หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิวัฒนาการของสถาบันสงฆ์ไทย

จากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับพุทธประวัติก็ได้ข้อยุติเป็นที่แน่ชัดว่า พระพุทธศาสนาได้เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศอินเดีย และมิได้เผยแพร่เข้ามายังประเทศไทยโดยตรง หากแต่ได้มีการถ่ายทอดหลักธรรมของพระพุทธศาสนาและประเพณีปฏิบัติของสถาบันสงฆ์ไทยมาจากประเทศศรีลังกา เริ่มตั้งแต่กรุงสุโขทัยเป็นราชธานีเป็นต้นมา ทั้งนี้เนื่องจากในยุคสมัยดังกล่าวพระพุทธศาสนาที่ประเทศศรีลังกาหรือลังกาทวีปมีความเจริญรุ่งเรืองมาก ทำให้พระภิกษุในประเทศไทย พม่า มอญ และกัมพูชา พากันเดินทางไปรับการศึกษาภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติของพระพุทธศาสนาที่ประเทศศรีลังกาด้วยความเลื่อมใสศรัทธา ครั้นเมื่อเดินทางกลับมาแล้วก็ได้ฟื้นฟูปรับปรุงศาสนาในประเทศของตน

สำหรับพระภิกษุไทยชุดแรกที่ไปอุปสมบทใหม่และรับการถ่ายทอดพระพุทธศาสนาที่ประเทศศรีลังกา ได้มาตั้งสำนักอยู่ที่เมือง (จังหวัด) นครศรีธรรมราช และได้ชักชวนพระสงฆ์ชาวศรีลังกามาช่วยกันเทศนาสั่งสอนประชาชนในภาคใต้ และได้เผยแพร่ไปถึงกรุงสุโขทัยอย่างรวดเร็ว ครั้นเมื่อพ่อขุนรามคำแหงต้องการจะฟื้นฟูศาสนาที่กรุงสุโขทัย ก็ได้อาราธนานิมนต์พระสงฆ์จากเมืองนครศรีธรรมราชมาประจำอยู่ที่กรุงสุโขทัย จึงถือว่าพระสงฆ์ไทยคณะที่ไปรับการศึกษาและการปฏิบัติจากประเทศศรีลังกาแล้วดังกล่าวข้างต้น เป็นต้นตำรับหรือต้นแบบของสถาบันสงฆ์ไทยมาจนกระทั่งปัจจุบันนี้

ในขณะที่พระพุทธศาสนาได้เจริญขึ้นในสมัยกรุงสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา ก็ปรากฏว่าพระพุทธศาสนาในประเทศศรีลังกากลับเสื่อมลง ประเทศไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยาจึงได้ส่งสมณทูตไปฟื้นฟูพระพุทธศาสนาที่ประเทศศรีลังกา จนได้มีนิกายสงฆ์ที่เป็นนิกายใหญ่ เรียกว่า "สยามนิกาย" อย่างไรก็ดี การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในสมัยกรุงศรีอยุธยานั้นได้เน้นหนักในเรื่องของการบวชเรียนของเจ้านาย ข้าราชการ และสามัญชน การสร้างพระไตรปิฎกและการสร้างวัด แต่เมื่อใกล้จะสิ้นยุคกรุงศรีอยุธยาปรากฏว่าประชาชนได้มีความเชื่อในเรื่องโชคลาง

และไสยศาสตร์ตามลัทธิพราหมณ์กันมาก เป็นเหตุให้สถานการณ์บ้านเมืองอ่อนแอจนในที่สุดกรุงศรีอยุธยาก็เสียแก่พม่าเมื่อปี พ.ศ. 2310

เมื่อปี พ.ศ. 2325 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกเสด็จขึ้นครองราชย์ต่อจากสมเด็จพระเจ้าตากสิน และได้สร้างกรุงเทพฯ เป็นราชธานีแห่งใหม่แล้ว ก็ได้บำรุงพระพุทธศาสนาให้เจริญรุ่งเรืองมากขึ้น ได้สร้างและปฏิสังขรณ์วัดเป็นจำนวนมาก พระราชาคณะบางรูปที่ถูกออกจากสมณศักดิ์ในสมัยกษัตริย์พระองค์ก่อน ก็ทรงโปรดให้มีสมณศักดิ์ตามเดิมแล้วกลับไปครองพระอารามเดิม ทำให้สถาบันสงฆ์ไทยในยุคนี้กลับคืนสภาวะเข้าสู่ความเป็นระเบียบเรียบร้อยอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ได้มีการประกาศใช้กฎหมายพระสงฆ์เพื่อกวดขันความประพฤติของพระสงฆ์ กับการได้มีการรวบรวมและทำสังคายนาพระไตรปิฎก สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาพระธรรมวินัยของพระสงฆ์ มีการสอนพระปริยัติธรรมในพระบรมมหาราชวังตลอดจนในวังเจ้านายและบ้านข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ทั่วไป สถาบันสงฆ์ไทยจึงได้เริ่มเข้าสู่ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมั่นคงยิ่งขึ้นนับตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา (4: 133-146)

<u>พุทธวิธีและเทคนิคการสอนของพระพุทธเจ้า</u>

เมื่อพระพุทธองค์ตรัสรู้เป็นพระอรหันต์สัมมาสัมพุทธเจ้าแล้ว ทรงดำนึงถึงการที่จะทรงแสดงธรรมโปรดประชาชน ในขั้นแรกพระองค์ทรงลังเลอยู่ว่าจะโปรดดีหรือไม่ เพราะทรงเห็นว่าธรรมที่ทรงค้นพบด้วยการตรัสรู้นั้น เป็นสิ่งอันลึกล้ำ ยากแก่ผู้ที่ยังยึดติดในกามคุณจะรู้ตามได้ แต่ก็ทรงตระหนักในหลักความจริงว่า มนุษย์นั้นแตกต่างจากสัตว์ทั้งปวง มนุษย์เป็นเวไนยสัตว์ คือ สัตว์ที่แนะนำสั่งสอนได้ แต่ถึงกระนั้นมนุษย์ก็ยังมีระดับของความแตกต่างในความพร้อม สติปัญญา ความรู้ความสามารถ พระองค์จึงเปรียบมนุษย์ดังดอกบัว 3 เหล่าที่มีความแตกต่างกันในการเรียนรู้ธรรม ดังนั้นพุทธวิธีและเทคนิคการสอนของพระองค์จึงแตกต่างกันไปตามกาลเทศะและบุคคลที่สั่งสอน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้.-

<u>จุดมุ่งหมายในการสอน</u>

1. สอนเพื่อให้ผู้รับการสอนหรือผู้ฟังรู้จริงในสิ่งที่ควรรู้ควรเห็น ถ้าสิ่งใดที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้แล้วแต่เห็นว่าไม่จำเป็นสำหรับผู้ฟังหรือผู้รับการสอน ก็จะไม่สอนสิ่งนั้น ทรงสอนให้รู้จริงเห็นแจ้งเฉพาะเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

2. สอนเพื่อให้ผู้ฟังตรองตามแล้วเห็นจริงได้ ทรงแสดงธรรมอย่างมีเหตุผลที่ผู้ฟังพอตรองตามให้เห็นด้วยตนเอง

3. สอนเพื่อให้ผู้ฟังได้รับผลแห่งการปฏิบัติตามสมควร ทรงแสดงธรรมะมีคุณเป็นมหัศจรรย์ สามารถยังผู้ปฏิบัติตามให้ได้รับผลตามสมควรแก่กำลังแห่งการปฏิบัติของตน (5: 7-17)

หลักทั่วไปในการสอน

ก. เนื้อหาหรือเรื่องที่สอน

1) สอนจากสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจง่ายหรือรู้เห็นเข้าใจอยู่แล้ว ไปหาสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจได้ยากหรือยังไม่รู้ไม่เห็นไม่เข้าใจ

2) สอนเนื้อเรื่องที่ค่อย ๆ ลุ่มลึกยากลงไปตามลำดับขั้น และความต่อเนื่องกันไปเป็นลำดับ

3) ถ้าสิ่งที่สอนเป็นสิ่งที่แสดงได้ พึงสอนด้วยของจริงให้ผู้เรียนได้ดู ได้เห็นได้ฟังเอง อย่างที่เรียกว่าประสบการณ์ตรง

4) สอนตรงเนื้อหา ตรงเรื่อง คุมอยู่ในเรื่อง มีจุด ไม่วกวน ไม่ไขว้เขว ไม่ออกนอกเรื่องโดยไม่มีอะไรเกี่ยวข้องในเนื้อหา

5) สอนมีเหตุผล ตรองตามเห็นจริงได้

6) สอนเท่าที่จำเป็นพอดีสำหรับให้เกิดความเข้าใจ ให้การเรียนรู้ได้ผล ไม่ใช่สอนเท่าที่ตนรู้หรือสอนแสดงภูมิว่าผู้สอนมีความรู้มาก

7) สอนสิ่งที่มีความหมาย ควรจะเรียนรู้และเข้าใจเป็นประโยชน์แก่ตัวเขาเอง

ข. ตัวผู้รับการสอน

1) รู้ คำนึงถึง และสอนให้เหมาะตามความแตกต่างระหว่างบุคคล

2) ปรับวิธีสอนผ่อนให้เหมาะกับบุคคล แม้สอนเรื่องเดียวกันแต่ต่างบุคคลอาจใช้ต่างวิธีสอน

3) คำนึงถึงความพร้อม ความสุกงอม ความแก่รอบแห่งอินทรีย์หรือญาณของผู้เรียนแต่ละบุคคลเป็นราย ๆ ไป

4) สอนให้ผู้เรียนลงมือทำด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจชัดเจน แม่นยำ และได้ผลจริง

5) การสอนในรูปที่ทำให้มีความรู้สึกว่าผู้เรียนกับผู้สอนมีบทบาทร่วมกันในการแสวงหาความจริง ให้มีการแสดงความคิดเห็นโต้ตอบโดยเสรี

6) เอาใจใส่บุคคลที่ควรได้รับความสนใจพิเศษเป็นราย ๆ ไป ตามควรแก่กาลเทศะและเหตุการณ์

7) ช่วยเหลือเอาใจใส่คนที่ด้อยระดับสติปัญญาหรือมีปัญหา

ค. วิธีการสอน

1) เริ่มต้นการสอนจากสิ่งที่ผู้รับการสอนรู้แล้วหรือมีความสนใจก่อนที่จะเข้าสู่เนื้อหาทางธรรมะ

2) สร้างบรรยากาศในการสอนให้ปลอดโปร่ง เพลิดเพลิน ไม่ให้ตึงเครียด ไม่ให้เกิดความอึดอัดใจ และให้เกียรติแก่ผู้เรียนให้เขามีความภูมิใจในตัวเอง

3) สอนมุ่งเนื้อหาให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในสิ่งที่สอนเป็นสำคัญ ไม่กระทบตนและผู้อื่น ไม่มุ่งยกตน ไม่มุ่งเสียดสีใคร

4) สอนโดยเคารพ คือ ตั้งใจสอน ทำจริงด้วยความรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า มองเห็นความสำคัญของผู้เรียน และงานสั่งสอนนั้น ไม่ใช่สักแต่ว่าทำ หรือเห็นผู้เรียนโง่เขลา หรือเห็นเป็นชั้นต่ำ

5) ใช้ภาษาสุภาพ นุ่มนวล ไม่หยาบคาย ชวนให้สบายใจ สละสลวย เข้าใจง่าย

ลีลาการสอน

การสอนของพระพุทธเจ้าแต่ละครั้งมีคุณลักษณะซึ่งเรียกได้ว่า เป็นลีลาในการสอน 4 ประการ คือ.-

1) อธิบายให้เห็นชัดเจนแจ่มแจ้งเหมือนจูงมือไปดูเห็นกับตา

2) ชักจูงให้เห็นจริง ชวนให้คล้อยตามจนต้องยอมรับและนำไปปฏิบัติ

3) เร้าใจให้แกร่งกล้า บังเกิดกำลังใจ ปลุกให้มีอุตสาหะแข็งขัน มั่นใจว่าจะทำให้สำเร็จได้ ไม่หวั่นระย่อต่อความเหนื่อยยาก

4) ชโลมใจให้เชื่มชื่น ร่าเริง เบิกบาน ฟังไม่เบื่อ และเปี่ยมด้วยความหวัง เพราะมองเห็นคุณประโยชน์ที่ตนจะพึงได้รับจากการปฏิบัติ

รูปแบบวิธีการสอน

1) แบบสนทนา โดยใช้วิธีการถามนำคู่สนทนาเข้าสู่ความเข้าใจธรรมะ และความเลื่อมใสศรัทธาในที่สุด

2) แบบบรรยาย จะทรงใช้ในที่ประชุมใหญ่ในการแสดงธรรมะประจำวัน ซึ่งมีประชาชนหรือสงฆ์เป็นจำนวนมาก

3) แบบตอบปัญหา ในการตอบปัญหาพระพุทธองค์ทรงสอนให้พิจารณาดูลักษณะของปัญหาและใช้วิธีตอบให้เหมาะกัน

4) แบบวางกฎข้อบังคับ โดยใช้วิธีการกำหนดหลักเกณฑ์ กฎ และข้อบังคับให้สงฆ์พึงปฏิบัติ หรือยึดถือด้วยความเห็นชอบพร้อมกัน

เทคนิคการสอน

1) การยกอุทาหรณ์และการเล่านิทานประกอบการสอน ซึ่งช่วยให้เข้าใจความได้ง่าย

2) การเปรียบเทียบด้วยข้ออุปมา ทำให้เรื่องที่ลึกซึ้งเข้าใจยากปรากฏความหมายเด่นชัดออกมาและเข้าใจง่ายขึ้น

3) การทำเป็นตัวอย่างหรือสาธิตให้ดู ซึ่งเป็นการสอนแบบไม่ต้องกล่าวสอน

4) การเล่นภาษา เล่นคำ และใช้คำในความหมายใหม่ ซึ่งเป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ภาษาผสมกับปฏิภาณ

5) การเลือกคนและการปฏิบัติรายบุคคล ได้แก่การเริ่มต้นที่บุคคลซึ่งเป็นประมุขหรือหัวหน้าของชนหมู่นั้น ๆ เพื่อการเผยแพร่พุทธศาสนา

6) การรู้จักจังหวะและโอกาส ได้แก่การรู้จักใช้จังหวะและโอกาสให้เป็นประโยชน์ในการสอนธรรมะอย่างได้ผล

7) ความยืดหยุ่นในการใช้วิธีการ ดังพระพุทธพจน์ที่ว่า "เราย่อมฝึกฝนด้วยวิธีอ่อนละมุนละไมและทั้งรุนแรงปนกันไปบ้าง"

8) กลวิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งต้องอาศัยปฏิภาณ คือความสามารถในการประยุกต์หลัก วิธีการ และกลวิธีต่าง ๆ มาใช้ให้เหมาะสม เป็นเรื่องเฉพาะครั้งเฉพาะคราวไป (6: 31-58)

เราจะเห็นได้ว่า พุทธวิธีและเทคนิคในการสอนของพระพุทธเจ้านั้นเป็นไปตามหลักการทางนิเทศศาสตร์ กล่าวคือ จะทรงตั้งจุดมุ่งหมายในการสอนว่าทรงกำหนดจุดมุ่งหมายแต่ละครั้งเพื่ออะไร แล้วก็ทรงเตรียมเนื้อหาหรือเรื่องที่จะทรงสอนไปตามลำดับความยากง่ายไปพร้อม ๆ กับทรงคำนึงถึงตัวผู้รับการสอนหรือผู้รับสารด้วยว่า เขาจะสามารถเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกอยากเรียนรู้ และสนใจเอาใจใส่มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ วิธีการสอนก็ทรงมีหลากหลายรูปแบบและวิธีการดังกล่าวแล้ว จึงทำให้ในระยะแรกที่ทรงประกาศพระศาสนานั้นมีบุคคลในทุกชั้นวรรณะเลื่อมใสศรัทธาอุปสมบทตามและสามารถบรรลุธรรมเป็นพระอรหันต์จำนวนมาก ดังที่ปรากฏในพุทธประวัติแล้ว และถึงแม้บางคนจะมิได้อุปสมบทก็ตาม แต่ก็ได้น้อมนำหลักธรรมเป็นหลักปรัชญาในการดำเนินชีวิตที่สุขสงบทั้งในระดับ

บุคคล ครอบครัวมาสู่ชุมชนและสังคม ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองทั้งฝ่ายอาณาจักรและศาสนจักรมาโดยตลอด

<u>บทบาทของสถาบันสงฆ์ไทยในการเผยแพร่ธรรมะจากอดีตจนถึงปัจจุบัน</u>

เนื่องจากเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่า คนเป็นทรัพยากรมนุษย์อันมีค่าสำคัญยิ่งของจุดเริ่มแห่งการพัฒนาทั้งปวง และจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาคุณภาพคน ก็คือ การพัฒนาจิตใจ หากสามารถพัฒนาจิตใจของคนส่วนใหญ่ในชาติให้มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว ชุมชนและสังคมแล้ว ก็จะเป็นพื้นฐานนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพประชากร ทั้งนี้ เครื่องมือสำคัญของการพัฒนาจิตใจมนุษย์ ก็คือศาสนานั่นเอง

ประเทศไทยมีศาสนาที่ประชาชนชาวไทยให้ความนับถืออยู่หลายศาสนา ได้แก่ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม ฮินดู และซิกข์ เป็นต้น ทั้งนี้โดยมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ มีองค์พระมหากษัตริย์ทรงเป็นพุทธมามกะและทรงเป็นอัครศาสนูปถัมภก โดยทั่วไปประชาชนไทยส่วนใหญ่ของประเทศมีความเคารพนับถือศาสนาพุทธสืบทอดกันมาเป็นเวลานานแล้ว จากข้อมูลปี 2528 ในจำนวนประชากร 51,795,651 คนนั้น มีผู้นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 95.02 ศาสนาอิสลามร้อยละ 3.83 ศาสนาคริสต์ร้อยละ 0.54 และที่เหลือเป็นศาสนาอื่น ๆ

ในปี 2528 ประเทศไทยแบ่งการปกครองออกเป็น 73 จังหวัด 649 อำเภอ 87 กิ่งอำเภอ 6,452 ตำบล 57,606 หมู่บ้าน ซึ่งปรากฏว่าในปีเดียวกันมีวัดอยู่ทั้งสิ้น 31,939 วัด หรือคิดเป็นร้อยละ 62.8 ของหมู่บ้านทั้งหมด

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของวัดต่อพื้นที่ วัดต่อบ้าน และวัดต่อประชากรแล้ว ประเทศไทยมีวัดในพระพุทธศาสนา 1 วัดต่อพื้นที่ 16.25 ตร.กม. มีวัด 1 วัด ต่อบ้าน 282 หลังคาเรือน และมีวัด 1 วัด ต่อประชากร 1,621 คน

ในด้านศาสนบุคคลนั้นปรากฏว่า มีพระสงฆ์ในพรรษาจำนวน 347,373 รูป และสามเณรอีก 136,426 รูป หรือมีพระสงฆ์ 1 รูป ต่อประชากร 149 คน และสามเณร 1 รูป ต่อประชากร 379 คน อย่างไรก็ดี ในช่วงนอกฤดูกาลเข้าพรรษาจะมีพระสงฆ์และสามเณรในจำนวนที่ลดน้อยลง กล่าวคือ จะมีพระสงฆ์นอกฤดูกาลพรรษาเพียง 150,781 รูป และสามเณร 105,256 รูป เท่านั้น

หากพิจารณาแนวโน้มของจำนวนวัดและพระสงฆ์ในช่วงปี 2526-2528 จะเห็นว่าทั้งวัดและพระสงฆ์มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ คือ ในด้านจำนวนวัดนั้นได้เพิ่มจาก 31,187 วัด ในปี 2526 มาเป็น 31,628 วัดในปี 2527 และเป็น 31,939 วัดในปี 2528 ส่วนจำนวนพระสงฆ์ก็เพิ่มจากจำนวน 267,416 รูป ในปี 2526 เป็นจำนวน 273,277 รูป ในปี 2527 และเป็นจำนวน 347,373 รูป ในปี 2528 ตามลำดับ จึงสามารถกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีวัดในพระพุทธศาสนาอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (2: 4-6)

ดังได้กล่าวแล้วว่า คนไทยส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาพุทธหรือเรียกว่าพุทธศานิกชนนั้น ในปี 2528 เช่นกัน ปรากฏว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 48,926,345 คน แม้ว่าจำนวนและสัดส่วนของพุทธศาสนิกชนไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดมาก็ตาม แต่ก็ไม่สามารถจะเป็นเครื่องชี้ถึงความศรัทธาและความเคารพนับถือในศาสนาพุทธได้ถูกต้องเท่าใดนัก ประเด็นสำคัญจึงอยู่ที่ความเข้าใจ ความสนใจศึกษาหลักธรรมและน้อมนำมาประพฤติปฏิบัติเป็นสำคัญ โดยที่วัดและพระสงฆ์จะมีบทบาทในการเป็นสถานที่และเป็นผู้ถ่ายทอดหลักธรรมให้แก่ประชาชนได้นำไปปฏิบัติ ซึ่งจะประสบผลสำเร็จเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการถ่ายทอดและศรัทธาที่ประชาชนมีต่อวัดและพระสงฆ์

สำหรับหน่วยงานหลักของรัฐซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการศาสนาก็คือ กรมการศาสนา โดยมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการทำนุบำรุงส่งเสริมและการเผยแพร่พระพุทธศาสนา อุปถัมภ์ศาสนาต่าง ๆ ที่ประชาชนชาวไทยในประเทศนับถืออยู่แล้วอย่างเป็นปึกแผ่น และนำหลักธรรมะในพระพุทธศาสนามาเผยแพร่และปลูกฝังให้เป็นหลักศีลธรรมและจริยธรรมของประชาชน สำหรับกิจการทางศาสนาของกรมการศาสนาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่หลักธรรมแก่ประชาชนนั้นมีกิจกรรมที่สำคัญ ๆ ดังนี้ (2: 7-10)

<u>โรงเรียนวัดสอนเด็กก่อนเกณฑ์</u> เป็นการศึกษาสงเคราะห์ที่คณะสงฆ์คือ เจ้าอาวาสวัดต่าง ๆ ร่วมกับกรมการศาสนาจัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นการวางรากฐานในการศึกษาของเด็กเล็กในท้องถิ่นก่อนเข้าเกณฑ์เรียน ปลูกฝังให้เด็กใกล้พระพุทธศาสนา และให้พระภิกษุสามเณรผู้มีความรู้ความสามารถได้ทำคุณประโยชน์ให้แก่ท้องถิ่นของตน อันเป็นการแบ่งเบาภาระผู้ปกครองเด็กในการเลี้ยงดูเด็กก่อนวัยเรียน โดยปรากฏว่า ในปี 2526 มีโรงเรียนวัดสอนเด็กก่อนเกณฑ์อยู่ทั่วประเทศจำนวน 279 แห่ง มีเด็กนักเรียนจำนวน 16,468 คน ต่อมาในปี 2528 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 328 แห่ง และจำนวนเด็กนักเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 18,446 คน

การเผยแพร่ธรรมะโดยพระธรรมทูต นอกจากกิจกรรมสำคัญดังกล่าวแล้ว ยังมีการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ตลอดจนการฟื้นฟูและบำรุงพระพุทธศาสนาโดยพระธรรมทูต ซึ่งได้ออกจาริกปฏิบัติงานในท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วราชอาณาจักร ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายนของทุกปี โดยหัวข้อธรรมะที่พระธรรมทูตใช้บรรยายจะเกี่ยวกับเรื่องศีลธรรม วัฒนธรรม สุขภาพอนามัย สัมมาชีพ สันติสุข ศึกษาสงเคราะห์ สาธารณสงเคราะห์ กตัญญูกตเวทิตาธรรม และสามัคคีธรรม โดยในแต่ละปีจะมีพระธรรมทูตออกจาริกไม่ต่ำกว่า 3,000 รูป

การเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ได้มีการแสดงพระธรรมเทศนา บรรยายธรรม หรือแสดงปาฐกถาธรรมทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ อยู่ทุกเช้าวันอาทิตย์ อีกทั้งทางวัดยังได้จัดพิมพ์หนังสือธรรมะและหนังสือเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาออกเผยแพร่แก่ประชาชนจำนวนมาก โดยในปี 2528 มีการจัดพิมพ์หนังสือต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 1,084,703 เล่ม ในงบประมาณรวม 4,096,735 บาท ซึ่งนับได้ว่ามีการพยายามนำเครื่องมือ เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีส่วนช่วยเสริมสร้างให้การศึกษาและเผยแพร่พระพุทธศาสนาดำเนินไปได้อย่างสะดวกรวดเร็วและแพร่กระจายมากยิ่งขึ้น

การเผยแพร่โดยองค์กรเอกชน นอกเหนือจากกรมการศาสนา ซึ่งดำเนินการเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยตรงแล้ว ก็ยังมีองค์การสมาคมและชมรมต่าง ๆ ที่ได้รับความอุปถัมภ์จากกรมการศาสนา เพื่อดำเนินการเผยแพร่พระพุทธศาสนา เช่น องค์การพุทธศาสนิกสัมพันธ์แห่งโลก มูลนิธิภูมิพโลภิกขุ ชมรมพุทธศาสน์ในสถาบันการศึกษา เป็นต้น ในด้านองค์กรพัฒนาเอกชน ก็ปรากฏว่า ในช่วงปัจจุบันได้มีการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาดำเนินงานด้านการเผยแพร่พระพุทธศาสนากันอย่างเด่นชัดจำนวนมากขึ้น เช่น มูลนิธิธรรมกาย มูลนิธิท่านพุทธทาส เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีองค์กรพัฒนาเอกชนจำนวนไม่น้อย ซึ่งแต่เดิมมุ่งเฉพาะการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ก็ได้เข้าเพิ่มกิจกรรมทางด้านพุทธศาสนาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม เช่น กลุ่มประสานงานศาสนาเพื่อสังคม (กศส.) มูลนิธิศึกษาพัฒนาชนบท (ศพช.) คณะกรรมการศาสนาเพื่อการพัฒนา (ศพพ.) เป็นต้น

องค์กรพัฒนาเอกชนเหล่านี้ นับวันจะเข้มแข็งขึ้น และมุ่งดำเนินการเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างจริงจังและเป็นประโยชน์อย่างชัดเจนมากกว่าแต่ก่อน ซึ่งปรากฏว่ามีโครงการพัฒนาต่าง ๆ ระหว่างองค์กรเหล่านี้กับสถาบันสงฆ์เกิดขึ้นหลายโครงการทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จึงน่าจะให้ความสนใจอย่างมากหากองค์กรพัฒนาเหล่านี้จะเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ธรรมของพระพุทธศาสนามากยิ่งขึ้นในอนาคต

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>บทบาทของวัดในการเผยแพร่ธรรมะ</u> สำหรับพระสงฆ์หรือพระเถระผู้เผยแพร่พระพุทธศาสนาในประเทศไทยในอดีตนั้น ได้ใช้วิธีการเผยแพร่แบบต่าง ๆ โดยจาริก สั่งสอนเพื่อนำธรรมะให้เข้าถึงประชาชนหรือนำประชาชนให้เข้าถึงพระศาสนา จึงได้มีการเรียกการเผยแพร่พระพุทธศาสนาในระยะเริ่มแรกว่าเป็นระยะที่พระสงฆ์ออกไปหาประชาชน

ต่อมาเมื่อการเผยแพร่พระพุทธศาสนาเป็นผลสำเร็จอย่างกว้างขวาง กล่าวคือ ศาสนาพุทธได้ประดิษฐานอย่างมั่นคงในประเทศไทย เกิดมีวัดและพระสงฆ์จำนวนมากกระจายไปทั่วประเทศแล้ว วัดและพระสงฆ์ก็มีบทบาทเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของคนไทยแทบทุกอย่างและในระยะแห่งชีวิตประชาชน วัดได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยและเป็นศูนย์กลางของสังคมไทยทั้งในเมืองและชนบท คนไทยที่เกิดมาถือว่าเป็นชาวพุทธโดยอัตโนมัติ สถาบันสงฆ์ในยุคนี้จึงเป็นที่เคารพนับถือและเชื่อถือของประชาชนทั่วไป แต่ก็ทำให้บทบาทของพระสงฆ์เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ แทนที่จะต้องออกไปเผยแพร่ธรรมะให้เข้าถึงประชาชนดังกล่าวเช่นแต่ก่อนก็เพียงแต่คอยรออยู่ที่วัด คอยให้บริการด้านต่าง ๆ แก่ประชาชนที่เป็นชาวพุทธและมาวัดเพื่อขอรับบริการ พระสงฆ์คอยรับเรื่องราวและพิจารณาปัญหาหรือความทุกข์ของชาวบ้านที่นำมาปรึกษาถึงวัด จึงอาจเรียกบทบาทของพระสงฆ์ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ได้ว่า เป็นระยะที่พระสงฆ์รอรับอาราธนา

ในช่วงระยะเวลาดังกล่าวข้างต้นนี้ ระบบความเชื่อถือและวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ในการเผยแพร่พุทธศาสนาตามความเชื่อ ก็ได้สืบทอดกันต่อมาจนมีการวางรูปแบบหรือแบบฉบับจนกระทั่งได้กลายมาเป็นพิธีกรรมที่ต้องยึดถือตายตัว เพื่อคุณค่าในความศักดิ์สิทธิ์ของความงาม เช่น พิธีการเทศน์ที่ต้องขึ้นนั่งบนธรรมาสน์ ถือคัมภีร์ มีคนอาราธนา และติดกัณฑ์เทศน์ เป็นต้น บทบาทของวัดในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของสังคมไทยในระยะนี้ นอกจากจะเป็นสถานที่อบรมสั่งสอนธรรมะหรือศีลธรรมแก่ประชาชนโดยตรงแล้ว ยังมีบทบาทอื่น ๆ ด้วยอีกหลายประการ สรุปได้ดังนี้.-

1. เป็นสถานศึกษาสำหรับชาวบ้านส่งกุลบุตรมาอยู่รับใช้พระ รับการฝึกอบรมทางศีลธรรมและเล่าเรียนวิชาการต่าง ๆ ตามที่มีสอนในสมัยนั้น
2. เป็นสถานสงเคราะห์ที่บุตรหลานชาวบ้านที่ยากจนได้มาอาศัยเลี้ยงชีวิตอยู่และศึกษาเล่าเรียน ตลอดถึงผู้ใหญ่ที่ขัดสนมาอาศัยเลี้ยงชีพ
3. เป็นสถานพยาบาล ที่แจกจ่ายบอกยาและรักษาผู้เจ็บป่วยตามภูมิรู้ของคนสมัยนั้น
4. เป็นที่พักคนเดินทาง
5. เป็นสโมสรที่ชาวบ้านมาพบปะสังสรรค์หย่อนใจหาความรู้เพิ่มเติม

6. เป็นสถานบันเทิง ที่จัดงานเทศกาลและมหรสพต่าง ๆ สำหรับชาวบ้านทั้งหมด

7. เป็นที่ไกล่เกลี่ยข้อพิพาท เป็นที่ปรึกษา แก้ปัญหาชีวิตครอบครัวและความทุกข์ต่าง ๆ

8. เป็นศูนย์กลางศิลปวัฒนธรรม ที่รวบรวมศิลปกรรมต่าง ๆ ของชาติ ตลอดจนเป็นเสมือนพิพิธภัณฑ์

9. เป็นคลังพัสดุ สำหรับเก็บของใช้ต่าง ๆ ซึ่งชาวบ้านจะได้ใช้ร่วมกันเมื่อมีงานที่วัดหรือยืมไปใช้เมื่อตนมีงาน

10. เป็นศูนย์กลางการบริหารหรือปกครอง ที่กำนันหรือผู้ใหญ่บ้านจะเรียกลูกบ้านมาประชุมกันแจ้งกิจการต่าง ๆ

11. เป็นที่ประกอบพิธีกรรมหรือให้บริการด้านพิธีกรรม อันเป็นเรื่องผูกพันกับชีวิตของทุกคนในระยะเวลาต่าง ๆ

วัดจึงเป็นทุกสิ่งทุกอย่างของสังคมไทย เป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน ส่วนพระสงฆ์ซึ่งเป็นตัวแทนของวัดในบทบาทดังกล่าวแล้วข้างต้นก็กลายเป็นผู้นำทางจิตใจของประชาชน เป็นศูนย์รวมแห่งความเคารพนับถือ ความร่วมมือและความสามัคคี นอกจากนี้ โดยที่พระสงฆ์เป็นผู้ประพฤติธรรม มีความบริสุทธิ์ เป็นผู้เสียสละ บำเพ็ญตนเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยบริสุทธิ์ใจ ตลอดจนความรู้สึกที่ว่าพระสงฆ์เป็นผู้มีสติปัญญารอบรู้วิชาการต่าง ๆ ทุกอย่างเหนือชาวบ้าน สามารถเป็นที่ปรึกษาแนะนำชาวบ้านในปัญหาต่าง ๆ ได้ จึงทำให้พระสงฆ์เป็นที่เคารพเชื่อถือของชาวบ้านอย่างมั่นคงตลอดมา

บทบาทของวัดและพระสงฆ์ที่กล่าวนี้ ได้ยืนยงและมั่นคงมาเป็นเวลานาน จนกระทั่งเมื่อความเจริญแบบตะวันตกเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณ 70-80 ปีที่ผ่านมา ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคมไทยหลายประการ เริ่มจากในสังคมเมืองไปสู่สังคมชนบท ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้บทบาทของพระสงฆ์น้อยลงเป็นลำดับ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่รัฐบาลได้นำสถาบันแบบใหม่ตามแบบตะวันตกเข้ามาแทนที่วัดและสถาบันศาสนา เช่น มีโรงเรียนตามระบบการศึกษาของชาติ มีกิจการสงเคราะห์ของรัฐบาล มีโรงพยาบาล มีโรงแรม สโมสร สถานเริงรมย์ ฯลฯ เป็นต้น ในปัจจุบันวัดและพระสงฆ์จึงมีบทบาทในด้านการสั่งสอนธรรมะ เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ และเป็นที่ฌาปนกิจศพเป็นส่วนใหญ่ (7: 203-210)

016577

ปัญหาและช่องว่างในการเผยแพร่ธรรมะ

ในสภาพสังคมที่สลับซับซ้อนขึ้น มีองค์กรและสถาบันทางสังคมต่าง ๆ เข้ามาทำหน้าที่แทนพระสงฆ์และวัด จนทำให้บทบาทของพระสงฆ์ในปัจจุบันต่อสังคมมีน้อยกว่าสมัยก่อน ความสัมพันธ์ในทางสร้างสรรค์ระหว่างพระกับชาวบ้านมีน้อยลง ประกอบกับหน้าที่หลักของพระสงฆ์คือ เผยแพร่ธรรมะ นำการปฏิบัติ พัฒนา และให้คำปรึกษาแนะนำ ซึ่งงานเผยแพร่ธรรมะนั้นเป็นงานแรกที่พระสงฆ์ทุกรูปจะพึงกระทำ แต่ก็ปรากฏว่าส่วนใหญ่ทำไม่ได้ดี หากสถานการณ์ยังดำเนินไปเรื่อย ๆ เช่นนี้ สักวันหนึ่งพระพุทธศาสนาอาจจะเสื่อมสิ้นไปจากประเทศไทยก็ได้ เพราะศาสนาก็เหมือนกับสถาบันสังคมทั้งหลายย่อมมีไว้เพื่อบริการสังคมในด้านใดด้านหนึ่ง ถ้าศาสนาหรือผู้เกี่ยวข้องในวงการศาสนาไม่สามารถจะบริการสังคมได้ หรือสังคมไม่ต้องการศาสนาก็อาจจะถูกลืมและหายไปในที่สุด แม้ว่าพระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าจะเป็นสัจธรรมอยู่คู่โลกก็ตาม พระพุทธศาสนาเคยเจริญรุ่งเรืองอยู่ในหลาย ๆ ประเทศในเอเชีย แต่เวลานี้ ในบางประเทศเกือบไม่มีพุทธศาสนาอยู่เลย ในบางประเทศก็กำลังเสื่อมโทรมลง ฉะนั้นเราจึงควรจะทราบถึงปัญหาและช่องว่างในการเผยแพร่ธรรมะ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงกันต่อไป สำหรับประเด็นสำคัญดังกล่าว (8: 65-66) คือ

1. การเผยแพร่หลักธรรมะของพุทธศาสนายังไม่มีประสิทธิภาพพอ เนื่องจากพระภิกษุ สามเณร หรือผู้นำทางศาสนา ยังขาดความรู้และทักษะที่เพียงพอในการเผยแพร่ธรรมะ ขาดเครื่องมือสื่อการสอนที่น่าสนใจ ภาษาที่ใช้ไม่เป็นที่เข้าใจสำหรับประชาชน อีกทั้งยังมีความขาดแคลนพระภิกษุ สามเณรผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตชนบท

2. ขาดองค์กรกลางระดับชาติที่รับผิดชอบในการฝึกอบรม และส่งเสริมพระวิทยากรให้มีความรู้ ความสามารถ และการบริหารงานของคณะสงฆ์ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการศึกษาและการเผยแพร่พระพุทธศาสนา

3. ศาสนสถานบางแห่งไม่เป็นศูนย์กลางด้านการพัฒนาของชุมชนเท่าที่ควร และไม่เป็นสถานที่ชักจูงให้ศาสนิกชนเข้าไปศึกษาอบรมปฏิบัติธรรม ทำให้ประชาชนเหินห่างจากศาสนามากขึ้น

4. ผู้บริหารงานคณะสงฆ์และพระภิกษุสามเณรที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ศาสนาและการพัฒนาจิตใจ ไม่ทราบว่ามีแผนพัฒนาจิตใจในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 5 และฉบับที่ 6) และไม่ทราบสาระสำคัญของแผน จึงไม่สามารถพัฒนาจิตใจประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายของแผนที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังทำให้ขาดการประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

5. พระภิกษุสามเณรจำนวนไม่น้อยมุ่งเน้นการพัฒนาทางวัตถุมากเกินไป มีการเรี่ยไรทำบุญสร้างวัตถุมากเกินจำเป็น ทำให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไม่เกิดประโยชน์ต่อการเผยแพร่ธรรมะ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญของการพัฒนาจิตใจ ทำให้บทบาทของวัดและพระสงฆ์ในด้านการพัฒนาจิตใจลดน้อยลงมาก

นอกจากปัญหาและช่องว่างในการถ่ายทอดธรรมะดังกล่าวข้างต้น สถาบันสงฆ์ไทยยังประสบกับปัญหาด้านอื่นอีกหลายประการที่มีส่วนทำให้เป็นอุปสรรคในการเผยแพร่ธรรมะ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้ (9: 151) .-

6. ความไม่เข้าใจในหลักพุทธศาสนาที่แท้จริงของชาวไทยพุทธส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นชาวพุทธแต่เพียงชื่อหรือตามสำมะโนครัว จึงเกิดมีปัญหาในการตีความหมายของธรรมะ

7. ชาวไทยจำนวนมากซึ่งได้รับการศึกษาแบบตะวันตกมักจะตำหนิและวิจารณ์ศาสนาพุทธในประเทศไทยตามแนวที่ชาวตะวันตกได้ทำมาแล้ว โดยไม่คำนึงว่าการวิจารณ์เช่นนั้นมีเหตุผลที่จำเป็นจริงหรือไม่ จึงทำให้เกิดความเสียหายแก่สถาบันสงฆ์ไทยในส่วนรวม

8. วัฒนธรรมและอารยธรรมตะวันตกได้มีบทบาทมากขึ้นในสังคมเมืองซึ่งเป็นเหตุให้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีคลายบทบาทลงไปมาก และมีผลกระทบไปถึงบทบาทของสถาบันสงฆ์ไทยด้วย

9. สถาบันสงฆ์ไทยในสังคมเมืองได้รับการวิจารณ์ว่าพระสงฆ์ไม่ได้มีประโยชน์แก่สังคม มีบทบาทเฉพาะแต่ในด้านการประกอบพิธีกรรมอย่างเดียว

10. มีพระสงฆ์บางรูปก่อความเสื่อมเสียแก่หมู่สงฆ์ส่วนใหญ่ โดยปฏิบัติผิดพระธรรมวินัย ทำให้ประชาชนคลายศรัทธาต่อสถาบันสงฆ์ไทยโดยส่วนรวมไปด้วย

11. ปัญหาจากการที่มีผู้พยายามทำลายสถาบันสงฆ์ไทยทั้งทางตรงและทางอ้อมหรือทั้งที่โดยเจตนาและไม่เจตนา

12. ปัญหาความล้าสมัยในการศึกษาของพระสงฆ์ซึ่งยังล้าหลังและไม่ทันสมัย

13. ปัญหาการปกครองของคณะสงฆ์ที่ล้าสมัยและไม่ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม

14. ปัญหาทางการเมืองซึ่งเข้ามาเกี่ยวข้องกับสถาบันสงฆ์ไทยโดยนักการเมือง

15. ปัญหาผู้แสวงหาผลประโยชน์จากพระศาสนา

<u>บทบาทการเผยแพร่ธรรมะตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6</u>

ผลของการพัฒนาทางสังคมในอดีตจนถึงปัจจุบันนั้น อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยประสบผลสำเร็จอย่างน่าพอใจยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเชิงปริมาณ แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะเห็นว่าแนวทางพัฒนาสังคมที่ผ่านมานั้นมีจุดเน้นแต่ทางด้านปริมาณหรือทางวัตถุเท่านั้น โดยละเลยความสนใจในด้านคุณภาพหรือการพัฒนาจิตใจ การพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ตลอดจนการละเลยการพัฒนาคุณภาพของคน ดังนั้นแนวทางการพัฒนาสังคมไทยในระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) จึงได้ปรับแนวทางจากการพัฒนาส่วนรวมมาให้ความสำคัญของคนในระดับพื้นฐาน คือ ระดับคน ครอบครัว และชุมชน ซึ่งเป็นส่วนย่อย แต่เป็นสถาบันหลักของสังคมเพิ่มขึ้น โดยปรับแผนงานให้เหมาะสมขึ้นจาก "แผนพัฒนาสังคม" มาเป็น "แผนพัฒนาคน สังคม และวัฒนธรรม" เพื่อให้ครอบคลุมทั้งระบบมากขึ้น

วัตถุประสงค์หลัก ๆ ของแผนงานนี้แบ่งเป็น 2 ระดับ ระดับแรกเป็นเรื่องระดับบุคคล คือ ต้องการจะพัฒนาคุณภาพของคนในสังคมให้สูงขึ้น รวมทั้งให้มีความรู้ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

ส่วนอีกระดับหนึ่งเป็นเรื่องของสังคมส่วนรวม โดยหวังให้เกิดสังคมที่ก้าวหน้าสงบสุขมีความเป็นธรรม รวมทั้งธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ค่านิยม และวัฒนธรรมที่ดีของชาติ

ดังนั้น คนทุกคนในสังคมจะเป็นกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาในแผนงานนี้ โดยกำหนดแนวทางไว้ว่า จะพัฒนาให้เป็นคนดีมีความรู้ มีความสามารถทั้งทางด้านวิชาชีพ ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง และมีบทบาทในการพัฒนาสังคมส่วนรวม

ขณะเดียวกันก็จะเสริมสร้างความมีระเบียบ วินัย เคารพกฎหมาย พัฒนาจิตใจให้มีคุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนสนับสนุนการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือสังคมต่อไป โดยจัดทำเป็นแผนงานพัฒนาจิตใจและวัฒนธรรมขึ้นเฉพาะ ซึ่งเป็นแผนงานหนึ่งในกลุ่มแผนงานพัฒนาคุณภาพคนและแรงงาน

แผนงานพัฒนาจิตใจและวัฒนธรรมนี้ จะเน้นการสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม ขยันขันแข็ง พึ่งตัวเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี รวมทั้งการทำนุบำรุงและธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมแห่งชาติ ทั้งนี้ รัฐจะส่งเสริมการเรียนรู้ การเผยแพร่ และการปฏิบัติตามหลักธรรม

ทางศาสนา ฟื้นฟูอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมของชาติ ส่งเสริมให้มีการดำรงชีวิต โดยใช้คุณธรรม 4 ประการ และค่านิยมพื้นฐาน 5 ประการเป็นหลัก ให้ลดอบายมุข ทั้งปวง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (10: 91-93)

แผนพัฒนาจิตใจของประชาชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ที่เรียกว่า "แผนงานพัฒนาจิตใจและวัฒนธรรม" นี้ แบ่งออกเป็นหัวข้อย่อย ๆ 4 หัวข้อ คือ.-

1. วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในสังคมในการพัฒนาจิตใจให้เกิดจิตสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม ขยันขันแข็ง พึ่งตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี ร่วมมือร่วมใจกันในการทำงาน ตลอดจนทำนุบำรุงและธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมแห่งชาติ เพื่อเป็นฐานอันสำคัญที่รักษาไว้ซึ่งความมีเอกภาพ ความรัก ความหวงแหนประเทศ ความสามัคคี ความสงบสุข และความเจริญก้าวหน้าของคน สังคม และประเทศชาติ

2. เป้าหมาย

ก. ให้ศาสนธรรมเป็นหลักในการพัฒนาจิตใจโดยเน้นคุณธรรม 4 ประการ ตามพระบรมราโชวาทฯ ค่านิยมพื้นฐาน 5 ประการ และการลดละอบายมุขเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และการปฏิบัติหน้าที่การงานอย่างมีประสิทธิภาพและให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ข. ให้มีหมู่บ้านที่ปลอดจากอบายมุข มีความสงบสุข เจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าทั้งทางโลกและทางธรรมให้แพร่กระจายออกไปครอบคลุมพื้นที่ทั้งในเมืองและชนบท

ค. ให้มีการดำรงรักษา ฟื้นฟูและพัฒนาซึ่งโบราณสถานที่สำคัญ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงาม ตลอดจนเอกลักษณ์แสดงถึงความเป็นไทยทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น

3. แนวทาง

ก. ส่งเสริมปลูกฝังศีลธรรมและจริยธรรม ค่านิยมอันดีงามของไทยที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศ

ข. ส่งเสริมการเรียนรู้ การเผยแพร่และการปฏิบัติตามหลักธรรมทางศาสนา

ค. ฟื้นฟู อนุรักษ์ พัฒนาขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อธำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่ดีงามของไทย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. มาตรการ

ก. ฝึกอบรมเข้าปฏิบัติและสอดแทรกเรื่องการพัฒนาจิตใจด้านคุณธรรมและค่านิยมไว้ในหลักสูตรการศึกษา อบรม ทั้งในและนอกระบบ รวมทั้งผู้บริหารการศึกษา โดยเน้นการประหยัด อดออม และนิยมไทย การพึ่งตนเอง ขยันหมั่นเพียรและมีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัยและเคารพกฎหมาย ปฏิบัติหน้าที่อันพึงมีต่อชาติ ศาสน์ กษัตริย์

ข. ให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องให้บริการด้านการพัฒนาจิตใจในระดับครอบครัว รวมทั้งผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดความอบอุ่นและความมั่นคงภายในครอบครัว

ค. ให้หน่วยงานของรัฐ สถาบันทางสังคมต่าง ๆ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้นำกลุ่มต่าง ๆ ร่วมมือกันดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้สื่อทุกประเภท เพื่อการพัฒนาจิตใจและศิลปวัฒนธรรมของชาติทุกสาขา

ง. ส่งเสริมบทบาทของศาสนสถานให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาจิตใจและศิลปวัฒนธรรมของชุมชน โดยเน้นบทบาทของพระภิกษุ นักบวชในศาสนาอื่น ๆ ตลอดจนผู้นำทางศาสนาให้เป็นผู้นำในการฝึกอบรม พร้อมทั้งให้มีการปรับปรุงและกระจายอำนาจการบริหารงานของคณะสงฆ์ให้มีความคล่องตัวและเอื้ออำนวยต่อการศึกษา เผยแพร่ และให้คณะสงฆ์ได้ดำรงมั่นคงในพระธรรมวินัยส่งเสริมศาสนศึกษาทุกระดับชั้นสำหรับพระภิกษุ สามเณร และขยายการดำเนินงานของพระธรรมทูต ตลอดจนส่งเสริมการประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างบ้าน ศาสนสถาน และโรงเรียน

จ. ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงาน ก.พ. สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย สภาสตรีแห่งชาติ ขยายการผลิตวิทยากรและพระภิกษุวิทยากรทางด้านการพัฒนาจิตใจหรือจริยธรรม

ฉ. ให้กระทรวง ทบวง กรมและรัฐวิสาหกิจ ดำเนินการฝึกอบรมการพัฒนาจิตใจแก่ข้าราชการ พนักงานทุกระดับ เน้นระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติเกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ประชาชน โดยประสานงานกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดหลักสูตร วิธีการและวิทยากรฝึกอบรม พร้อมทั้งหาทางยกย่องส่งเสริมสถาบันและตัวบุคคลที่ดำเนินการ หรือประพฤติปฏิบัติด้านการพัฒนาจิตใจตามครรลองคำสอนทางศาสนา

ช. ให้มีการปรับปรุงการประสานงานและการร่วมรับภาระระหว่างหน่วยงานของรัฐ เอกชน ชุมชน และครอบครัวในการส่งเสริมการพัฒนาจิตใจ การปลูกฝังศาสนธรรม การอนุรักษ์และการพัฒนาวัฒนธรรมทางวัตถุ

ซ. ปรับปรุงการศึกษาศิลปวัฒนธรรมของชาติในส่วนภูมิภาคให้กว้างขวางขึ้นและส่งเสริมให้ประชาชนนอกระบบการศึกษาได้มีโอกาสรับการฝึกอบรม

ฌ. ให้มีการอนุรักษ์ ทำนุบำรุงศิลปวัตถุ โบราณสถานและโบราณวัตถุ

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ญ. ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมชนบทธรรมเนียมประเพณีไทยระหว่างภาคในประเทศไทย และระหว่างประเทศ เพื่อให้ประชาชนแต่ละภาค แต่ละท้องถิ่น ได้มีความรู้ความเข้าใจซึ่งกันและกัน

ฎ. ให้มีการวางแผนการพัฒนาจิตใจและแผนวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นแผนระยะยาว แผนระยะสั้น แผนระดับชาติ แผนระดับท้องถิ่น เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการกระจายการบริหารงาน การพัฒนาจิตใจและวัฒนธรรมออกสู่ภูมิภาค และให้มีการระดมสรรพกำลังคนและทรัพยากรด้านอื่น ๆ ระหว่างหน่วยงานของรัฐและระหว่างประเทศ

ฏ. รณรงค์เสริมสร้างและปลูกฝังค่านิยมในการเคารพยกย่อง เห็นคุณค่าของความรู้และประสบการณ์ของผู้สูงอายุที่สามารถจะถ่ายทอดให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและครอบครัว

ดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้นแล้วว่า เครื่องมือสำคัญของการพัฒนาจิตใจมนุษย์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพประชากรนั้นก็คือศาสนา ฉะนั้น เราพอจะมองเห็นแนวโน้มของความเป็นไปได้หรือโอกาสในการนำเอาพุทธศาสนาอันถือเป็นศาสนาประจำชาติไทยมาประยุกต์เป็นเครื่องมือสำหรับแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้ โดยเมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่มองเห็น อันได้แก่ ศาสนบุคคล และความสนใจในการศึกษาและปฏิบัติธรรมของประชาชนที่เพิ่มขึ้น อันจะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาจิตใจที่ถูกต้องและเป็นระบบต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ คือ คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

<u>การสื่อสารตามหลักนิเทศศาสตร์</u>

เราอาจจะกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมโดยธรรมชาติประการหนึ่งของมนุษย์ในการดำรงอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น ประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ ความศรัทธา ซึ่งกันและกันกับบุคคลอื่น ๆ หรือแม้กระทั่งโน้มน้าวใจผู้อื่นให้กระทำในสิ่งที่ตนมุ่งหวังไว้ก็ตาม ทั้งในด้านที่ต้องการให้กระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่า จุดมุ่งหมายหนึ่งของการสื่อสารก็เพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟัง ดังนั้น การโน้มน้าวใจจึงเป็นข้อเสนอหรือเป็นเงื่อนไขสำคัญในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาสังคมด้านต่าง ๆ ในยุคปัจจุบัน

<u>ความหมายของการสื่อสาร</u> ได้มีนักวิชาการทางนิเทศศาสตร์ชาวตะวันตกหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า "การสื่อสาร" ไปต่าง ๆ กันตามทรรศนะพื้นฐานการศึกษาและ

ประสบการณ์ของแต่ละท่าน แต่ก็สามารถสรุปประเด็นสำคัญร่วมกันได้คือ การสื่อสารเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ในการอยู่ร่วมกัน

Everette M. Rogers และ D.Lawrence Kincaid (11: 63) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ผู้เข้าร่วมในการสื่อสารสร้างและแบ่งปันแลกเปลี่ยนสารสนเทศซึ่งกันและกัน เพื่อมุ่งเข้าสู่ความเข้าใจร่วมกัน และการแบ่งปันแลกเปลี่ยนสารสนเทศในช่วงระยะเวลาหนึ่งสามารถทำให้บุคคลลู่เข้าหรือลู่ออกจากความเข้าใจร่วมกันโดยพื้นฐาน แต่การสื่อสารนั้นอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจตรงกันมากขึ้นก็ได้

Cherry Colins (12: 3-9) ถือว่าการสื่อสารเป็นลักษณะกิจกรรมทางสังคม การสื่อสาร (Communication) เป็นการทำหน้าที่ทางสังคม ซึ่งหมายถึงการแลกเปลี่ยนแบ่งปัน (Share) ลักษณะพื้นฐานทางพฤติกรรมหรือวิธีการดำเนินชีวิตด้วยการใช้กฎเกณฑ์ (Rule) ที่มีอยู่ จึงทำให้การสื่อสารของมนุษย์ซับซ้อนต่างไปจากของสัตว์ที่ใช้สัญญลักษณ์ (Sign) โดยไม่มีกฎเกณฑ์และระบบ (System) การแลกเปลี่ยนแบ่งปันสารสนเทศนี้ก็เพื่อจะเข้าใจเป็นหนึ่งเดียวกัน ซึ่งโดยอาศัยการวัดระดับแห่งความเข้าใจตรงกันทางด้านจิตใจเป็นเกณฑ์ (One-Mindedness)

อย่างไรก็ตาม Rogers และ Kincaid กล่าวว่า ความเข้าใจร่วมกันนั้นไม่มีทางที่จะสมบูรณ์ได้ (11: 66) และจุดมุ่งหมายเบื้องต้นของการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันนี้มีความหมายครอบคลุมถึงจุดหมายอื่น ๆ ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในการสื่อสารแต่ละคนจะกำหนดขึ้นเพื่อการติดต่อสื่อสารในแต่ละครั้ง (13: 55)

จึงเห็นได้ว่า การสื่อสารเป็นแกนหลักสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคมมนุษย์ ซึ่งได้มีการพยายามพัฒนารูปแบบ ช่องทาง แบบแผน วิธีการต่าง ๆ ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับบุคคลอื่น ๆ เพื่อที่จะทำความเข้าใจร่วมกันในความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ และกฎเกณฑ์ โดยเฉพาะถ้าหากสิ่งที่ต้องการแบ่งปันไปยังบุคคลอื่น ๆ ในสังคมนั้นเป็นที่รู้จักผิวเผินหรือไม่รู้จักเลย ไม่ว่าจะเป็นแง่นามธรรมในด้านความเชื่อ ความศรัทธา ทัศนคติ หรือความคิดหลักทางศาสนา การสื่อสารจำเป็นต้องได้รับการพัฒนารูปแบบ และวิธีการและการวางแผนรัดกุมเป็นพิเศษ เพื่อการเผยแพร่ ทำความเข้าใจต่อบุคคลอื่น ๆ

<u>กระบวนการสื่อสาร</u> การสื่อสารระหว่างมนุษย์เป็นกระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งเช่นเดียวกับการแลกเปลี่ยนทางสังคม เป็นกิจกรรมที่มีความเคลื่อนไหว (Dynamic) คือมีความสัมพันธ์ที่เคลื่อนไหวหรือมีผลกระทบ (effect) ต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารจึงมีความต่อเนื่อง (Continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (changing) และต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (adaptive) (14: 23-25)

วิธีที่ง่ายและนิยมกันมากในการอธิบายความหมายของกระบวนการสื่อสาร คือ การจำแนกให้เห็นองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร คำนิยามของ Harold Lasswell เป็นที่นิยมแพร่หลายและได้รับการอ้างอิงมาก เพราะครอบคลุมเอาองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารไว้เกือบทั้งหมด โดยตั้งเป็นคำถามสั้น ๆ ว่า (15: 84-89)

ใคร	(Who)
พูดอะไร	(Says that)
ผ่านสื่อใด	(In which channel)
กับใคร	(To whom)
เกิดผลอย่างไร	(with what effect)

ฉะนั้น ตามแนวความคิดของ Lasswell นั้น การสื่อสารมีองค์ประกอบสำคัญคือ "แหล่งสาร" (Source หรือ who) "สาร" (Message หรือ what) "สื่อ (Media หรือ what channel) "ผู้รับสาร" (receiver หรือ whom) "ประสิทธิผล" (what effects) นักวิชาการคนอื่นที่มีแนวความคิดเดียวกับ Lasswell ได้แก่ Berlo และ Rogers (14: 30-72) แบบของ Berlo ที่เรียกย่อ ๆ ว่า SMCR ซึ่งย่อมาจาก Source, Message, Channel และ Receiver ซึ่งต่อมา Rogers ได้เสนอเพิ่มองค์ประกอบอีกตัวหนึ่ง คือ "ปฏิกิริยาตอบสนอง" (Feed Back) จึงเป็นการรวมองค์ประกอบตามแนวคิดของ Lasswell และ Berlo ซึ่งจะได้องค์ประกอบคือ Source, Message, Channel, Receiver, Effect, Feedback: S M C R E F

องค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร Source สาร Message สื่อ Media และผู้รับสาร Receiver นั้น เป็นตัวกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารในองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบนี้มีปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมหรือลดประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร (14: 40-70)

ประสิทธิผลในการสื่อสาร

ประสิทธิผลในการสื่อสารนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการสื่อสาร อันได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และช่องทางในการสื่อสาร

1. ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ปัจจัยในส่วนผู้ส่งสารและผู้รับสารที่จะมีผลต่อการสื่อสาร คือ ทักษะในการส่งและรับสาร ทัศนคติต่อผู้รับ ผู้ส่ง และต่อสาร ระดับความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารและความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร ระบบสังคมและวัฒนธรรมของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2. สาร ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ประการ ที่มีความสำคัญต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร คือ รหัสของสาร Message Code เนื้อหาของสาร Message Content การจัดสรร Message Treatment ทั้งนี้โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดสารของผู้ส่งสาร คือ บุคลิกส่วนตัวของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป้าหมาย

3. ช่องทางในการสื่อสาร ผู้ส่งสารจะต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทางนำไปสู่ผู้รับสาร เพื่อประสิทธิผลในการสื่อสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ คือ

3.1 เงินทุน
3.2 กลุ่มเป้าหมาย
3.3 เนื้อหาของสาร
3.4 ข้อดีข้อจำกัดของสื่อ
3.5 ค่าใช้จ่ายของสื่อแต่ละชนิด
3.6 จำนวนผู้รับ
3.7 พื้นฐานความรู้ ขีดความสามารถของผู้รับ
3.8 ผลย้อนกลับของสาร
3.9 ความเหมาะสมกับกาลเทศะ
3.10 ความรีบด่วนในการสื่อสาร

นอกจากนี้ เพื่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ในบางโอกาสเราต้องใช้สื่อหลายชนิดผสมผสานกันในการสื่อสาร เพราะสื่อแต่ละชนิดมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน

Cutlip และ Center (16: 209-210) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารว่าประกอบด้วยหลักสำคัญ 7 ประการ คือ

1. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารที่จะได้ผล สารจะต้องมีความถูกต้องและผู้ส่งสารควรจะเป็นผู้น่าเชื่อถือ เป็นผู้มีความรู้หรือเชี่ยวชาญมีความน่าไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับของผู้รับสาร

2. ความเหมาะสมกับกาลเทศะ (Context) คือ เนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารต้องสอดคล้องกลมกลืนไม่ขัดกับวัฒนธรรมของสังคม สิ่งแวดล้อม บุคคล เวลา และสถานที่

3. เนื้อหาสาระ (Content) สารที่ส่งต้องมีเนื้อหาสาระ เป็นประโยชน์ มีคุณค่าและสำคัญต่อผู้รับ รวมทั้งเหมาะสมและสอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของผู้รับให้มากที่สุด และก่อให้เกิดความหมายบางอย่างแก่ผู้รับ มีความเข้าใจความหมายเพื่อเป็นปัจจัยในการนำเอาข่าวสารนั้นไปประพฤติปฏิบัติ

4. ความแจ่มแจ้งชัดเจน (Clarity) สารนั้นต้องง่ายมีความชัดเจนแจ่มแจ้งไม่คลุมเครือหรือตีความหมายได้หลายแง่ สามารถทำให้เห็นภาพพจน์ได้ชัดเจน

5. ความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (Continuity and Consistency) จะเป็นการย้ำและเตือนความจำของผู้รับ แต่ต้องระวังมิให้เกิดความซ้ำซาก น่าเบื่อหน่าย และความต่อเนื่องต้องกระทำเป็นประจำ กำหนดเวลาแน่นอน

6. ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) สื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ฉะนั้น ผู้ส่งสารควรเลือกช่องทาง หรือสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารและสถานการณ์ในการสื่อสาร รู้ว่าสื่อสารกับใคร อย่างไร เมื่อไร

7. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของผู้รับ ทั้งทางด้านความรู้และการรับรู้ทางร่างกายและจิตใจ พฤติกรรมของผู้รับ ความสามารถของผู้รับจะเป็นปัจจัยในการกำหนดปัจจัยทั้ง 7 ประการข้างต้น ถ้าผู้ส่งสารไม่รู้จักผู้รับสาร ไม่รู้ถึงความสามารถของผู้รับ การเตรียมเนื้อหาของสารให้ชัดเจนแจ่มแจ้งต่อเนื่อง การเลือกสื่อและช่องทางก็ไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

<u>ประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสารมวลชนและช่องทางการสื่อระหว่างบุคคล</u>

ตามหลักกระบวนการสื่อสารนั้น สารจำเป็นที่จะต้องถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งสารที่ส่งผ่านช่องทางที่ต่างกันก็ย่อมจะมีผลต่อผู้รับสารต่างกันด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากคุณสมบัติและข้อจำกัดในตัวเอง และเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงในจุดนี้ด้วย

ช่องทางการสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ (17: 358-359)

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งกลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่อาศัยในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายและมีลักษณะแตกต่างกันไป เป็นการสื่อสารไปยังประชาชนจำนวนมากพร้อมกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกันโดยกลุ่มเป้าหมายอาจจะอยู่ห่างไกลกัน อยู่กระจัดกระจายกันในที่ต่าง ๆ สื่อมวลชนนั้นเป็นเครื่องมือของการสื่อสารมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์

2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นรูปแบบของการสื่อสารตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สื่อที่ใช้ในการสื่อสารประเภทนี้ ได้แก่ การพูดจากันทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ จดหมาย โทรศัพท์ เป็นต้น การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างกับการสื่อสารมวลชนในเรื่องของกลุ่มผู้รับ ผลสะท้อนกลับ และสื่อที่ใช้ เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารรู้แน่ชัดว่ากลุ่มผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มใด ผลสะท้อนกลับจากผู้รับก็มีได้ง่ายกว่า และสื่อที่ใช้ก็เป็นสื่อจำเพาะซึ่งสามารถนำสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่ไม่เป็นจำนวนมากแบบสื่อมวลชน

Rogers ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (18: 291) ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Erwin P. Bettinghaus ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่อยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น (19: 180-185)

Rogers และ Svenning ได้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ดังนี้ (20: 148)

ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

เปรียบเทียบคุณสมบัติในการสื่อสาร	การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน	การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล
1. การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบทางเดียว	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบสองทาง
2. ความรวดเร็วในการส่งข่าวสารไปยังคนจำนวนมาก	เร็ว	ช้า
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	มาก	น้อย
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	น้อย	มาก
5. ความสามารถในการขจัดการเลือกของผู้รับสาร	น้อย	มาก
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ	น้อย	มาก
7. ผล (Effect)	เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ	เปลี่ยนทัศนคติ

ซึ่งเมื่อสรุปผลการวิจัยของ Rogers แล้ว สื่อที่ใช้สำหรับการเผยแพร่นั้นมีอยู่ 2 ชนิดใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล สื่อมวลชนมีความสำคัญในแง่การเพิ่มพูนความรู้และก่อให้เกิดความตระหนักรับทราบ ส่วนสื่อบุคคลช่วยในการโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติและเกิดการยอมรับ (21: 252)

Hovland และคณะ (22: 134) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) มีความสัมฤทธิผลในการโน้มน้าวใจอีกลักษณะหนึ่ง คือ การประชุมกลุ่มหรือการรวมกันเป็นกลุ่มของสมาชิกโดยที่แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารหรือของกลุ่มเป้าหมายจะได้รับอิทธิพลจากการรวมกลุ่มของสมาชิกกลุ่มด้วยกันและจากการพบปะสังสรรค์ด้วยกัน ดังนั้น อิทธิพลของการรวมกลุ่มของสมาชิกจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมขึ้น

Paul F.Lazarsfeld และคณะ (23: 62-63) ได้เสนอความเห็นในเรื่องสาเหตุที่สื่อบุคคลเอื้ออำนวยต่อการโน้มน้าวใจ ว่า

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ เป็นการบังเอิญโดยไม่ได้ตั้งใจ การหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปโดยยากกว่าการรับฟังจากสื่อมวลชนซึ่งบุคคลอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนหรือเรื่องที่ตนไม่สนใจก็ได้

2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้าเปิดโอกาสให้สามารถยืดหยุ่นเนื้อหาได้ หากผู้สื่อสารได้รับการต่อต้านจากผู้ฟังของตน

3. ความสัมพันธ์โดยตรงของบุคคลที่สื่อสารแบบเผชิญหน้ามีส่วนสนับสนุนเนื้อหาที่ผู้รับสารยอมรับและโต้แย้งเนื้อหาที่ผู้รับสารไม่ยอมรับ

4. ผู้รับสารบางคนมักจะเชื่อในข้อตัดสินและทรรศนะของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาติดต่อสื่อสารด้วย

5. การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นบางครั้งผู้ทำการสื่อสารอาจจะประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของตนโดยที่ไม่ได้มีการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารยอมรับทรรศนะของเขา

จะเห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น สามารถมีอิทธิพลต่อผู้รับสารได้มากกว่าช่องทางการสื่อสารมวลชน แต่ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลก็มีข้อจำกัดในด้านปริมาณของผู้รับสารที่สื่อสารด้วยในแต่ละครั้ง และเป็นไปได้ช้าเมื่อต้องการกระจายข่าวสารแก่ผู้รับสารจำนวนมาก ๆ ในเวลาอันจำกัด อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าผู้ส่งสารจะใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลและ/หรือช่องทางการสื่อสารมวลชนให้บรรลุตามวัตถุประสงค์แล้ว คุณสมบัติของตัวผู้ส่งสารเองก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมตามความประสงค์ของผู้ส่งสารด้วยเช่นกัน

<u>คุณสมบัติของผู้ส่งสาร</u>

Rogers (24: 184) ได้ทำการศึกษาไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ดี ในกรณีที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งความน่าเชื่อถือ (Credibility) นี้ Hovland, Janis และ Kelly หมายถึงผู้ทำการสื่อสารโน้มน้าวใจ มีลักษณะเป็นผู้รู้ (Expertise) และลักษณะของความเป็นผู้ที่น่าไว้วางใจ (Trustworthiness)

Bettinghaus ได้กล่าวถึงการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารของ Berlo และคณะ (19: 105) ว่า ได้สรุปปัจจัย 3 ประการ ที่ผู้รับสารจะใช้ในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือ

1. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety) คล้ายกับความซื่อสัตย์ซึ่งมีองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ความคล้ายคลึงกันกับผู้รับสาร ความเป็นมิตรเอื้ออารี ความอดกลั้น สุขุม สุภาพ ไม่เห็นแก่ตัว เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านคุณวุฒิ (Qualification) ซึ่งคล้ายกับองค์ประกอบด้านเชี่ยวชาญ เป็นคุณสมบัติอิสระของผู้สื่อสาร ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านความปลอดภัยหรือคล่องตัว ซึ่งอาจพิจารณาได้จากการฝึกอบรม มีประสบการณ์ มีคุณสมบัติเฉพาะ มีความรู้ เป็นผู้มีอำนาจ มีความสามารถเป็นผู้รู้ เป็นต้น

นอกจากนี้ Rogers ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า ถ้าผู้ส่งสารมีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร (Homophily) เช่น ความเข้าใจร่วมกัน ภาษาเดียวกัน ทัศนคติ ความเชื่อ สภาพความเป็นอยู่ การศึกษา รายได้ใกล้เคียงกัน จะทำให้ได้รับความเชื่อและโน้มน้าวใจได้มากกว่า และถ้าหากว่าผู้ส่งสารเป็นผู้มีอำนาจมาก จะทำให้สารนั้น ๆ ได้รับความเชื่อถือมากและยอมรับมากขึ้น

นักวิชาการท่านอื่น ๆ ที่ได้วิจัยพบคุณสมบัติของผู้ส่งสารต่าง ๆ กัน ดังนี้.-

ถ้าเนื้อหาสารของผู้ส่งสารมีความสอดคล้องกับสิ่งที่ปรากฏเป็นจริง ผู้ส่งสารก็จะได้รับความเชื่อถือมากขึ้น (25: 230)

ผู้ส่งสารที่มีความสุขุม สามารถสร้างความน่าเชื่อถือมากกว่าการเป็นผู้ส่งสารที่โวยวาย (26: 359-366) สำเนียงและพื้นฐานทางภาษาที่ต่างกันจะก่อให้เกิดผลกระทบที่ทำให้เกิดความเชื่อถือที่ต่างกันต่อผู้ส่งสาร (27: 243)

พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์ ได้ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างเกี่ยวกับความเชื่อของผู้ส่งสาร และองค์ประกอบความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร พบว่า

องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณสมบัติในตัวผู้ส่งสาร พบตัวแปรที่มีนัยสำคัญดังนี้ การมีความรอบรู้ ความชำนาญ มีการศึกษา มีความสามารถ มีประสบการณ์ ได้รับการฝึกฝนมาเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในเรื่องนี้ มีไหวพริบ ชอบเร่งรีบ เป็นคนเด็ดเดี่ยว ใจเย็น และมีมารยาท

องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึกปลอดภัย ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ให้อภัย มีมารยาท ใจเย็น ต้อนรับขับสู้ มีขันติ และเรียบร้อย

องค์ประกอบเกี่ยวกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียว (Unity Factor) ซึ่งประกอบด้วยความเป็นมิตร ไม่ขัดคอคน น่าคบ เมตตา เป็นคนเปิดเผย และเป็นกันเอง

องค์ประกอบเกี่ยวกับความคล่องตัว (Dynamism Factor) ประกอบด้วยการเป็นคนองอาจ เด็ดเดี่ยว มีความว่องไวในการตัดสินใจ มีไหวพริบ และเป็นคนชิงชัง (28: บทคัดย่อ)

<u>ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารโน้มน้าวใจ</u>

การสื่อสารโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) หมายถึง การสื่อสารเพื่อการจูงใจ ชี้แนะ และชักชวนให้บุคคลทำตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าวใจ โดยมุ่งไปที่เป้าหมาย คือ ผู้รับสาร สถานการณ์ ข่าวสาร และช่องทางในการรับสาร

สภาวะของผู้รับสาร ประกอบด้วยความคิดเห็น ความเชื่อและค่านิยม การเปลี่ยนแปลงสภาวะนี้จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความนึกคิด และเป้าหมายที่ต้องการ คือ การเปลี่ยนพฤติกรรม ส่วนสถานการณ์ข่าวสารและช่องทางในการรับสารเพื่อการจูงใจนั้น ได้มีการศึกษาในกระบวนการจิตวิทยา สังคมวิทยาไว้หลายรูปแบบและหลายทฤษฎี ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีแห่งความสมดุล และทฤษฎีการตัดสินด้วยสังคม (29: 208-224)

1. ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory) เน้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงกระตุ้นและการตอบสนอง แรงกระตุ้นนั้น หมายถึง อะไรก็ตามที่ผู้รับสารสังเกตเห็นเมื่อมีการสื่อสารและมีปฏิกิริยาสนองตอบแรงกระตุ้นนั้น จากทฤษฎีการเรียนรู้นั้นพบว่า การสื่อสารจะได้ผลต่อเมื่อมีการให้ถึงกำลังใจทางบวกและทางลบแล้วแต่กรณี โดยวิธีให้รางวัลและโทษ ซึ่งจะต้องกระทำโดยรวดเร็วเด่นชัดจะได้ผลดีตามเงื่อนไข ตลอดจนมีการย้ำ การซ้ำ และการ

ติดตามผลเพราะผู้รับสารมีความสามารถในการรับแตกต่างกัน มีภูมิหลังด้านภายภาพและจิตวิทยาต่าง ๆ กันไป และโดยเฉพาะการจัดการเรียนรู้นั้นจะต้องจัดองค์ประกอบอย่างง่าย ๆ เพื่อความเข้าใจ หรือถ้าเป็นสิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อน ต้องเริ่มจากระดับง่าย ๆ ก่อนเสมอ เพื่อความเข้าใจของผู้รับสารตามขั้นตอนต่าง ๆ หรือการจัดและปรับปรุงเรื่องราวที่ยุ่งยากซับซ้อนให้เป็นเรื่องง่าย ๆ เข้าใจได้ง่าย และสื่อสารเรื่องง่าย ๆ ธรรมดาให้ดูง่ายและเป็นธรรมดามากกว่าเดิม

2. ทฤษฎีแห่งความสมดุล (Balance Theory) ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้น ทฤษฎีนี้กล่าวว่า

2.1 บุคคลจะตกอยู่ในสภาพไม่สมดุล เมื่อเผชิญสถานภารณ์ซึ่งอยู่ในสภาพเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน โดยไม่อาจตัดสินใจทางใดทางหนึ่งได้อย่างทันท่วงที เมื่อบุคคลตกอยู่ในสภาพเช่นนั้น ก็จะพยายามลดความไม่สมดุลไม่สอดคล้องด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้สื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จะช่วยลดความไม่สมดุลด้วยการกระตุ้นการตัดสินใจ เพื่อลดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น

2.2 ความไม่สมดุลที่เกิดขึ้น มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องเนื้อหาและจำนวนของข่าวสาร ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อทัศนคติของบุคคล ถ้าความไม่สมดุลอยู่ในระดับต่ำ บุคคลที่ตกอยู่ในสภาพนั้นจะเปลี่ยนทัศนคติได้ในระดับต่ำด้วย แต่หากความไม่สมดุลอยู่ในระดับสูง การโน้มน้าวใจจะประสบความสำเร็จได้มากกว่า

2.3 ความสัมพันธ์ของตัวแปรในการเลือก (Veriable of Choice) และผลที่ตามมา (Commitment) เป็นสิ่งสำคัญที่บุคคลคำนึงถึงเมื่อประสบความไม่สอดคล้องซึ่งต้องตัดสินใจเลือก ฉะนั้น นักสื่อสารจะพิจารณาผลของการเลือกสิ่งตอบแทน ประโยชน์ที่มองเห็นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถโน้มน้าวใจ

2.4 เป็นการยากมากที่การโน้มน้าวใจเพื่อความไม่สมดุลนั้นจะกระทำได้โดยสำเร็จด้วยการสื่อสารโน้มน้าวใจเพียงครั้งเดียว เพราะฉะนั้นจะต้องมีการย้ำ การเน้น หรือการซ้ำ มีการประเมินผลแล้วสื่อสารใหม่อย่างต่อเนื่อง

3. ทฤษฎีการตัดสินใจโดยสังคม (Social Judgement Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า ผู้รับสารโดยปกติจะมีทัศนคติหลักของตนเองจากการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) และการสั่งสมทางสังคม การรับสารนั้นผู้รับจะมีขอบเขตดังนี้

-	0	-
- การปฏิเสธ	- การไม่ผูกมัด	- การยอมรับ

ทั้งนี้การจะยอมรับหรือไม่ของบุคคลขึ้นอยู่กับ

3.1 สารที่จูงใจอยู่ใกล้ทัศนคติหลักของบุคคลผู้นั้นเพียงใด ถ้าใกล้มากการยอมรับจะสูงกว่าปกติ

3.2 ถ้าสารนั้นไม่สอดคล้องกับทัศนคติหลักมากเพียงใด หรืออยู่ตรงข้ามกัน ผู้รับสารจะอยู่ในขอบเขตของการปฏิเสธอย่างกว้างขวาง โดยจะมองว่าความขัดแย้งเกิดขึ้นมากกว่าความเป็นจริง

ฉะนั้น การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจจะต้องใกล้เคียงหรือทำให้ดูเหมือนใกล้เคียงและไม่ขัดแย้งกับทัศนคติหลักของบุคคลผู้รับสาร

<u>ข้อพิจารณาในการสื่อสารโน้มน้าวใจ</u> นอกจากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นแล้ว นักการสื่อสารควรจะได้ตระหนักถึงข้อพิจารณาในการสื่อสารโน้มน้าวใจอีก 5 ประการ เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย คือ (30: 23-30)

1. วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจ
2. การถือผู้รับเป็นศูนย์กลางในการโน้มน้าวใจ
3. กระบวนการโน้มน้าวใจ
4. ข้อจำกัดของการโน้มน้าวใจ
5. องค์ประกอบทางจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ

1. วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์ระบุไว้อย่างแจ่มชัด คือ

1.1 ให้เกิดความเป็นเอกภาพ มีการเน้น การย้ำ การกระตุ้นเตือน การซ้ำได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ทำให้ผู้สื่อสารสามารถเลือกใช้สารและช่องทางในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง

1.3 สามารถติดตามผลการดำเนินงานโดยมีการประเมินผลเป็นระยะตามต้องการ รวมทั้งพิจารณาถึงปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feed Back) แล้วนำมาปรับปรุงการสื่อสารครั้งใหม่ต่อไป

1.4 เป็นแนวทางและเป้าหมายในการดำเนินงานถือเป็นสิ่งจูงใจสำหรับผู้ทำการสื่อสาร

1.5 ทำให้ผู้รับสามารถรับรู้ วิเคราะห์ และประเมินสารเพื่อการโน้มน้าวใจได้อย่างถูกต้อง

2. การถือผู้รับเป็นศูนย์กลางในการโน้มน้าวใจ

ผู้รับสารสำคัญมากสำหรับการโน้มน้าวใจ ต้องมีการวิเคราะห์อย่างแน่ชัดว่าผู้รับคือใคร เป็นอย่างไร มีประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ และระบบสังคมวัฒนธรรมอย่างไร เราจะไม่สามารถโน้มน้าวใจผู้รับได้เลย ถ้าหากไม่รู้จักวิเคราะห์ผู้รับแจ่มแจ้งและถือผู้รับเป็นศูนย์กลางในการเตรียมสารที่ถูกต้องเหมาะสม

3. กระบวนการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการเพราะมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ดำเนินกิจกรรมต่อเนื่อง ไม่มีจุดเริ่มต้น ไม่มีจุดสิ้นสุด

กระบวนการโน้มน้าวใจประกอบด้วย

3.1 ผู้ส่งสารต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน มีวัตถุประสงค์ตั้งไว้เด่นชัด

3.2 วิเคราะห์ผู้รับสารอย่างถ่องแท้ เพื่อทำการเตรียมสาร

3.3 การเลือกสื่อหรือช่องทางส่งสารถึงผู้รับ

3.4 ผู้รับถอดรหัสของสารและตีความ

3.5 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง

กระบวนการโน้มน้าวใจจะเกี่ยวข้องกับหลักจิตวิทยา คือ การโน้มน้าวใจจะเป็นไปได้เมื่อ

- ผู้รับสารมีความตั้งใจรับ
- ใช้สัญญลักษณ์ที่เห็นได้และฟังได้ เพื่อให้สารง่ายแก่การเข้าใจ
- เร้าความต้องการและความจำเป็นของผู้รับสาร
- ให้การตอบสนองผู้รับได้ตามที่ต้องการ

4. ข้อจำกัดของการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจอาจมีข้อจำกัดบางประการคือ

4.1 การแลกเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม อาจใช้เวลานานกว่าจะมองเห็นผล

4.2 การโน้มน้าวใจขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ส่งสาร

4.3 การโน้มน้าวใจต้องมีการปฏิบัติต่อเนื่อง

4.4 มีช่องว่างระหว่างทักษะของผู้ส่งสาร และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร บางครั้งผู้รับสารอาจจะทำตาม เช่นอยากซื้อแต่ไม่มีเงิน

4.5 การโน้มน้าวใจในปัจจุบันมีมากอย่างกว้างขวาง ผู้รับไม่พร้อมที่จะรับหรือได้รับแต่ไม่เชื่อ ไม่ทำตาม ซึ่งเป็นสิทธิของผู้รับในการตัดสินใจเลือก

5. องค์ประกอบทางจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ

ผู้สื่อสารโน้มน้าวใจ ต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาของบุคคลในเรื่องของความสนใจและการรับรู้ของผู้รับสาร โดยสังเกตการเปิดรับของบุคคลด้วยอวัยวะสัมผัสต่าง ๆ อันได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส และการสัมผัส กระบวนการรับรู้ซึ่งจะแปลความหมายของสิ่งที่ได้สัมผัส ถ้าคนเราไม่สนใจ ไม่เปิดรับ การสื่อสารจะไม่เกิดขึ้นและจะไม่มีการรับรู้สิ่งใดเลย

ในเรื่องการสื่อสาร การเปิดรับของบุคคลขึ้นอยู่กับกระบวนการเลือกทางจิตวิทยาของผู้นั้น คือ

5.1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

5.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย

5.3 การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

5.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ เข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

ความสนใจต่อสิ่งเร้าภายนอก (Involuntary Attention)

สิ่งเร้าภายในและสิ่งเร้าภายนอก มีความสำคัญในการโน้มน้าวใจทัดเทียมกัน สิ่งเร้าภายนอก คือ

1. ขนาด (Size) สิ่งที่ใหญ่สามารถดึงดูดใจได้มากกว่าสิ่งที่เล็ก สิ่งใหญ่เป็นสิ่งสะดุดตามากกว่าสิ่งเล็ก โดยเฉพาะเมื่อนำมาเปรียบเทียบกัน นำมาวางใกล้กัน สิ่งเล็กจะดูด้อยค่าไม่น่าสนใจกว่าเสมอ

2. ความเข้ม (Intensity) ความเข้มในที่นี้ หมายถึง ความเข้มของเสียง สี กลิ่น และความดัง สิ่งเร้าที่มีความเข้มสูงจะเรียกร้องความสนใจได้มากกว่า แต่อาจจะเป็นระยะเวลาสั้น ๆ

3. ความเคลื่อนไหว (Movement) การเคลื่อนที่ของสิ่งเร้าจะกระตุ้นความสนใจได้มากกว่าสิ่งที่สงบนิ่งไม่มีการเคลื่อนไหว การเคลื่อนที่ก่อให้เกิดชีวิตจิตใจ และธรรมชาติของความสนใจนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนที่เช่นกัน

4. การย้ำ การซ้ำ (Repetition) สิ่งเร้าจะน่าสนใจมากกว่า ถ้ามีการเสนอมากกว่า 1 ครั้ง แต่ทำมากไปความถี่บ่อยครั้งเกินไป ผู้รับอาจจะเกิดความเบื่อหน่าย ฉะนั้น การซ้ำต้องมีระยะห่างพอสมควร และมีความต่อเนื่องกันโดยตลอด อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอในรูปแบบต่างกัน แต่วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจยังเป็นวัตถุประสงค์เดิมนั่นเอง

5. ความชัดเจนแจ่มแจ้ง (Vividness) สิ่งที่จะแยกสิ่งเร้าแต่ละสิ่งให้แตกต่างกันอีกประการหนึ่ง คือ ความชัดเจนแจ่มแจ้งของสิ่งเร้า สีที่สดใสกระตุ้นความสนใจได้มากกว่าสีหม่น ๆ ทึม ๆ หรือโครงร่างในแนวสูงจะเร้าความสนใจได้มากกว่าโครงร่างในแนวราบ

การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้าภายใน (Voluntary Attention)

การรับรู้ในเรื่องสำคัญของบุคคล จะเป็นเรื่องภายในของบุคคลมากกว่าเรื่องภายนอก เพราะการรับรู้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ ฉะนั้น ไม่ใช่สิ่งง่ายนักในการที่ชักจูงโน้มน้าวจิตใจคนที่มีประสบการณ์หลากหลายรูปแบบ และค่อนข้างยากในการเรียนรู้ถึงประสบการณ์ในอดีตของผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของภาษา วัฒนธรรม การศึกษา ประสบการณ์ทางสังคม ผู้รับสารจะรับเฉพาะในสิ่งที่เขาคุ้นเคยและมีประสบการณ์ในอดีต หรือในสิ่งที่แตกต่างคุ้นเคย เขาก็ยังจะตีความหมายให้อยู่ใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับสิ่งที่รู้จัก ฉะนั้น การเรียนรู้ประสบการณ์ของบุคคลมีอิทธิพลมากในการสื่อสารโน้มน้าวใจ

นอกจากนี้ การรับรู้ของบุคคลยังขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจทั้งในด้านส่วนตัวและสังคม สิ่งจูงใจส่วนตัวขึ้นอยู่กับลักษณะชีวภาพและสภาพจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ส่วนสิ่ง

I10308746

จูงใจทางสังคม เช่น บุคคลจะรับข่าวสารการเมือง ทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบและไม่อยากสนใจ แต่ก็มีการรับรู้และสนใจด้วยความกลัวว่าจะเป็นบุคคลที่เชย ล้าหลัง ไม่ทันสมัยในสังคมนั้น หรืออาจจะเป็นการเลือกแบบตามกลุ่มของตน เลียนแบบเพื่อนเพื่อจะได้ไม่ถูกทอดทิ้ง หรือมีความแตกต่างจากกลุ่มของตน เป็นต้น

<u>การนำเสนอสารเพื่อการโน้มน้าวใจ</u> การนำเสนอสารเพื่อการโน้มน้าวใจนั้น ควรพิจารณาขั้นตอนต่าง ๆ ของการรับฟัง การยอมรับของบุคคลเพื่อการเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรม ดังนี้ (31: 66-67)

1. การยอมรับฟัง รับทราบ รับรู้ความคิดเห็นนั้นโดยไม่โต้แย้ง (Receiving)
2. ผู้รับจะปฏิบัติตามเมื่อถูกขอร้อง (Responding or Request)
3. ยอมรับและปฏิบัติตามเพราะเห็นด้วย เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับค่านิยมของตน (Valuing)
4. การพิจารณาแนวคิดใหม่และแนวความคิดเก่า ความสัมพันธ์ของแนวคิดเพื่อสร้างแนวความคิดใหม่ของบุคคลนั้น (Conceptualization)
5. การนำเอาแนวความคิดนั้นมาเป็นบุคคลิกลักษณะของตน (Characterization)

<u>สิ่งที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจ</u> นักการสื่อสารนั้นนอกจากจะต้องคำนึงถึงข้อพิจารณาต่าง ๆ ในการสื่อสารโน้มน้าวใจดังได้กล่าวไว้แล้วนั้น นักการสื่อสารยังจะต้องคำนึงถึงปัจจัยและบุคคลของผู้รับสารที่จะมีผลต่อการโน้มน้าวใจโดยทั่ว ๆ ไป คือ (31: 67-68)

1. ลักษณะของบุคคล เช่น การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม และสภาพแวดล้อม บุคคลที่มีการศึกษาดีมีแนวโน้มที่จะยอมรับฟังข้อมูลและคิดหาเหตุผลในการตัดสินใจมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีจะมองเหตุการณ์กว้างไกลได้มากกว่า เพราะฉะนั้น พื้นฐานของบุคคลสำคัญสำหรับการที่จะโน้มน้าวจิตใจ

2. ประโยชน์ของสิ่งที่นำเสนอ สิ่งไหนจูงใจมากกว่า ให้ประโยชน์ในการปฏิบัติตามมากกว่า บุคคลอาจจะยอมรับปฏิบัติตามโดยถือประโยชน์สูงสุด ทั้ง ๆ ที่อาจจะยังไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้น

3. ความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้มีความมั่นใจในตนเองสูง การโน้มน้าวใจจะยากกว่าต้องใช้ความพยายามในการให้ข้อมูล และใช้เวลา แต่จะมีข้อดีว่าผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น แม้จะขัดแย้งกับความคิดเห็นของตน ซึ่งต่างกับผู้ที่มีความมั่นใจในตนเองต่ำ จะรับเฉพาะความคิดเห็นข้างเดียวกับตนเท่านั้น จะไม่ยอมรับในสิ่งตรงข้ามหรือสิ่งที่ขัดแย้งกับตนเลย

4. การรับรู้ดั้งเดิม ถ้าบุคคลรับรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมามากพอแล้ว มักจะไม่สนใจในสิ่งนั้นอีกหากมิใช่ของใหม่กว่า ฉะนั้น การโน้มน้าวใจต้องนำเสนอเรื่องราวหรือข้อมูลใหม่ ๆ เสมอ หากเป็นของเก่าก็ต้องทำให้ดูเสมือนเป็นสิ่งใหม่กว่า ด้วยลีลาใหม่ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับเทคนิคการนำเสนอ

5. บุคคลิกภาพส่วนบุคคล ผู้มีบุคคลิกภาพแบบเผด็จการ แบบอำนาจนิยม จะไม่มีความยืดหยุ่น และจะสื่อสารโน้มน้าวใจได้ยากมาก บุคคลกลุ่มนี้จะรับรู้จากผู้ส่งสารที่เหนือกว่าเป็นที่น่าเชื่อถือมากกว่าเท่านั้น ส่วนผู้มีใจคอกว้างขวางมองโลกในแง่ดีจะโน้มน้าวใจได้ง่าย ยินดีที่จะรับฟังปฏิบัติตาม แต่ผู้มีใจคับแคบมองโลกในแง่ร้ายจะไม่ยอมรับความเห็นใหม่ เป็นผู้ที่โน้มน้าวใจได้ยากกว่า

<u>การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ธรรมะของสถาบันสงฆ์ไทย</u>

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ธรรมะของสถาบันสงฆ์ไทยโดยตรงอาจกล่าวได้ว่า ยังไม่มีผู้ใดทำการวิจัยด้านนี้ไว้เลย แม้แต่ในวงการทางศาสนาพุทธก็ตาม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พยายามนำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ธรรมะมากล่าวถึงพอเป็นสังเขป คือ

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย (32: 17-22) ได้กล่าวไว้ว่าในบทความเรื่องศาสนาในงานสื่อสารมวลชนว่า "ความสัมพันธ์ระหว่างศาสนาและสื่อมวลชนจะเป็นไปในรูปที่ว่าศาสนาคอยควบคุมความคิด การกระทำของผู้ใช้สื่อมวลชนทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารให้เป็นไปตามทำนองคลองธรรม ในขณะเดียวกันสื่อมวลชนก็จะทำหน้าที่เผยแพร่หลักธรรมะแห่งศาสนานั้นให้กระจายไปในหมู่ชนเพื่อเร่งเร้าให้ระลึกถึงความดีที่พึงปฏิบัติ

งานสื่อสารมวลชน เป็นงานที่ต้องติดต่อกับผู้คนจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ มีระดับสติปัญญาไม่เท่ากัน แม้ว่าจะมีการจำกัดกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายแล้วก็ตาม จึงเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสารจะต้องหาวิธีการส่งสารนั้นไปให้ผู้รับได้มากที่สุด เข้าใจได้มากที่สุด และมีปฏิกิริยาโต้ตอบ (Feed Back) ตามความประสงค์

ในยุคปัจจุบันที่ประชากรของโลกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและจับกลุ่มกันอยู่อย่างหนาแน่นตามภูมิภาคส่วนต่าง ๆ นั้น ศาสนาย่อมจะเป็นพลังส่งเสริมชีวิตในสังคมให้เกิดความรัก ความเมตตา และช่วยเหลือเกื้อกูลกันได้อย่างดีทีเดียว สื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทในการติดต่อกับสมาชิก

ของสังคมจึงควรที่จะช่วยนำหลักธรรมในศาสนาเผยแพร่กระจายกันไปด้วย อย่างน้อยก็กระตุ้นเตือนให้ประชาชนได้อ่าน ได้เห็น ได้ยิน ได้ปฏิบัติ เพื่อความสงบสุขของใจอยู่เสมอ ๆ เพราะโดยเนื้อแท้ของสื่อมวลชนนั้นก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้รับสารอยู่แล้ว ข้อได้เปรียบนี้จึงน่าจะทำให้สื่อมวลชนทำงานให้แก่ศาสนาได้ดีที่สุด

สารศาสนาสำหรับมวลชนที่ควรเผยแพร่ก็คือ หลักธรรมที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตปัจจุบันอย่างมีความสงบสุข

หัวใจของพุทธศาสนานั้นอยู่ที่ว่า สิ่งทั้งปวงไม่ควรยึดมั่นถือมั่นและถึงทำจิตให้มีความว่าง คือ ว่างจาก "ตัวกู-ของกู" ที่เป็นต้นเหตุของความโลภ โกรธ หลง และสิ่งที่เรียกว่าหัวใจนี้ เป็นสิ่งที่ลุ่มลึก ละเอียด สุขุม ประณีต ซึ่งจะสามารถเข้าใจได้ด้วยการศึกษาเป็นสำคัญ ฉะนั้น การส่งสารศาสนาผ่านสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ นั้น จึงต้องตระหนักถึงความเข้าใจง่าย และความน่าพอใจเหมาะแก่ผู้รับสารโดยส่วนรวมเป็นสำคัญ สื่อสารมวลชนและศาสนา จึงควรจักต้องพึ่งพิงประโยชน์ซึ่งกันและกันเพื่อผลแห่งชีวิตที่สมบูรณ์ในสังคมปัจจุบัน

สุภาพรรณ ณ บางช้าง และคณะ (33: 158) เขียนไว้ในหนังสือเรื่องหลักการประยุกต์หลักพุทธธรรมมาใช้ในการพัฒนาชาวชนบท ว่า "การที่จะบรรลุเป้าหมายการพัฒนาให้คนในชุมชนมีเจตคติและพฤติกรรมอย่างน้อยที่สุดในระดับศีล 5 และธรรม 5 ขั้นพื้นฐาน ควรจะได้พัฒนาศาสนาให้มีสถานภาพที่พร้อมจะเป็นกลไกไปสู่การสร้างศีล-ธรรม ทั้ง 5 ด้าน คือ ศาสนธรรม ศาสนบุคคล ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ ศาสนพิธี"

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงการใช้สื่อว่า "สื่อเพื่อการเผยแพร่ธรรม เป็นต้นว่า เทปบรรยายธรรมะ เทปเพลงธรรมะ สไลด์ วีดีโอ ภาพยนตร์ แผ่นภาพ นิทรรศการในลักษณะนิทรรศการสัญจร สื่อเหล่านี้เป็นสิ่งที่ขาดแคลนอย่างยิ่ง ถ้าได้มีการผลิตอย่างมีคุณภาพแล้วก็จะช่วยในการวางรากฐาน ศีล 5 ธรรม 5 และความรู้ความเข้าใจพุทธศาสนาในส่วนที่ละเอียดยิ่งขึ้นได้อย่างมาก" (33: 175)

ศาสตราจารย์ นายแพทย์ประเวศ วะสี (34: 108) ได้กล่าวถึงปัญหาในการเผยแพร่ธรรมะของสถาบันสงฆ์ไทยไว้ว่า "พระสงฆ์และสามเณรส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย ไม่เข้าใจพุทธธรรมอย่างลึกซึ้ง และไม่เข้าใจสภาพสังคมปัจจุบัน จึงสื่อกับประชาชนไม่ได้

และเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณไม่ได้ ความสัมพันธ์ระหว่างพระกับประชาชนเป็นเพียงพิธีกรรมเป็นส่วนใหญ่

การที่มีพระสงฆ์ที่เข้าใจพุทธธรรมลึกซึ้งและเข้าใจชีวิตและสังคมในปัจจุบัน และมีความสามารถในการสื่อ มีความสำคัญต่อประเทศไทยและต่อโลกมาก สมควรที่รัฐบาลและทางการคณะสงฆ์จะให้ความสนใจต่อเรื่องนี้ให้มากที่สุด

ทัศนีย์ จันทร (35: 835) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมและศาสนาว่า "ในการเผยแพร่ให้ข่าวสาร ข้อมูล คำสอน และโน้มน้าวจิตใจของประชาชนให้เข้าถึงพระพุทธศาสนาและปฏิบัติตนตามแนวทางของพระพุทธศาสนา การเผยแพร่สามารถทำได้โดยผ่านทางสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อโสตทัศน์และสื่อกิจกรรม ศาสนาเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อ ค่านิยมที่ลึกซึ้ง การยอมรับที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เพราะฉะนั้นการเผยแพร่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง ค่อยเป็นค่อยไป และรูปแบบวิธีการเผยแพร่ต้องทันสมัยเหมาะสมกับยุคสมัย"

วิทูร สินศิริเชวง ได้ศึกษาถึงลักษณะกระบวนการยอมรับความเชื่อเป็นคริสเตียนของสมาชิกคริสตจักรความหวังกรุงเทพฯ พบว่า สื่อที่มีบทบาทมากที่สุดในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการยอมรับความเชื่อเป็นคริสเตียน นับตั้งแต่ขั้นตอนความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ การตัดสินใจยอมรับความเชื่อเป็นคริสเตียน คือ สื่อบุคคล และในขั้นตอนสุดท้ายการดำเนินชีวิตคริสเตียน และการอบรมทางธรรม นั้น ปรากฏว่า สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์มีบทบาทมากและมีความสำคัญพอ ๆ กันกับสื่อบุคคล (36: 141-156)

จากผลการศึกษาเรื่องเดียวกันนี้ กลุ่มตัวอย่างได้ระบุถึงลักษณะและนิสัยของผู้นำในการตัดสินใจยอมรับความเชื่อเป็นคริสเตียน มีลักษณะตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ความจริงใจ ความเชื่อมั่นในศาสนา ความรัก ความสุภาพ ความสามารถในการพูดอธิบาย มีบุคคลิกภาพดี ให้ความช่วยเหลือเอื้อเฟื้อ มีมนุษย์สัมพันธ์ดี มีลักษณะผู้นำ เอาใจใส่ต่อผู้ที่ตนเผยแพร่ มีการดำเนินชีวิตที่ดี กระตือรือร้น ปฏิบัติในสิ่งที่ตนสอน อดทน ว่าเริง น่าเชื่อถือ สุขุมรอบคอบ มีสติปัญญา อาวุโส มีประสบการณ์ชีวิต มีความรู้ มีหน้าที่โดยตำแหน่ง และเป็นชาวต่างชาติ (36: 155)

James F. Engles ได้เสนอไว้ใน Contemporary Christian Communication ว่า สื่อที่จะใช้ในการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับขั้นตอนของกระบวนการยอมรับความเชื่อ กลวิธี

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมักเป็นการใช้สื่อมวลชนนำในการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและทัศนคติ ส่วนการกระตุ้นให้กลับใจใหม่นั้นโดยทั่วไปมาจากการสนทนาที่เผชิญหน้าระหว่างบุคคล ซึ่งนั่นก็หมายความว่า การใช้สื่อมวลชนผสมผสานกับสื่อบุคคลควรจะมีอยู่ในกลวิธีการสื่อสารโดยทั่วไป ซึ่งการใช้สื่อใดสื่อหนึ่งเพียงสื่อเดียว โดยปราศจากสื่อหนึ่งมักจะไร้ประสิทธิภาพ (37: 25)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย