๐๖.

^{๕๙}วิ.มหา. (ไทย) ๔/๑๔/๒๑.

ข. ทุกขสมุทัย เหตุเกิดทุกข์ ได้แก่ ตัณหา ๓

ค. ทุกขนิโรธ ความดับทุกข์ ได้แก่ ภาวะที่ตัณหาดับสิ้นไปคือนิพพาน

ง. ทุกขนิโรธคามินีปฏิปทา ปฏิปทาที่นำไปสู่ความดับทุกข์ ได้แก่ มรรค ๘ หรือ มัชฌิมาปฏิปทา คือ ทางสายกลาง^{๖๐}

พระพุทธองค์ทรงวิจัยแล้วว่าโลกนี้เป็นกองทุกข์ ทรงมีพระประสงค์จะดับทุกข์ให้สัตว์โลกทั้งหลาย แม้ไม่ถึงขั้นนั้นก็ทรงโปรดสัตว์ทั้งหลายให้ได้รับประโยชน์จากผลแห่งการที่พระพุทธองค์ได้ทรงตรัสรู้ ดังจะเห็นได้จากหลักธรรมประโยชน์ ๓ อย่าง^{๖๑} ดังนี้คือ

๑. ทิฐธัมมิกัตถประโยชน์ คือ ประโยชน์ในชาตินี้ เป็นการอยู่เป็นสุขในชาตินี้
๒. สัมปรายิกัตถประโยชน์ คือ ประโยชน์ในชาติหน้า เป็นการอยู่เป็นสุขในชาติต่อ ๆ ไป
๓. ปรมัตถประโยชน์ คือ ประโยชน์อย่างยิ่ง อันได้แก่การบรรลุพระนิพพาน

๒. การวางแผน (Planning)

พระพุทธองค์จึงทรงวางแผนเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาตามลำดับ ดังนี้

๑. เสาะหาเหล่าสาวกผู้มีบุญและบริวารมาก
๒. อบรมสั่งสอนสาวกเหล่านั้นให้บรรลุธรรมตามอย่างพระพุทธองค์และตรัสสอน

เพิ่มเติม

๓. ส่งสาวกออกเผยแผ่พระพุทธศาสนา ในระยะแรกทรงส่งไป ๖๐ รูป รับสั่งให้ออกเดินทางแยกกันไป เพื่อให้การเผยแผ่ไปทั่วถึงทุกทิศด้วยพระดำรัสว่า

“ภิกษุทั้งหลาย เราพ้นแล้วจากบ่วงทั้งปวง ทั้งที่เป็นของทิพย์ ทั้งที่เป็นของมนุษย์ แม้พวกเธอก็พ้นแล้วจากบ่วงทั้งปวงทั้งที่เป็นของทิพย์ ทั้งที่เป็นของมนุษย์ ภิกษุทั้งหลาย พวกเธอจงจาริกไป เพื่อประโยชน์สุขแก่ชนจำนวนมาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์ อย่าไปโดยทางเดียวกันสองรูป จงแสดงธรรมที่มีความงามในเบื้องต้น มีความงามในท่ามกลางและมีความงามในที่สุด จงประกาศพรหมจรรย์พร้อมทั้งอรรถและพยัญชนะบริสุทธิ์ บริบูรณ์ครบถ้วน สัตว์ทั้งหลายที่มีธุลีในดวงตาน้อยมีอยู่ย่อมเสื่อมเพราะไม่ได้ฟังธรรม จักมีผู้รู้ธรรม ภิกษุทั้งหลาย แม้เราก็จักไปยังตำบลอุรุเวลาเสนานิคม เพื่อแสดงธรรม”^{๖๒}

^{๖๐} พ.ป. (ไทย) ๓๐/๓๐/๔๘๒.

^{๖๑} พ.ญ. (ไทย) ๓๐/๑๔๔/๔๖๔.

^{๖๒} วิ.ม. (ไทย) ๔/๓๒/๔๐.

เมื่อเปรียบเทียบการเผยแผ่พระพุทธศาสนา กับ ขั้นตอนการวางแผนในหลักการ
ประชาสัมพันธ์ จะพบว่า

๑. เมื่อองค์กรทราบปัญหาและความรุนแรงของปัญหาที่จะดำเนินการแก้ไขแล้ว
๒. เตรียมนักประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ ความเข้าใจ เพื่อแก้ไขปัญหา
๓. กำหนดวิธีการปฏิบัติ รายละเอียด กำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมสอดคล้อง

หลักการทั้งหมดที่กล่าวมานี้ตรงกับหลักการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา
ของพระพุทธเจ้า พระพุทธองค์ทรงประกาศพระพุทธศาสนาให้มั่นคงด้วยการอบรมสั่งสอนพระสาวก
ให้รู้แจ้งเห็นจริงตามหลักธรรมที่พระองค์ทรงรู้ทรงเห็น และให้เหล่าสาวกนั้นดำเนินการ
ประชาสัมพันธ์เผยแผ่พระพุทธศาสนาตามที่พระพุทธองค์ทรงดำเนินนโยบายไว้ด้วยการวิจัย และรับ
ฟังปัญหา จากนั้นจึงวางแผนการประชาสัมพันธ์เผยแผ่เป็นลำดับไป

๓. การติดต่อสื่อสาร (Communication)

การติดต่อสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร ๔ ประการ ดังนี้

๓.๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

ในทางทฤษฎีหมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เผย
แผ่ข่าวสาร ต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์จึงจะประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารไป
ถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

คุณสมบัติของพระพุทธองค์ สามารถแยกได้เป็น ๒ ส่วนคือ บุคลิกภาพอย่างหนึ่ง
และคุณสมบัติภายในอันได้แก่คุณธรรมอีกอย่างหนึ่ง

ด้านบุคลิกภาพ

พระพุทธองค์ทรงมีพระลักษณะความสง่างามแห่งพระวรกาย พระสุรเสียงที่โนมน้าว
จิตใจ ตลอดถึงพระบุคลิกลักษณะอันควรแก่ศรัทธาเลื่อมใส ทุกประการดังปรากฏตามบันทึกในคัมภีร์
ต่าง ๆ ว่า

ก) พระวรกายสง่างาม ทรงมีพระมหาปฐิสลักษณ์ ๓๒ ประการ^{๖๓} และพระอนุ
พยัญชนะ ๘๐ ประการ^{๖๔}

ข) พระสุรเสียงไพเราะ และตรัสวาจาสุภาพสละสลวย ตามมหาปฐิสลักษณ์ คือ
แจ่มใส ชัดเจน นุ่มนวล ชวนฟัง กลมกล่อม ไม่พรวด ซึ่ง กังวาน^{๖๕}

^{๖๓}ดูรายละเอียดใน ที.ม. (ไทย) ๑๐/๓๔-๓๕/๑๖-๒๐.

^{๖๔}พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์, (กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์บริษัท สหธรรมิก จำกัด ๒๕๕๓), หน้า ๔๙๒ - ๔๙๔.

^{๖๕}ดูรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๓/๓๘๗/๔๘๑.

ค) พระบุคลิกลักษณะ ทรงมีพระอากัปกิริยามารยาทงดงามน่าเลื่อมใส เพียบพร้อมด้วยความองอาจ สง่างาม ความสงบเยือกเย็น การแสดงธรรมของพระองค์ยังก่อให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลินสุขใจ ชวนให้อยากฟัง อยากใกล้ชิด

ด้านคุณธรรม

ตามแนวพระพุทธคุณ ๓ ประการ^{๖๖} คือ

ก) **พระปัญญาคุณ** เฉพาะที่เกี่ยวกับการสอนจะยกมาแสดง ๒ อย่าง คือ พระทศพลญาณ และพระปฏิสัมภิทา

๑. พระทศพลญาณ^{๖๗} เป็นพระญาณอันเป็นกำลังของพระพุทธเจ้า ๑๐ ประการ เช่น ทรงปรีชาหยั่งรู้ความยิ่งหย่อนของสัตว์ทั้งหลาย คือ รู้ความแตกต่างของบุคคลในระดับสติปัญญาที่พร้อมจะพัฒนาเรียนรู้ธรรม เป็นต้น

๒. พระปฏิสัมภิทา^{๖๘} คือ ปัญญาแตกฉานในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีเฉพาะพระพุทธองค์และพระอรหันต์สาวก ดังนี้

ก. อตถปฏิสัมภิทา ความเข้าใจแจ่มแจ้งในความหมายของถ้อยคำ

ข. อัมมปฏิสัมภิทา ความเข้าใจแจ่มแจ้งในหลักธรรม

ค. นิรุตติปฏิสัมภิทา ความรู้แตกฉานในภาษา

ง. ปฏิภาณปฏิสัมภิทา ความมีไหวพริบปฏิภาณ

ข) **พระวิสุทธิคุณ** ความบริสุทธิ์เป็นพระคุณสำคัญยิ่ง ที่ประชาชนเชื่อถือและเลื่อมใสในพระพุทธเจ้า สามารถมองได้จากลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

๑. พระองค์เองเป็นผู้บริสุทธิ์ หลุดพ้นจากอาสวะกิเลสทั้งปวง ไม่ทำชั่วทั้งทางกาย วาจา ใจ ไม่มีเหตุที่ใครจะยกขึ้นตำหนิได้

๒. ทรงทำได้อย่างที่สอน คือสอนเขาทำอย่างไร พระองค์เองก็ทรงประพฤติปฏิบัติอย่างนั้น เป็นตัวอย่างที่ดีและให้ประชาชนเชื่อมั่นในคำสอนของพระองค์

๓. ทรงมีความบริสุทธิ์พระทัยในการสอน ทรงสอนผู้อื่นด้วยมุ่งหวังประโยชน์แก่เขาอย่างเดียว

ค) **พระมหากรุณาธิคุณ** อาศัยพระมหากรุณาธิคุณ พระพุทธเจ้าจึงได้เสด็จออกประกาศพระพุทธศาสนา โปรดสรรพสัตว์ เสด็จไปสั่งสอนบุคคลต่าง ๆ โดยไม่เห็นแก่ความยากลำบากของพระองค์เอง

^{๖๖} วิสุทธิมหาภูมิภา (บาลี) ๑/- /๑.

^{๖๗} ดุรายละเอียดใน ม.ม. (ไทย) ๑๒/๑๔๘/๑๔๔-๑๔๘, อง.ทสก. (ไทย) ๒๔/๒๑/๔๔-๔๗.

^{๖๘} ดุรายละเอียดใน อง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๗๒/๒๔๒-๒๔๓, ขุ.ป. (ไทย) ๓๑/๓๐/๔๘๗-๔๘๘.

ดังจะเห็นได้จากพุทธกิจ^{๖๙} ที่ต้องปฏิบัติในแต่ละวัน ดังนี้ คือ

๑. ปุพฺพณฺเห ปิณฺทปาทณฺจ เวลาเช้าเสด็จบิณฑบาต เป็นการบำเพ็ญประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วยว่าเป็นโอกาสที่จะได้ทรงแสดงธรรมโปรดด้วย

๒. สายณฺเห ธมฺมทสนฺ เวลาเย็นทรงแสดงธรรมแก่บุคคลต่าง ๆ

๓. ปิโทเส ภิกฺขุโธวาทิ เวลาค่ำทรงประทานโอวาทแก่เหล่าภิกษุสงฆ์

๔. อทฺธมฺรตฺเต เทวปณฺหนิ เทียงคินฺทฺรตตบปัญหาแก่เหล่าเทพเทวดา

๕. ปจฺจุสฺสเวว คเต กาเล ภพฺพาภพฺเพ วิโลกนํ จวนสว่างทรงตรวจพิจารณาสัตว์โลกที่จะสามารถบรรลุธรรมอันควรจะเสด็จไปโปรด

คุณสมบัติทางด้านบุคลิกภาพ ท่าทาง น้ำเสียง กิริยามารยาท และคุณธรรมในด้านปัญญาคุณ วิสุทธิคุณ และพระกรุณาคุณอันไม่มีที่สิ้นสุดเหล่านี้ เป็นคุณสมบัติส่วนพระองค์ที่มีผลต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก เพราะเหล่าสาวกในยุคหลังได้ถือเอาพระองค์เป็นแม่แบบเป็นตัวอย่าง อาศัยแนวทางของพระพุทธองค์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา จนสามารถจรจรโลงพระพุทธศาสนามาตราบเท่าทุกวันนี้

๓.๒ สาร (Message)

ในหลักการประชาสัมพันธ์หมายถึงเรื่องราว ข่าวสาร ที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับ เพื่อให้ผู้รับ รับรู้ เข้าใจ สิ่งที่ต้องการต้องการสื่อสาร

ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา พระพุทธองค์ต้องการถ่ายทอดธรรมะ หลักธรรม คำสั่งสอนซึ่งมีอยู่มากมายดุจใบไม้ในป่า แต่สิ่งที่พระองค์ทรงต้องการสั่งสอนสาวกพุทธบริษัทก็คือ ใบไม้ในกำมือ^{๗๐} หากเปรียบเทียบแล้วก็คือหลักธรรม ๘๔,๐๐๐ พระธรรมชั้น^{๗๑} อันเป็นหลักธรรมที่พระองค์ทรงตรัสสอนหมู่สัตว์ ที่สำคัญ ๆ ได้แก่

๑. อริยสัจ ๔

๒. มรรคมีองค์ ๘

๓. ปฏิจจสมุปบาท

๔. โอวาทปาฏิโมกข์ เป็นต้น

นี้เป็นตัวอย่างพระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า ที่ยกตัวอย่างมาพอสังเขป

^{๖๙} ดูเทียบ ที.ส.อ.(บาลี) ๑/๔/๔๕-๔๗, พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), พุทธวิธีในการสอน, หน้า ๓๕ - ๓๖.

^{๗๐} ดูรายละเอียดใน ส.ม. (ไทย) ๑๙/๑๑๐๑/๖๑๓.

^{๗๑} ว.อ.(บาลี) ๑/ - /๒๗.

๓.๓ ช่องทางในการสื่อสาร (Channel)

การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนานั้น ช่องทางในการสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญในการถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เมื่อครั้งพุทธกาลยังไม่มีสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยเหมือนปัจจุบันนี้ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น พระพุทธองค์ทรงใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยทรงวางแผนล่วงหน้าเอาไว้แล้วเป็นการปฏิบัติการเชิงรุกมุ่งเน้นไปหาประชาชนที่ยังไม่ศรัทธาเลื่อมใสให้เกิดความศรัทธาเลื่อมใส และช่วยกันประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาต่อไป

เมื่อพระพุทธองค์ทรงตรัสรู้ใหม่ ๆ ทรงเสด็จไปโปรดปัญจวัคคีย์ทั้ง ๕ มีพระอัญญาโกณฑัญญะ เป็นต้น เป็นปฐมสาวกเพื่อเป็นประจักษ์พยานในการตรัสรู้ของพระพุทธองค์เอง ต่อมาเมื่อพระพุทธองค์ทรงประสงค์จะประกาศพระพุทธศาสนาให้มั่นคงแพร่หลายไปยังประชาชนส่วนใหญ่จำนวนมาก ๆ จึงทรงใช้วิธีประกาศพระพุทธศาสนาโดยมุ่งไปที่ผู้นำหรือหัวหน้าของประชาชนเหล่านั้นเป็นลำดับแรกก่อน เมื่อผู้นำศรัทธาเลื่อมใสยอมรับนับถือแล้วก็จะเป็นผู้ชักชวนให้ผู้อื่นได้ปกครองยอมรับนับถือตาม เช่น เมื่อครั้งที่ทรงแสดงธรรมโปรดชฎิล ๓ พี่น้อง และทรงแสดงธรรมโปรดพระเจ้าพิมพิสาร เป็นต้น ในคราวที่พระพุทธองค์ทรงส่งพระสาวกจำนวน ๖๐ รูป ไปประกาศพระพุทธศาสนาแล้วพระองค์เสด็จไปยังตำบลอุรุเวลาเสนานิคม ในพระวินัยปิฎก ตอนอุรุเวลาปาฏิหาริยกถาว่าด้วยเหตุการณ์ปาฏิหาริย์ที่ตำบลอุรุเวลา^{๗๒} และเจ้าพิมพิสารสมาคมกถา ว่าด้วยเหตุการณ์และสมาคมของพระเจ้าพิมพิสาร^{๗๓}

๓.๔ ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสารตามหลักการประชาสัมพันธ์ หมายถึง บุคคลหรือองค์การที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน แต่ผู้รับสารในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา หมายถึงหมู่สัตว์โลก มีประชาชนทุกหมู่เหล่า ทุกชาติ ทุกชนชั้นวรรณะ ไม่จำกัดจำนวน ทั้งจำนวนมากและจำนวนน้อย แม้เพียงคนเดียวก็ตาม

ในติกนิบาต บุคคลวรรค ว่าด้วยบุคคล ทรงแสดงธรรมแล้วเปรียบเทียบกับบุคคล ๓ ประเภท^{๗๔} คือ

๑. พวกหนึ่ง ได้เห็นพระตถาคตหรือไม่ก็ตาม ได้ฟังพระธรรมวินัยที่พระตถาคตประกาศแล้วหรือไม่ก็ตาม ย่อมไม่หยั่งลงสู่ความเห็นชอบในกุศลธรรม

^{๗๒} ติรยลละเอียดใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๓๗-๕๔/๔๗-๖๕.

^{๗๓} ติรยลละเอียดใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๕๕-๕๙/๖๕-๗๒.

^{๗๔} อัง.ติก. (ไทย) ๒๐/๒๒/๑๗๐.

๒. พวกหนึ่ง ได้เห็นพระตถาคตหรือไม่ก็ตาม ได้ฟังพระธรรมวินัยที่พระตถาคตประกาศแล้วหรือไม่ก็ตาม ย่อมยังลงสู่ความเห็นชอบในกุศลธรรมได้

๓. พวกหนึ่ง เมื่อได้เห็นพระตถาคต ได้ฟังพระธรรมวินัยที่พระตถาคตประกาศแล้ว จึงยังลงสู่ความเห็นชอบในกุศลธรรมได้

เพราะอาศัยบุคคลประเภทหลังนี้ จึงทรงอนุญาตการแสดงธรรมก็เพราะอาศัยบุคคลประเภทหลังนี้ จึงควรแสดงธรรมแก่บุคคลแม้เหล่าอื่น

ในจตุกกนิบาต ทรงแสดงบุคคล ๔ ประเภทไว้หลายนัย ได้แก่

๑. ในอนุโสตสูตร มีผู้ไปตามกระแส ผู้ไปทวนกระแส ผู้มีภาวะตั้งมั่นและผู้ลอยบาปข้ามถึงฝั่ง^{๗๕}

๒. ในอุคฆฏิตัญญสูตร ว่าด้วยบุคคลผู้เข้าใจได้ฉับพลัน มีอุคฆฏิตัญญ ผู้เข้าใจได้ฉับพลัน วิปจิตัญญ ผู้เข้าใจเมื่อขยายความ เนยยะ ผู้ที่พอจะแนะนำได้ ปทปรมะ ผู้ที่สอนให้รู้เพียงตัวบท^{๗๖}

จักเห็นได้ว่า บุคคลผู้รับสารของพระพุทธเจ้า หมายถึง บุคคลที่พอจะรู้ธรรมและเห็นธรรมได้

๔. การประเมินผล (Evaluation)

ในการประชาสัมพันธ์ จะมีการประเมินผลจากปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) เพื่อนำไปปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน และสรุปผลว่างานประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้วนั้น ได้ผลเป็นอย่างไร

การประชาสัมพันธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา พระพุทธเจ้าทรงใช้วิธีประเมินผลในการแสดงธรรมะทุกครั้ง โดยประเมินผลเป็น ๒ ระดับคือ

๔.๑ ผลจากปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ในระหว่างการแสดงธรรม เช่น เมื่อทรงแสดงธรรมอนุพุทพิกถาแล้ว จะทรงตรวจดูผู้ฟังว่าพวกเขามีจิตอ่อนโยน ปราศจากนิวรณ์ เบิกบาน ผ่องใส จึงจะทรงประกาศธรรม^{๗๗}

๔.๒ ผลหลังจากจบการแสดงธรรม ในการแสดงพระธรรมเทศนาของพระพุทธองค์ในแต่ละครั้งนั้นเมื่อจบการแสดงพระธรรมเทศนาแล้ว ผู้รับฟังพระธรรมเทศนาจะได้รับผลสำเร็จจากการฟังธรรม จะเกิดคำว่า อัมมาภิสมโย คือการได้บรรลุธรรมตามเหตุปัจจัย กลุ่มคนที่อยู่ในที่ประชุมนั้นสามารถบรรลุคุณธรรมมากน้อยต่างกันตามความแก่กล้าของอินทรีย์ เช่น คราวแสดงธรรมโปรด

^{๗๕} วจ.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๕/๗-๙.

^{๗๖} วจ.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๑๓๓/๒๐๒.

^{๗๗} ดุรายละเอียดยใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๓๐/๓๘.

พระเจ้าพิมพิสาร พราหมณ์และคหบดีชาวมคธ ๑๑๐,๐๐๐ คน ได้ดวงตาเห็นธรรม ขณะที่อีก ๑๐,๐๐๐ คน ได้เพียงเข้าถึงพระรัตนตรัยแสดงตนเป็นอุบาสก เป็นต้น^{๗๘}

สรุปได้ว่า พระพุทธองค์จะทรงตรวจดูผลแห่งการแสดงธรรมของพระองค์ในทุกครั้งที่ทรงแสดงธรรม ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้แสดงให้เห็นว่าพระพุทธเจ้าทรงใช้หลักทฤษฎีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาอย่างเป็นขั้นตอน ทรงมีการวิจัย วางแผนล่วงหน้า แล้วจึงทำการสื่อสาร แรกเริ่มพระพุทธองค์ทรงดำเนินการด้วยพระองค์โดยเริ่มบุคคลที่เป็นหัวหน้าก่อน และประเมินผลในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระองค์ทุกครั้งไป

๒.๒.๘ การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา

ดังที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้นนี้ จึงทำให้มีมุมมองใหม่ว่าหลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่พระพุทธเจ้าทรงกระทำนั้นตรงกับหลักการประชาสัมพันธ์ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งนักวิชาการทั้งหลายในด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ได้กล่าวว่า การเผยแผ่ (Publicity) นั้นโดยแท้จริงแล้วเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ต่างหาก เพราะงานเผยแผ่เป็นเพียงหนึ่งในบรรดางานหลาย ๆ อย่างของการประชาสัมพันธ์ เช่น การประกวด การเผยแผ่ การแจ้งความ เป็นต้น ไปยังประชาชนให้เกิดความรู้ความเข้าใจ^{๗๙} ดังที่เมื่อนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ อาทิ รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา ได้กล่าวไว้ว่า “พระพุทธศาสนาใช้วิธีการเผยแผ่หลักธรรมคำสอนไปยังประชาชนด้วยคำพูดและการกระทำอันเป็นสื่ออย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์”^{๘๐}

อย่างไรก็ตาม เมื่อจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจ สร้างความนิยม ให้สาธารณชนรับรู้ สร้างความสัมพันธ์อันดีกระทั้งองค์กรได้รับความยกย่องศรัทธา สร้างสรรค์ความก้าวหน้าแก่สังคม ในที่สุดสังคมก็สนใจ ให้ความร่วมมือและได้รับการสนับสนุนจากประชาชน^{๘๑} ก็ถือว่าเป็นจุดมุ่งหมายในระดับพื้นฐาน หากแต่ถ่วงไปกว่านั้น การประชาสัมพันธ์กลับมีวัตถุประสงค์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ ทำให้ผู้รับมีส่วนร่วมรื้อนำไปปฏิบัติเพื่อผลแก่ผู้ปฏิบัติเองด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอใช้ศัพท์ว่า “การประชาสัมพันธ์” ทับกับศัพท์ “การเผยแผ่” หรือใช้ควบคู่กันไป เช่น “การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนา” หรือ “การประชาสัมพันธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา” เป็นต้น เพื่อเน้นให้ชัดถึงหลักการประชาสัมพันธ์ในบางแห่งของบท

^{๗๘}ดูรายละเอียดใน วิ.ม. (ไทย) ๔/๕๖/๖๗-๖๘.

^{๗๙}ลักษณะ สตะเวทิน, หลักการประชาสัมพันธ์, หน้า ๒๓.

^{๘๐}รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา, การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๕๒), หน้า ๓๙.

^{๘๑}ลักษณะ สตะเวทิน, หลักการประชาสัมพันธ์, หน้า ๑๓.

อนึ่ง กระบวนการประชาสัมพันธ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาอย่างมีระบบ จึงทำให้พุทธศาสนิกชนรับรู้ ศรัทธา ให้ความสนใจ และเข้าร่วมส่งเสริมสนับสนุน จนได้ผลสัมฤทธิ์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาอย่างกว้างขวาง พุทธศาสนิกชนเกิดความเข้าใจศรัทธาในหลักธรรมนำไปปฏิบัติจนได้รับผลตามกำลังสติปัญญาแห่งการปฏิบัติของตน พระพุทธศาสนาจึงได้ประดิษฐานมั่นคงถาวรมาจนกระทั่งถึงทุกวันนี้ ความสำเร็จส่วนใหญ่เริ่มต้นจากคุณสมบัติของพระผู้มีพระภาคเจ้าทั้งด้านบุคลิกภาพ ร่างกาย น้ำเสียง บุคลิกลักษณะ และคุณธรรมภายในคือพระปัญญาคุณ พระวิสุทธิคุณ พระมหากรุณาธิคุณ ประกอบกับการวางแผนการเผยแผ่ในเชิงรุกด้วยพระองค์เอง และการส่งพระสาวกออกไปเผยแผ่ โดยเน้นสั่งสอนบุคคลผู้เป็นหัวหน้าประชาชนให้ศรัทธาก่อนแล้ว บริวารหรือประชาชนผู้เป็นลูกน้องก็จะศรัทธาตาม รวมทั้งการใช้นโยบายเชิงดึงดูดรับแสดงธรรมแก่ประชาชนที่เข้ามาในสำนักวัดหรืออาราม โดยมีกิจกรรมทางพระศาสนาเป็นสื่อกลางสำคัญ ซึ่งพระองค์ทรงกระทำให้ดูเป็นตัวอย่างแล้ว เพื่อให้พระภิกษุสงฆ์รุ่นหลัง ๆ ได้ปฏิบัติตาม ทำให้เกิดมีพุทธศาสนิกชนจำนวนมากรับรู้ ยอมรับและปฏิบัติตามแนวทางคำสั่งสอนของพระผู้มีพระภาคเจ้าตั้งแต่สมัยพุทธกาลจนตราบเท่าทุกวันนี้

จากทฤษฎีหลักการประชาสัมพันธ์และหลักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ เป็นกรอบแนวคิดทฤษฎีและหลักการที่พระธรรมทศนาธร (ทองสุข สุทธิโส) ได้นำมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแผ่พระพุทธศาสนาให้กว้างขวางตามภารกิจหลัก ที่มหาเถรสมาคมได้กำหนดไว้ได้อย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิตของพุทธศาสนิกชนเป็นอย่างดี ตรงตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เผยแผ่พระพุทธศาสนา ที่ต้องการให้ทุกคนได้เรียนรู้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา น้อมนำไปให้เกิดความสนใจเพื่อนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรมนั้น อันจักบังเกิดผลดีเป็นความสุขความเจริญแก่ตนเองและสังคมตามสมควรแก่อุปนิสัยแห่งธรรมที่ตนประพฤติปฏิบัติต่อไป