

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัดไผ่ล้อม จ.นครปฐม ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 หมวด ดังนี้ คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

1.1 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์

- แนวคิดกลยุทธ์สารและกลยุทธ์สื่อ
- แนวคิดเรื่องสื่อบุคคล
- แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์
- การสื่อสารเพื่อการจัดการ
- การสื่อสารเพื่อการจัดการความขัดแย้ง

1.2 ทักษะในการสื่อสาร

- แนวคิดด้านการสื่อสารเชิงวัจนะและเชิงอวัจนะ

2. แนวคิดตามหลักพุทธ ได้แก่

2.1 การพัฒนาของพระสงฆ์

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในงานวิจัยนี้ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งได้แก่ ความสามารถด้านการสื่อสาร โดยที่ Cooley และ Roach (1984, อ้างถึงใน ทศนีย์ เจริญวิทย์สุข, 2546, น. 22) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถด้านการสื่อสาร (Competence in Communication) ว่าเป็นการศึกษา 2 ด้าน ได้แก่

- การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic communication)
- ทักษะในการสื่อสาร (Communication skill)

1. การสื่อสารเชิงกลยุทธ์

ในด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารใช้รูปแบบและวิธีการสื่อสารในสถานการณ์หนึ่งได้อย่างเหมาะสม (Appropriateness) ซึ่งได้แก่

- การเข้าใจกฎเกณฑ์ สัญลักษณ์ ความหมายต่าง ๆ ที่สมาชิกในองค์กร ชุมชน สังคม กำหนดขึ้นเช่น เข้าใจว่าควรจะติดต่ออะไรกับใคร หน่วยงานใด เวลาไหน ด้วยวิธีการอะไร จึงจะเหมาะสม

- ความสามารถในการพิจารณาความแตกต่างของบุคคล รวมทั้งความแตกต่าง ในเชิงความคิดเห็น เช่น การเข้าใจสถานการณ์ และเข้าใจบุคคลอื่น

- ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับคนในวัฒนธรรมที่ต่างกัน ทั้งนี้ต้องอาศัย องค์ประกอบที่สำคัญ คือ การเข้าใจพื้นฐานลักษณะทางวัฒนธรรมของในสังคม เข้าใจรูปแบบ กฎเกณฑ์ บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์ที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง เคารพ ระบบอาวุโส รู้จักแสดงความรู้ ความสามารถ และความรู้สึกนึกคิดในระดับเหมาะสม เป็นต้น

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์นอกจากจะเป็นการเลือกวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมตาม สถานการณ์แล้วนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ยังมีแนวคิดอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารเชิง กลยุทธ์ ซึ่งมีความจำเป็นที่ต้องมีการเลือกใช้รูปแบบ วิธีการในการสื่อสารให้เหมาะสมตาม สถานการณ์นั้น ๆ แนวคิดดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1.1 กลยุทธ์เนื้อหาสาร (Message Strategies) และ กลยุทธ์สื่อ (Media Strategies)

ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ “การผสมผสาน ระหว่างการใช้รูปแบบการสื่อสารหรือกำหนดแนวทางการใช้สื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์” โดยในที่นี้ จะกล่าวถึงกลยุทธ์เนื้อหาสารและกลยุทธ์สื่อ ดังนี้ (กิตติมา สุรสนธิ, 2548, น. 341)

กลยุทธ์เนื้อหาสาร (Message Strategies)

ในการดำเนินการทางการสื่อสารนั้น สารเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่ง ที่จะก่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งผลจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับลักษณะ ของสารและพัฒนาสารในลักษณะต่าง ๆ

เซอร์รี เฟร์กูสัน (Ferguson, 1999, p. 67) ได้นำเสนอกลยุทธ์การออกแบบ เนื้อหาสารไว้ว่า สารหรือข้อความต่าง ๆ นั้นต้องมีเนื้อหาสารที่อยู่ภายใต้หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. การยกตัวอย่างประกอบเพื่อให้เข้าใจชัดเจนมากยิ่งขึ้น (Supporting Materials) การสื่อสารที่ที่มีการยกตัวอย่างประกอบเนื้อหา เช่น เหตุการณ์ กรณีศึกษาการใช้รูปภาพ ข้อมูล สถิติ มีผลทำให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับสารนั้นมากขึ้นกว่าการไม่ได้ใช้

2. การนำเสนอสารด้านเดียวและสองด้าน (One-Sided Versus Two-Sided Argumentation) แจ็คสัน และ แอลเลน (Jackson & Allen, 1987, quoted in Ferguson, 1999, p. 70) กล่าวว่า การนำเสนอสารที่มีทั้งสองด้าน หมายความว่า การนำเสนอ ทั้งข้อดีและข้อเสียของข้อความ ๆ นั้น มีผลต่อการโน้มน้าวใจแก่ผู้รับสารมากกว่าการนำเสนอสารเพียงด้านเดียว

3. การสรุปสารแบบชัดเจนกับแบบโดยนัย (Explicit Versus Implicit Conclusion) ในสารส่วนมากแล้วมักจะมีการสรุปเนื้อหาทั้งหมดที่ให้ความกระจ่าง ชัดเจน และก็มีมีการให้ผู้รับสารได้ลองคิดวิเคราะห์เอง อย่างไรก็ตาม นักวิจัยได้นำเสนอว่า ผู้ส่งสารควรมีการปล่อยทิ้งไว้ในตอนท้ายเพื่อให้ผู้รับสารได้มีการตัดสินใจเอง โดยที่ผู้รับสารจะอ้างอิงจากประสบการณ์ที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว

4. การให้ภาพประกอบเนื้อหาที่ชัดเจน (Visual Content) เซอร์รี เพอร์กูสัน (1999, p. 69) กล่าวว่า ในการโฆษณาสินค้า ผู้ส่งสารมักใช้รูปภาพประกอบเนื้อหาที่มองเห็นและเข้าใจได้อย่างชัดเจน ซึ่งการใช้รูปภาพที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจสารได้ชัดเจนนี้ มีผลต่อการโน้มน้าวใจผู้รับสารได้มาก

5. เนื้อหาเชิงบวกกับเนื้อหาเชิงลบ (Positive Versus Negative Content) โมนาฮาน (Monahan, 1995, quoted in Ferguson, 1999, p. 70) กล่าวว่า ในการเสนอสารนั้น ทำได้ทั้งสารที่เป็นทั้งเชิงบวกและเชิงลบ อย่างไรก็ตาม พบว่า สารที่มีการนำเสนอในเชิงลบจะให้ผลในการยอมรับสารมากกว่าในเชิงบวก ทั้งนี้เนื่องจากว่า ผู้รับสารส่วนมากมีแนวโน้มที่จะรับสารที่มีเนื้อหาในการต่อต้านมากกว่าสารที่นำเสนอออกมาในเชิงบวก

6. กระตุ้นให้กลัว (Fear Appeals) นักวิจัยหลายท่าน ไม่เห็นด้วยว่า การกระตุ้นให้เกิดความกลัวอย่างรุนแรงจะได้ผลในการยอมรับสารของผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การกระตุ้นความกลัวนี้ การยอมรับสารจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น อายุ ระดับความรู้สึก ระดับความวิตกกังวล เป็นต้น

7. เนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และอารมณ์ขัน (Creativity and Humor) ในการส่งสารให้ได้ผลที่ดีขึ้นนั้น เนื้อหาสารควรมีการสอดแทรกอารมณ์ขันลงไป ซึ่งจากการค้นพบนั้น เนื้อหาสารที่มีความสร้างสรรค์หรือทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกสนุก มีแนวโน้มทำให้ผู้รับสารเข้าใจและยอมรับสารนั้น ๆ มากขึ้น

ไดแอน แอล เรด (Reid, 2008) ได้นำเสนอถึงความสำคัญของกลยุทธ์สารไว้ว่า กลยุทธ์การใช้ข้อความในการสื่อสารจะช่วยให้เกิดความมั่นใจว่าการสื่อสารมีความถูกต้อง และ ทำให้เราเกิดความมั่นใจว่าสามารถจับประเด็นที่สำคัญ หรือ จุดเน้นของ พันธกิจ สินค้าและ หรือ บริการ นั้น ๆ

ในขณะที่ แมรี เอ็ม. มันเตอร์ (Munter, 2003, p. 48) ได้กล่าวถึงบทบาทของ กลยุทธ์สารและนำเสนอปัจจัยของกลยุทธ์สารไว้ว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสาร หมายถึง การจัด วางกลยุทธ์ของสื่อ หรือข้อความ โดยสิ่งสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสาร คือ การเน้นย้ำถึงประเด็น หลัก และการมีประเด็นที่สนับสนุนข้อความหลัก การสื่อสารควรมีปัจจัยที่เป็นสิ่งสำคัญอย่างน้อย 3 ประการคือ

1. กล่าวถึงประเด็นสำคัญในช่วงของการเริ่มการสื่อสาร
2. พยายามอย่าทำให้เกิดการเบี่ยงเบนประเด็นสำคัญในช่วงกลางของการ สื่อสารในขณะที่ผู้ฟังเริ่มมีความสนใจน้อยลง

3. กล่าวถึงประเด็นสำคัญซ้ำอีกครั้งในช่วงท้ายของการสื่อสาร

นอกจากนี้ยังได้สรุปว่า กลยุทธ์ด้านการใช้นั้น ประกอบไปด้วย กลยุทธ์สาร ที่เร้าความกลัว เสนอความเป็นเหตุเป็นผล เสนอข้อเท็จจริง เสนอสารจากกลุ่มอ้างอิง สารที่เป็น แนวคิดหลักและแนวคิดย่อย สารที่เน้นข้อความสะดุดหูและสารที่สร้างสัญลักษณ์ร่วม

กลยุทธ์สื่อ (Media Strategies)

สำหรับองค์ประกอบในด้านของสื่อ นั้น มีผู้เสนอแนวคิดในเรื่องการคัดเลือกสื่อ ไว้อยู่หลากหลาย สำหรับในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยขอนำหลักในการคัดเลือกสื่อ เพื่อให้บังเกิดผล ทางการสื่อสารให้มากที่สุด 5 ประการ ดังนี้ (กิติมา สุรสนธิ, 2548, น. 342)

1. เลือกสื่อที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนา
2. เลือกสื่อให้เหมาะสมกับสาร
3. ดูคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท
4. ดูต้นทุนกำไรที่จะต้องเสียหรือได้จากสื่อ
5. หากเป็นไปได้ไปได้ใช้สื่อแบบผสมผสาน

ในเรื่องของกลยุทธ์สื่อนั้น ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการ เลือกใช้สื่อให้ถูกต้องและเหมาะสม เพราะหากรู้จักเลือกและใช้สื่อที่ถูกต้องนั้น จะนำไปสู่การสื่อสารที่ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกใช้อย่างต่อไปนี้ (นภาพรณ อัจฉริยะกุล และ รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2539, น. 396-399, อ้างถึงใน นิภากร กำจรเมฆกุล, 2540, น. 21)

เกณฑ์การเลือกใช้สื่อ

1. ความสามารถของสื่อในการเข้าถึงผู้รับสาร คือ การนำคุณสมบัติของสื่อมาใช้ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อในการสื่อสาร คุณสมบัติเหล่านี้ประกอบด้วย

1.1 ความสามารถของสื่อในการทำให้ผู้รับเกิดความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว

1.2 ความสามารถของผู้รับสารในการเป็นเจ้าของสื่อ สื่อแต่ละสื่อมีราคาที่แตกต่างกัน สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่คนเลือกไว้ใช้ประจำแทบทุกบ้าน เพราะราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับวิทยุโทรทัศน์

1.3 ความครอบคลุมของสื่อ หมายถึงความสามารถของสื่อในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เป็นอัตราร้อยละของการครอบครองสื่อใด ๆ ของจำนวนครัวเรือนในอาณาบริเวณที่กำหนด

2. งบประมาณในการซื้อสื่อ สื่อต่าง ๆ มีราคาถูกแพงตลอดจนคุณสมบัติที่ต่างกัน ถ้าผู้ซื้อสื่อมีงบประมาณมาก โอกาสที่จะเลือกสื่อหลาย ๆ ประเภท หรือสื่อที่มีราคาสูงตลอดจนการกำหนดความถี่ในการสื่อสารย่อมมีมากกว่า อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อเพียงอย่างเดียว ไม่ได้เป็นตัวกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร แต่ขึ้นอยู่กับความรู้จักจัดสรรงบประมาณในการเลือกซื้อสื่อ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารเป็นไปตามเป้าหมาย

3. การพิจารณาเลือกใช้เนื้อที่ หรือเวลาของสื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่น สื่อที่เป็นป้ายประชาสัมพันธ์ของวัด ควรมีการบอก วัน เวลา ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ เพื่อให้ผู้ที่ขับรถผ่าน สามารถมองและเข้าใจได้ ในเวลาอันรวดเร็ว การเลือกเนื้อที่ หรือเวลาที่ถูกต้องเหมาะสม จะทำให้สารที่ส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและเป็นจำนวนมาก ทำให้การส่งสารแต่ละครั้งเป็นไปอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

4. การเลือกสื่อที่มีลักษณะเฉพาะและเหมาะสมกับเนื้อหาสาร เช่น นอกจากจะมีการบอก วัน เวลา ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่แล้วนั้น ก็ควรมีการลงรูปภาพเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

5. การเลือกสื่อที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ เช่น การเลือกสื่อที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไป ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารเกิดความยอมรับและความเชื่อถือมากขึ้น

6. ความถี่ในการส่งสาร การส่งสารที่ต้องการให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายนั้น ถ้าหากผู้ส่งสารสามารถส่งสารได้เป็นจำนวนบ่อยครั้งเท่าใด ย่อมเป็นการย้ำในสาระของสารที่ทำให้ผู้รับนอกจากจะได้รับสารแล้วยังสามารถ ทำให้ผู้รับเกิดความจำอันอาจนำไปเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้

นอกจากแนวคิดเรื่องกลยุทธ์เนื้อหาสารและกลยุทธ์สื่อที่นำมาเป็นกรอบแนวความคิดในงานวิจัยนี้โดยตรงแล้วนั้น อีกหนึ่งแนวความคิดที่มีกรอบแนวความคิดที่สามารถนำมาใช้ประกอบในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ โดยยังคงอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คือ

แนวคิดเรื่องสื่อบุคคล โดยในที่นี้ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดเรื่องสื่อบุคคลเข้ามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงบทบาท อิทธิพล และประสิทธิผล ของหลวงพ่อบุญและพระน้ำฝน

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล

สื่อบุคคล เป็นเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารโดยใช้ตัวบุคคลเป็นสื่อกลางในการนำส่งข่าวสาร การใช้ตัวบุคคลเป็นสื่อกลางในการสื่อสารมีมานานพร้อม ๆ กับวิวัฒนาการการสื่อสารของมนุษย์ ตั้งแต่มนุษย์ยังไม่รู้ภาษาเป็นคำพูด จนรู้จักใช้ภาษาที่ใช้คำพูด เราได้ยินคำว่า พ่อสื่อ แม่สื่อ มาเร็ว จนถึงผู้นำทางความคิด ตลอดจนไปบุคคลที่เป็นผู้แสดงในสื่อพื้นบ้าน เช่น นายหน้าหนังตะลุง ผู้แสดงลิเก ลำตัด หมอลำ ฯลฯ บุคคลต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นบุคคลที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดสาร เรื่องราวไปสู่บุคคลอื่นทั้งสิ้น แม้เทคโนโลยีการสื่อสารปัจจุบันจะก้าวหน้าไปเพียงไรก็ตาม สื่อบุคคลก็มิได้ด้อยความสำคัญ และยังคงทำบทบาทหน้าที่ถ่ายทอดสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีลักษณะการสื่อสารแบบเผชิญหน้า ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกับกลุ่มก็ตาม ลักษณะการสื่อสารแบบนี้จึงเอื้ออำนวยให้สามารถแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับต่อกันและกันได้ทันที อีกทั้งยังใช้ประโยชน์จากปฏิกิริยาป้อนกลับดังกล่าวเป็นข้อมูลในการปรับการสื่อสารระหว่างกันให้เหมาะสมได้อย่างทันที (บุษบา สุธีธร, 2540, น. 42)

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2549, น. 382) ได้กล่าวไว้ว่า “สื่อบุคคล” ในฐานะที่เป็นสื่อชนิดหนึ่ง ย่อมมีคุณสมบัติร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นสิ่งที่แบกรับเนื้อหาและความหมาย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก “สื่อบุคคล” เป็นสื่อที่เป็นมนุษย์ ดังนั้น สื่อบุคคลจึงมีลักษณะบางอย่างที่เฉพาะตัว ซึ่งด้วยลักษณะของสื่อบุคคลดังต่อไปนี้ มีทั้งในส่วนที่เป็นข้อดีและเป็นข้อจำกัดบางประการ ดังนี้

1. สื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่นสูงมาก เป็นลักษณะที่เป็นข้อดีของสื่อบุคคล ซึ่งสามารถใช้กลยุทธ์ที่ยืดหยุ่น เพื่อพลิกแพลงไปตามช่วงเวลาและสถานการณ์ได้
2. สื่อบุคคลมีโอกาที่จะใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระบวนทัศน์ การแก้ไขปัญหาแบบทางเลือก (Alternative Paradigm) และใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้สูงกว่าแบบอื่น ๆ ซึ่งการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จะมีลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ลักษณะการไหลของข่าวสารมีแบบรอบทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และการสื่อสารแนวนอน ซึ่งทำให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกิริยาโต้ตอบกัน (Interaction) ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการตลอดเวลา
3. เป็นสื่อที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ แม้ว่าสื่อบุคคลจะมีลักษณะร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ คือ มีทั้งข้อเด่นและข้อจำกัด แต่สื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเฉพาะในความเป็น “มนุษย์” ที่ไม่เหมือนสื่อประเภทอื่น ๆ ที่เป็นวัตถุสิ่งของ แต่ข้อเหมือนที่สื่อบุคคลมีร่วมกับสื่อ

ประเภทอื่น ๆ ก็คือ สามารถพัฒนาได้ และศักยภาพในฐานะมนุษย์ก็ทำให้สามารถพัฒนาได้อย่างไม่รู้จบ

4. เป็นสื่อที่มีการสื่อสารภายในจิตใจ เพราะสื่อประเภทอื่นไม่สามารถที่จะทำการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ได้ ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นคน ๆ เดียวกัน ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารนี้ก็เช่น การขบคิด การทบทวนไตร่ตรอง การทำสมาธิ การเขียนไดอารี่ การพูดกับตัวเอง การลงมือทำงานศิลปะ การเล่นกีฬา ฯลฯ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารระดับนี้ มีแต่สื่อบุคคลเท่านั้นที่สามารถทำได้

5. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีเจตนา/แรงจูงใจ ลักษณะดังกล่าว เป็นข้อจำกัดของสื่อบุคคล เนื่องจากผู้รับสารไม่สามารถรับรู้ได้ว่า ผู้ส่งสารในฐานะสื่อบุคคล มีเจตนาหรือแรงจูงใจอย่างไร อย่างไรก็ตามด้วยคุณสมบัติที่เป็นมนุษย์คนหนึ่ง ทำให้สื่อบุคคลแตกต่างไปจากกล้องถ่ายรูปตัวหนึ่ง กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้น สื่อบุคคลจะไม่ทำหน้าที่เป็นเพียง “สะพานที่ไร้เจตจำนง” เท่านั้น แต่ว่า ในสื่อบุคคลนั้น จะมีเจตนา/แรงจูงใจ (Motive) ในการส่งสารอยู่เสมอ

6. สื่อบุคคล มีทั้งมิติที่เป็น “เรื่องส่วนตัว” และ “เรื่องการทำงาน/ส่วนรวม” เนื่องจากลักษณะที่เป็นมนุษย์นี้เอง ทำให้สื่อบุคคลมีลักษณะพิเศษกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ คือ เป็นสื่อที่มีเรื่องส่วนตัว มีชีวิตครอบครัว และมีเรื่องชีวิตการทำงาน ควบคู่ไปพร้อม ๆ กัน โดยมีมิติเหล่านี้จะเข้ามาพัวพันเกี่ยวโยงอยู่กับเรื่องการสื่อสารอย่างแยกกันไม่ออกตลอดเวลา

7. สื่อบุคคลมีลักษณะหลายใบหน้า/หลายสถานะ (Multi-Faceted Media) ไม่ว่าจะเป็นมิติทางด้านการสื่อสาร ที่สื่อบุคคลมีฐานะเป็นได้ทั้ง ผู้ส่งสาร (Sender) ช่องทาง/สื่อ (Channel) และเป็นได้ทั้งตัวเนื้อหาเอง (Message) รวมไปถึงมิติทางสังคม อันเป็นคุณลักษณะทางสังคมที่ติดตัวมาด้วย เช่น เพศ ทางการศึกษา สถานะ ฯลฯ และมีมิติทางประวัติศาสตร์ ว่าสื่อบุคคลนั้นทำงานคู่กับชุมชนหรือสาธารณะมานาน้อยเพียงใดแล้ว ซึ่งมิตินี้เป็นที่มาของแนวคิดเรื่อง “ความน่าไว้วางใจ” อันเป็นลักษณะที่สำคัญของสื่อบุคคล

นอกจากนี้ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, น. 12) ได้กล่าวถึงข้อดี-ข้อเสียเปรียบของสื่อบุคคลไว้ว่า

สื่อบุคคลมีข้อดี เพราะเป็นสื่อที่เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง ซึ่งทั้งสองฝ่ายคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีโอกาสที่จะโต้ตอบกันได้ทันที ต่างฝ่ายต่างได้เห็นปฏิกิริยา (Feedback) ของกันและกัน ซึ่งจะช่วยให้การสื่อสารกันได้เข้าใจและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น หรือถ้าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดยังมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ยังสงสัยหรือไม่เข้าใจก็อาจถามตอบกันได้ทันทีจนสามารถทำความเข้าใจกันได้ในขณะนั้น

ส่วนข้อเสียเปรียบ คือ เป็นสื่อที่มีขอบข่ายการครอบคลุม (Coverage) ได้ไม่กว้างขวางนัก ครอบคลุมประชาชนเป้าหมายได้น้อยมาก เพราะถ้าหากกลุ่มประชาชนเป้าหมายมีมากเกินขอบเขตอำนาจครอบคลุมแล้ว การใช้สื่อบุคคลก็อาจจะไม่เอื้อต่อประสิทธิผลของการใช้สื่อในการเข้าถึง (Reach) กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายได้

อิทธิพลและประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

สื่อบุคคลมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคล เพราะเป็นการสื่อสารที่มีความเป็นกันเองและมีความเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดเห็นได้ง่ายขึ้น (Lazarsfeld & Manzel, 1968, อ้างถึงใน ทศนีย์ เชนวิถีสุข, 2546, น. 42) นอกจากนี้ รายงานการวิจัยต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา หรือการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) นี้ มีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าวหรือชักจูงใจ เพราะเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจ ก็สามารถที่จะซักถามหรือขอคำยืนยันจากแหล่งสารได้โดยทันทีในระยะเวลาอันรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม เกตินี จุฑาวิจิตร (2542, น. 86-88) ยังกล่าวเพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยที่สำคัญของการใช้สื่อบุคคลว่า มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ เพราะสื่อบุคคลในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่ ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ในที่นี้ คือ ระดับของความรู้สึที่ผู้รับสารรู้สึก ว่าผู้ส่งสารเป็นที่น่าไว้วางใจ (Trustworthy) และมีความสามารถ (Competent) ถ้าผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึกว่าคุณส่งสารหรือผู้นำความคิดเห็นนั้นมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น

2. ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจหรือพึงพอใจในการได้พบเห็นพูดคุย เช่นเดียวกับการโฆษณาสินค้าที่นิยม นำดารารายานันต์ ศิลปินเพลง หรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้แสดงโฆษณาสินค้า ทั้ง ๆ ที่บุคคลผู้นั้นอาจไม่ใช่ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือหรือผู้เชี่ยวชาญในตัวสินค้านั้น ๆ โดยเฉพาะ แต่เป็นเพียงผู้ที่มีบุคลิกภาพน่าสนใจ ซึ่งก็ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและคล้อยตามข่าวสารได้

3. ความคล้ายคลึง (Similarity) สื่อบุคคลหรือผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้รับสาร เพราะความคล้ายคลึงนี้จะทำให้เกิดความรู้สึกเข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกัน ชอบพอและไว้วางใจ

นอกจากผู้ส่งสารจะต้องมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ น่าดึงดูดใจ และมีความคล้อยคลึงกับผู้รับสารแล้ว ลักษณะของข่าวสารที่ทำให้ผู้ส่งสารได้รับความน่าเชื่อถือ และทำให้ผู้รับสารเห็นด้วยหรือคล้อยตาม ควรจะมีลักษณะดังนี้ เป็นข่าวสารที่ตรงตามข้อเท็จจริง ไม่อวดอ้างจนเกินเลย และมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุน ทั้งนี้ข่าวสารและเหตุผลดังกล่าวควรจะมี ความสอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย เพราะบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะยอมรับข่าวสารที่สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ตนเองมีมาก่อน

ในด้านประสิทธิภาพของสื่อบุคคลนั้น โรเจอร์ และ ชูเมเคอร์ (Rogers & Shoemaker, 1971, อ้างถึงใน ชรัมพร จิตต์โกศล, 2547, น. 39-40) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับสารนั้น ควรใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลจะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการรับสารนั้น นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ซึ่งมีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อหาผลการวิจัยในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการจัดการภายในวัดไผ่ล้อม ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่องของการสื่อสารเพื่อการจัดการมาเป็นอีกหนึ่งกรอบแนวความคิด เพื่อนำไปประกอบกรวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้ ได้อย่างเหมาะสม

อีกหนึ่งแนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้ คือ แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์ เป็นหนึ่งประเด็นศึกษาหลักที่มีผลเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้โดยตรง ในเรื่องของ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยยังคงเป็นหนึ่งใน การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้เพราะวัดไผ่ล้อมได้มีความเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของวัดมาโดยตลอด และยิ่งในช่วงระยะเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมา ช่องทางการสื่อสารของวัดไผ่ล้อม เริ่มขยายวงกว้างมากขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น ซึ่งสามารถครอบคลุมกับผู้รับสารได้เป็นอย่างมาก ซึ่งแนวคิดการประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1.3 แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์

แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาความสามารถด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ในประเด็นของลักษณะการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของวัดไผ่ล้อม ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ บทบาทหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ มาใช้ศึกษาดังนี้

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

วิรัช ฤทธิธนกุล (2545, น. 12) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสาร หรือการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นและข่าวสาร

จากหน่วยงานหรือองค์กรด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งสองฝ่าย คือ องค์กรและกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้นวัตถุประสงค์สำคัญของประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างสรรค์ความเข้าใจอันดีกับประชาชน ตลอดจนการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน เพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงานและความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น

บทบาทหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์

บทบาทหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ มีมากมายหลายประการ เช่น หน้าที่ในการประกาศเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือ กิจกรรมใด ๆ ขององค์กรให้บุคลากรภายนอกทราบว่าองค์กรมีข่าวสารหรือกิจกรรมอะไรบ้าง หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร หน้าที่ในการจูงใจ เช่น จูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมัน หน้าที่ในการศึกษา สร้างภาพพจน์ที่ดี แก่ไขทัศนคติเชิงลบ สร้างความเข้าใจ เป็นต้น

เครื่องมือการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ คือ ช่องทางที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ผู้รับสารได้รับทราบ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประเพณี สื่อสมัยใหม่ รวมไปถึงการสื่อสารโดยการใช้เครื่องมือผ่านสื่อมวลชน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญไปที่การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเปิดโอกาสให้เยี่ยมชมและการปรากฏตัวในรายการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สื่อมวลชนสัมพันธ์

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ถือว่าเป็นรากฐานของการประชาสัมพันธ์ องค์กรต่าง ๆ ต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ไม่ว่าบริษัทจะทำกิจกรรมที่ดีเพียงใดก็ตามการประชาสัมพันธ์จะไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้ ถ้าสื่อมวลชนไม่ให้ความสนใจในกิจกรรมของบริษัท หรือไม่เผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ กับบริษัท ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน มีหลักการหลายประการ ตัวอย่างเช่น ให้ความสำคัญกับสื่อมวลชน ไม่แสดงอาการถือชั้นวรรณะแต่อย่างใด ให้ความร่วมมือในการให้ข่าว หรือในการให้สัมภาษณ์ เป็นต้น

2. การเปิดโอกาสให้เยี่ยมชม

การเปิดโอกาสให้บุคคลมาเยี่ยมชมบริษัท เป็นอีกวิธีการหนึ่งซึ่งสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับบริษัทได้ เพราะนอกจากจะให้กับกลุ่มเป้าหมายได้มาเห็นกระบวนการทำงานของบริษัท การผลิตสินค้าของบริษัท เครื่องจักร เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ทันสมัยของบริษัทแล้ว ยังมี

โอกาสได้ทราบข้อเท็จจริงอื่น ๆ ที่บริษัทต้องการให้ทราบ ไม่ว่าจะเป็นปรัชญาการทำงานของบริษัท ความเจริญก้าวหน้าของบริษัท ซึ่งเป็นข้อมูลที่ดีที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัท นอกจากนั้นแล้วยังเปิดโอกาสให้ได้ทดลองใช้สินค้าอีกด้วย การเปิดโอกาสให้เยี่ยมชมอาจเป็นการจัดให้สื่อมวลชนดูงานหรือเยี่ยมชม (Press tour) ก็ได้ ซึ่งนับเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่คุ้มค่า เพราะ

2.1 สื่อมวลชนได้เห็นของจริงด้วยตัวเอง เป็นสร้างความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี

2.2 สื่อมวลชนสามารถเลือกมุมมองต่าง ๆ ที่จะนำเสนอได้ด้วยตัวเอง ไม่ใช่เป็นการกำหนดมุมข่าวจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัท ซึ่งจะทำให้สื่อมวลชนมีความเชื่อมั่นสบายใจ และข้อมูลที่สื่อมวลชนนำเสนอมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการที่เราส่งข่าวไปให้เขาเขียน

2.3 พื้นที่ในสื่อ และจำนวนนาที่ที่สื่ออุทิศให้กับการทำรายการ หรือข่าวที่เขาไปพบประสบมาด้วยตัวเองนั้นมักจะมีมูลค่าสูงกว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ไปกับการจัดนำเยี่ยมชมถึง 4-5 เท่าตัว

2.4 การจัดนำชมไปด้วยกันนั้นทำให้เกิดความสนิทสนมระหว่างผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของบริษัท กับสื่อมวลชน เป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี

2.5 การที่สื่อมวลชนได้ไปถึงสถานที่จริงนั้น เรามีโอกาสที่จะให้ข้อมูลเขาได้อย่างเต็มที่ผ่านสื่อต่าง ๆ

3. การปรากฏตัวในการรายการ

การที่ผู้บริหารของบริษัทต่าง ๆ ออกรายการใดรายการหนึ่งทางโทรทัศน์หรือวิทยุเพื่อให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็น หรือกล่าวสุนทรพจน์ หรือให้ข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องทางตรงหรือทางอ้อมเกี่ยวกับสินค้าของบริษัทนั้น เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ได้ทั้งโอกาสในการเผยแพร่เรื่องราวของบริษัทและสินค้า และยังสามารถที่จะสร้างภาพพจน์ของการเป็นผู้บริหารที่เก่งที่มีวิสัยทัศน์ได้อีกด้วยการได้รับเชิญให้ออกรายการ

1.4 การสื่อสารเพื่อการจัดการ

การสื่อสารเพื่อการจัดการเป็นการสื่อสารในการบริหารองค์กร เพื่อให้งานขององค์กรดำเนินไปได้ และสร้างความสัมพันธ์ความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

วิธีการสื่อสารในองค์กร

พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ (2541, น. 88) กล่าวว่า วิธีการสื่อสารทั่วไปที่ใช้ในองค์กรจะประกอบด้วยวิธีการสื่อสารหลัก ๆ คือ การสื่อสารด้วยภาษาพูด (Oral Communication) การสื่อสารด้วยภาษาเขียน (Written Communication) โดยมีลักษณะการสื่อสารทั้งที่ไม่เป็นทางการ (Informal) และเป็นทางการ (Formal)

1. การสื่อสารด้วยภาษาพูด

- การสื่อสารด้วยภาษาพูดที่เป็นทางการ ได้แก่ การสื่อสารส่วนตัว การสัมภาษณ์ การให้คำปรึกษา การสื่อสารทางไกล
- การสื่อสารด้วยภาษาพูดที่เป็นทางการ ได้แก่ การประชุม การให้คำสั่ง ข้อแนะนำ การให้นโยบายต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนการสื่อสารด้วย

2. การสื่อสารด้วยภาษาเขียน

- ภาษาเขียนที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ บอร์ดประกาศ ข่าวย่อรายวัน
- ภาษาเขียนที่เป็นทางการ ได้แก่ จดหมายข่าวบริหาร รายงานองค์กร เป็นต้น

การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร

การสื่อสารในองค์กร มีการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่แบ่งตามระดับบุคลากรในองค์กรได้ 3 ระดับ คือ

1. การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังบุคลากรระดับต่าง ๆ

การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชา ไปยังบุคลากรระดับต่าง ๆ เรียกว่า การสื่อสารในแนวดิ่ง (Downward Communication) ที่เป็นการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง เช่น การสั่งงาน การกำกับดูแล การวางเป้าหมาย นโยบาย แนวปฏิบัติ การประเมิน เป็นต้น การสื่อสารลักษณะนี้ใช้กันมากที่สุด เพราะเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ส่งสารมีความตั้งใจ มีความชัดเจน และมีเป้าหมายของการสื่อสารในแต่ละครั้งอยู่แล้ว แต่ปัญหาที่มักพบคือ เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ซึ่งทำให้ขาดข้อมูลย้อนกลับ

2. การสื่อสารจากบุคลากรระดับต่าง ๆ ไปยังผู้บังคับบัญชา

การสื่อสารจากบุคลากรระดับต่าง ๆ ไปยังผู้บังคับบัญชา หรือที่เรียกว่า การสื่อสารในแนวตั้ง (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น หรือสภาพปัญหาข้อขัดข้องต่าง ๆ หรือรายงานผลการปฏิบัติงาน

1.5 การสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง

พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ (2541, น. 88) นำเสนอว่า พฤติกรรมการแก้ไขความขัดแย้งของแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลและแต่ละคนก็จะใช้วิธีการแก้ไข ปัญหาแต่ละเรื่องไม่เหมือนกันทุกครั้ง วิธีการที่ใช้กันวิธีหนึ่ง ได้แก่ การเผชิญหน้า โดยอาจใช้

อำนาจที่เหนือกว่า ลงโทษ กลั่นแกล้ง ทำให้เกิดการแพ้ชนะ วิธีนี้อาจจะแก้ไขปัญหได้เพียงระยะสั้น ๆ อาจจะมีคลื่นใต้น้ำและเหตุการณ์ต่อเนื่องภายหลังอีกได้

ในการเผชิญหน้ากับปัญหาต่าง ๆ นั้น มีเทคนิคในการแก้ไขปัญหหลายประการ เราสามารถที่จะประยุกต์หลาย ๆ เทคนิคเข้าด้วยกันเพื่อให้การสื่อสารและการทำวาทกับผู้อื่นมีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด เทคนิคที่ควรนำมาใช้ ได้แก่

1. การรับฟัง
2. การให้คำแนะนำผู้อื่น ให้สามารถคิดและแก้ไขปัญหด้วยตนเอง
3. การทำให้ผู้อื่นสามารถคิดและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบ
4. เจรจาหาทางแก้ไขเมื่อมีปัญหา
5. มองตัวปัญหาเพื่อหาสาเหตุ

ธีรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2533, น. 43) กล่าวสรุปว่า การแก้ไขข้อขัดแย้งมีวิธีการแก้ไขอยู่หลายวิธีด้วยกันแต่วิธีที่ใช้กันมากก็คือ การปรึกษาหารือ การเจรจา การตกลงกัน การไกล่เกลี่ย และวิธีตั้งผู้ตัดสินชี้ขาด ซึ่งแต่ละวิธีก็มีลักษณะเฉพาะตัวของมันเอง ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ที่มีส่วนร่วมในปัญหานั้น ๆ

โกนัท และ เพอร์ริโก (Gaunt & Perrigo, 1997, p. 15) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะของความขัดแย้งว่า มี 5 รูปแบบ คือ

1. แบบแข่งขัน (Competition)
2. แบบโอนอ่อนผ่อนตาม (Accommodation)
3. แบบหลบเลี่ยง (Avoidance)
4. แบบประสานประโยชน์ (Compromise)
5. แบบให้ความช่วยเหลือร่วมมือ (Collaboration)

1. แบบแข่งขัน

การจัดการกับความขัดแย้งแบบแข่งขันมีลักษณะเป็นแบบ ชนะ-แพ้ (Win-Lose Strategy) คือ มุ่งไปที่ความสำเร็จ หรือชนะสถานเดียว การจัดการความขัดแย้งแบบนี้เหมาะสำหรับกรณีที่วิธีการอื่นใช้ไม่ได้ผลแล้ว หรือประเด็นความขัดแย้งนั้นไม่เป็นที่นิยมหรือจำเป็น ต้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือในกรณีที่จำเป็นต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

2. แบบโอนอ่อนผ่อนตาม

ในทางตรงกันข้ามกับแบบแข่งขัน การจัดการความขัดแย้งแบบโอนอ่อนผ่อนตามมีลักษณะเป็นแบบ แพ้-ชนะ (Lose-Win style) ซึ่งเรายอมที่จะแพ้ และยอมให้คู่ขัดแย้ง

เป็นฝ่ายชนะ การจัดการแบบนี้ใช้เมื่อต้องการรักษาความสัมพันธ์ หรือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญยิ่งต่อผู้อื่น ในขณะที่ไม่ใช่ประเด็นที่สำคัญนักสำหรับเรา ไม่เช่นนั้นก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้อื่น

3. แบบหลบเลี่ยง

เป็นการจัดการความขัดแย้งแบบที่เรียกว่า แพ้-แพ้ (Lose-Lose approach) แบบหลบเลี่ยงนี้ เป็นการเลี่ยงที่จะไม่พูด ไม่ถาม ถึงประเด็นที่เป็นความขัดแย้งทั้งสองฝ่าย เมื่อใช้ตามลำพัง กลยุทธ์นี้ค่อนข้างได้ผลในการแก้ปัญหาความขัดแย้ง อย่างไรก็ตามหลายคนใช้วิธีการนี้ เพราะคิดว่าปัญหานั้นเป็นเรื่องเล็กน้อย ไม่เช่นนั้นก็เพราะไม่รู้จะจัดการอย่างไรกับปัญหาความขัดแย้ง แต่ปัญหาก็คือ ถ้าละเลยปัญหาหรือปล่อยทิ้งไว้เช่นนั้นนานเกินไป จะทำให้เกิดความอึดอัดคับข้อง และทำลายความสัมพันธ์ได้ อย่างไรก็ตามเวลาดูจะเป็นสิ่งที่เหมาะสมกับวิธีแบบนี้ เพราะการหลบเลี่ยงปัญหาไปก่อนโดยอาศัยระยะเวลาทำให้แต่ละ ฝ่ายสงบลง และมีโอกาสวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้

4. แบบประนีประนอม

แบบประนีประนอมนั้น ทั้งสองฝ่ายต่างมุ่งมั่นที่จะให้และรับ (give and take) หรือเรียกว่า แบบ ชนะ / แพ้-ชนะ / แพ้ (Win / Lose-Win / Lose) การจัดการความขัดแย้งแบบประนีประนอม เหมาะที่จะใช้กับเรื่องทั่วไปที่ไม่เกี่ยวกับเรื่องของอำนาจ หรือเพื่อแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่ยากลำบากที่ต้องการข้อสรุป หรือในกรณีที่ต้องรักษาความสัมพันธ์ไว้

5. แบบให้ความช่วยเหลือร่วมมือ

การจัดการความขัดแย้งแบบให้ความช่วยเหลือร่วมมือ เป็นการจัดการที่ถือว่าเป็นแบบ ชนะ-ชนะ (Win-Win Style) กล่าวคือ ทั้งสองฝ่ายต่างเข้าใจในจุดยืนหรือสถานการณ์ของอีกฝ่ายหนึ่ง และทำความตกลงร่วมกันด้วยความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การจัดการด้วยวิธีนี้ใช้เมื่อทั้งสองฝ่ายต่างต้องการแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ หรือเมื่อระดับความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีสูง และเปิดใจกันทุกเรื่อง เพื่อระดมปัญหาที่มีมาก่อนหน้าซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าในทางความสัมพันธ์

ส่วนการใช้รูปแบบการจัดการความขัดแย้งรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้ ประการแรก ต้องตระหนักว่าแต่ละรูปแบบก็มีกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับปัญหาที่มีความเฉพาะตัว โดยคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องและผลที่จะเกิดขึ้น ประการต่อมาคือ ถ้าวิธีการหนึ่งล้มเหลว ก็สามารถเลือกวิธีการอื่น ๆ มาจัดการกับความขัดแย้งได้

2. ทักษะในการสื่อสาร

ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) หมายถึง ความสามารถ หรือทักษะที่จะนำความรู้เกี่ยวกับการใช้รูปแบบ วิธีการสื่อสารไปใช้ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ได้แก่ ทักษะที่นำมาใช้ในปฏิสัมพันธ์ในการทำงานให้ บรรลุเป้าหมาย เช่น ทักษะในการให้คำแนะนำ / รับฟังคำแนะนำ ทักษะในการฟัง ทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะในการตัดสินใจ ทักษะการโน้มน้าวใจ เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงความสามารถเชิงทักษะในการสื่อสารที่เรียกว่า

เทคนิคการ อ่านใจ (Mind reading technique) ซึ่งอาจจะไม่สื่อกันด้วยคำพูดตรงไปตรงมาแต่คาดหวังให้คู่ปฏิสัมพันธ์รู้ความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นแต่เพียงทักษะในการสื่อสารที่สามารถใช้ในการปฏิบัติ งานทั่วไป แต่อาจเรียกได้ว่าเป็นทักษะเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ เพราะมีส่วนช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้กับคู่ปฏิสัมพันธ์

แนวคิดการสื่อสารหนึ่งที่มีความสอดคล้องกับการใช้ทักษะในการสื่อสาร ก็คือด้านการสื่อสารเชิงวัจนะ และเชิงอวัจนะซึ่งจะมีประโยชน์ในการหาความสำคัญของการสื่อสารเพื่อการสอนธรรมะหรือเทศนา ทั้งนี้เนื่องจากการที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเบื้องต้น พบว่าการสื่อสารเพื่อการสอนธรรมะหรือเทศนาของพระครูมงคลสิทธิการและพระครูปลัดสิทธิวัฒน์ เป็นการสื่อสารที่มีการใช้การสื่อสารทั้งในส่วนของน้ำเสียง ลีลา ท่าทาง และการสื่อสารแบบที่มีคำพูด โดยที่มีรูปแบบในการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของหลวงพ่อบุญและพระน้ำฝน ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาประเด็นดังกล่าว ดังนั้น จึงขอนำเสนอแนวคิดเรื่องการสื่อสารเชิงวัจนะและเชิงอวัจนะ ดังนี้

แนวคิดด้านการสื่อสารเชิงวัจนะและเชิงอวัจนะ

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2533, น. 85) กล่าวว่า ตามปกติแล้วการสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์เป็นถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication) มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารที่ใช้สัญลักษณ์ที่ไม่ใช่ถ้อยคำ หรือ การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non-Verbal Communication) อยู่เสมอทั้งสองอย่างนี้มีความสัมพันธ์ต่อกันมาก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การสื่อสารเชิงวัจนะ

ในการสื่อสารเชิงวัจนะสภาพแวดล้อมของภาษาส่งผลต่อลักษณะของถ้อยคำและเนื้อหาที่สื่อสาร เช่น ในทางศาสนา ประโยคที่ใช้ในการพูดคุยกันมีแนวโน้มเป็นไปในเรื่องของบาปบุญคุณโทษ ในทางวิทยาศาสตร์ ประโยคที่ใช้ในการพูดก็จะเป็นไปในลักษณะการคาดคะเน

ปรากฏการณ์ต่าง ๆ หรือเป็นการอธิบายด้วยเหตุและผล ถ้านักวิทยาศาสตร์ใช้ภาษาทางวิทยาศาสตร์ สันทนาธรรมกับพระสงฆ์ การสื่อสารครั้งนั้นอาจจะไม่ราบรื่นเท่าที่ควร ดังนั้น สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของภาษาก็คือ ความต้องการภาษา “ที่เหมาะสม” ถ้าเราคำนี้ถึงสภาพแวดล้อมของภาษาในข้อนี้ เราก็จะถามตัวเองว่า ใครคือผู้ที่เรากำลังพูดด้วย และภาษาของเราจะเป็น ไปในลักษณะใด หากเราไม่ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ภาษาหรือถ้อยคำต่าง ๆ ที่ใช้ ก็คงจะไม่สามารถทำหน้าที่สื่อความหมายได้ด้วยดี

ท่วงทีลีลาของวัจนภาษาเป็นผลผลิตของการเลือกสรรและเรียบเรียงถ้อยคำ ประโยคของบุคคล แต่ละคนจะเลือกใช้ถ้อยคำต่างกันในการแสดงออกถึงความคิดของเขา และคนเราทุกคนย่อมมีบุคลิกภาพในการพูดในแบบของตนเอง และยังมีความแตกต่างกัน ในแต่ละสภาพการณ์อีกด้วย นั่นคือในคนคนเดียวจะใช้ท่วงทีลีลาการพูดที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับกาลเทศะต่าง ๆ

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2533, น. 60) ได้อธิบายว่า การที่จะให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายที่ผู้พูดพูด ผู้พูดจะต้องเข้าใจเสียก่อนว่าตนต้องการสื่อความคิดอะไรออกไป จากนั้นคำพูดจึงทำหน้าที่ในการสื่อสารความคิดนั้น ฉะนั้น ความเข้าใจในการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ควรจะต้องประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

1. ผู้พูดต้องเข้าใจในความคิดของตนเองอย่างกระจ่างชัดและสื่อความหมายออกไปได้อย่างถูกต้อง
2. ผู้ฟังต้องพยายามเข้าใจในความหมายที่ผู้พูดสื่อความมาให้ คือ ตั้งใจฟังในสิ่งที่ผู้พูดพูด การสื่อสารมักจะเกิดความเข้าใจผิดอยู่เสมอ ความหมายของถ้อยคำจะเปลี่ยนไปได้เสมอในความคิดของแต่ละบุคคล เมื่อเรามีการรับรู้ใหม่ มีทัศนคติใหม่ หรืออาจสืบเนื่องมาจากการได้อ่าน ได้ฟัง หรือได้สัมผัสด้วยตนเอง

ซึ่งความหมายของถ้อยคำ มีระดับแตกต่างกัน Hubert G. Alexander (อ้างถึงใน ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533, น. 60) ได้แบ่งระดับความหมายของถ้อยคำไว้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ความหมายโดยเจตนาของผู้พูด (Intentional Meaning)
2. ความหมายโดยเนื้อหา (Content Meaning)
3. ความหมายโดยนัย (Significative Meaning)
4. ความหมายโดยการตีความของผู้ฟัง (Interpreted Meaning)

1. ความหมายโดยเจตนาของผู้พูด หมายถึง ความหมายที่ถูกต้องสมบูรณ์ในความคิดของผู้พูดและเป็นความหมายที่ผู้พูดต้องการสื่อให้ผู้ฟังรับรู้ ซึ่งหากมีความชัดเจนในความคิด และถ้ามีทักษะการใช้ถ้อยคำมากเพียงใด ก็จะทำให้สามารถถ่ายทอดความคิดได้ดีเพียงนั้น สิ่งที่จะต้องคำนึงถึง คือ เนื้อหาหรือความคิดที่จะพูด ความสามารถรับรู้ของผู้ฟัง และการเลือกใช้ถ้อยคำ ซึ่งมีข้อควรพิจารณาประการสำคัญ ๆ คือ ความชัดเจน ความมีพลัง และความมีชีวิตชีวา

2. ความหมายโดยเนื้อหา เราใช้ถ้อยคำสื่อความคิดหรือเนื้อหาต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร คำที่สามารถเข้าใจได้ง่ายชัดเจนเข้าใจได้ทันที ไม่ต้องเชื่อมโยงไปยังความหมายอื่น ๆ ของคำอีก เรียกได้ว่าเป็นคำที่มีความหมายโดยตรงสูง เป็นคำที่มีความหมายโดยเนื้อหา

3. ความหมายโดยนัย คำบางคำเมื่อผู้ฟังได้ยินก็จะตีความได้ชัดเจนทันที แต่บางคำต้องนิยามความหมาย มิฉะนั้น อาจจะตีความไปคนละแง่คนละมุม ถ้อยคำประเภทนี้ เป็นถ้อยคำที่มีความหมายโดยนัย สิ่งที่สำคัญที่สุดของความหมายโดยนัยก็คือ การตีความ ฉะนั้นในกรณีที่ใช้ถ้อยคำที่มีความหมายระดับนี้มาก จึงมีโอกาที่จะสูญเสียความหมายในการสื่อสารสูง

4. ความหมายโดยการตีความของผู้ฟัง ความหมายของถ้อยคำจะเกิดขึ้นทันทีเมื่อเราได้ฟัง โดยจะเชื่อมโยงเข้ากับประสบการณ์เดิมหรือกรอบอ้างอิงที่มีอยู่ก่อน แล้วเราก็จะสรุปเอาว่าความหมายที่เราตีความได้นั้น คือ ความหมายที่ผู้พูดต้องการ ซึ่งแท้ที่จริงแล้วในบางครั้งอาจจะเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนขึ้น ถ้าผู้พูดและผู้ฟังมีกรอบอ้างอิงแตกต่างกัน

2. การสื่อสารเชิงอวัจนะ

ด้วยเหตุที่พฤติกรรมเชิงอวัจนะสามารถสร้างความหมายได้ พฤติกรรมทั้งหมดคือการสื่อสาร ความครอบคลุมของพฤติกรรมเชิงอวัจนะมีอยู่รอบด้าน การแสดงออกทางถ้อยคำยังมีขอบเขต จำกัด แต่การแสดงออกที่นอกเหนือจากการใช้ถ้อยคำ เช่น ทางด้านน้ำเสียง ท่าทาง สีหน้า เกือบจะไม่มีขอบเขตจำกัดเลยก็ได้ และขณะเดียวกันก็มีความซับซ้อนอย่างมาก การสื่อสารเชิงอวัจนะนั้นมีแทรกอยู่ทุกหนทุกแห่ง ทุกเวลา และทุกสถานการณ์ กิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ล้วนเป็นข้อมูลแสดงออกถึงความหมายของการกระทำต่าง ๆ ของการสื่อสารเชิงอวัจนะ ได้แก่

1. รูปลักษณ์ของบุคคล
2. พฤติกรรมของเสียง
3. อากัปกริยาท่าทาง
4. การแสดงออกทางใบหน้า

1. รูปลักษณ์ของบุคคล รูปลักษณ์ของบุคคลได้แก่ ลักษณะรูปร่างและการแต่งกายของบุคคล ลักษณะรูปร่างของบุคคลอาจสร้างความหมายได้ แต่ไม่ใช่สิ่งที่ควบคุมได้ในสถานการณ์การพูด แต่เป็นเพียงข้อพึงระวังไว้ว่า สิ่งทั้งหลายที่ปรากฏของผู้พูดสามารถสร้างความหมายแก่ผู้ฟังได้เสมอแทบทั้งสิ้นอยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกัน การแต่งกายจะไม่ถูกพิจารณาเป็นพิเศษ แต่จะเกิดปัญหามากขึ้นอย่างแน่นอนถ้าผู้พูดสวมเสื้อผ้าหรือแต่งกายไม่เหมาะสม ไม่สุภาพ

2. พฤติกรรมของเสียง พฤติกรรมของเสียง หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ของการพูด คุณภาพของเสียง เช่น ระดับความดัง ความสูงต่ำของเสียง อัตราเร็วช้าในการพูด การหยุดเว้นระยะ เป็นต้น พฤติกรรมของเสียงมีผลกระทบต่อบุคลิกภาพ และมีอิทธิพลต่อการสื่อความในเรื่องระดับเสียง เสียงที่เปล่งออกมามีความสัมพันธ์กับความมีพลังและความภาคภูมิใจ ความดังของเสียงเป็นสิ่งที่สามารถใช้เรียกร้องความสนใจจากผู้ฟังได้ ใช้เน้นส่วนสำคัญของสิ่งที่พูด แต่เสียงที่เปล่งออกมามาก ๆ จะถูกตัดสินว่าเป็นการแสดงความก้าวร้าวหรือต่อต้าน มีความโกรธหรือมีอารมณ์ขุ่นเคือง ดังนั้นระดับความดังจึงต้องเหมาะสม

3. อากัปกริยาท่าทาง ส่วนประกอบของท่าทาง การวางตัว การเคลื่อนไหวร่างกาย เป็นสิ่งที่มีความหมายต่อการสื่อสาร เช่น การพยักหน้าอย่างจริงใจแสดงถึงการยอมรับ อากัปกริยาท่าทางมีส่วนช่วยเสริมข้อมูลข่าวสาร ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไปมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้ผู้พูดกับฟังเข้าใจตรงกันมากยิ่งขึ้น

4. การแสดงออกทางใบหน้า การแสดงออกทางใบหน้าเป็นพฤติกรรมเชิงอวัจนะที่สำคัญอีกส่วนหนึ่ง สิ่งสำคัญของการแสดงออกทางใบหน้า ได้แก่ การสบสายตาระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ผลการศึกษาของ Argly และ Dean (อ้างถึงใน ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533, น. 65) แสดงว่าผู้ฟังจะมีการสบสายตากับผู้พูดมากกว่าผู้พูดสบสายตากับผู้ฟังยังเป็นเรื่องส่วนตัวมากเท่าใด การสบสายตาก็จะมีน้อยมากเท่านั้น ในบางวัฒนธรรมจะห้ามการสบสายตา และบทบาทหนึ่งของการสบสายตาก็เพื่อค้นหาข่าวสาร และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม การศึกษานี้แสดงให้เห็นระดับความแตกต่างของการสบสายตา และให้ข้อสรุปว่า การสบสายตามีความสำคัญอย่างมากต่อการควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงความรู้สึกสนิทสนมระหว่างบุคคล

ทักษะในการสื่อสารเชิงอวัจนะเป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการสื่อสารเชิงอวัจนะ โดยมีข้อควรคำนึง คือ การแสดงออกของพฤติกรรมเชิงอวัจนะจะต้องเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์เหมาะสมกับผู้พูดแต่ละคน เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการสื่อสาร อวัจนสารที่แสดงออกจะต้องสอดคล้องกับวัจนสารที่แสดงออกในขณะนั้น และจะต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร ข่าวสารหรือกิจกรรมอะไรบ้าง หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร หน้าที่ในการจูงใจ เช่น จูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมัน หน้าที่ในการให้การศึกษา สร้างภาพพจน์ที่ดี แก่ไขทัศนคติเชิงลบ สร้างความเข้าใจ เป็นต้น

แนวคิดตามหลักพุทธ

การพัฒนาในทางพระพุทธศาสนานั้น ได้มีผู้วิจัยหลายท่านนำเสนอแนวทางในการพัฒนาไว้อยู่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ตามแนวคิดของ สมบูรณ์ สุขสำราญ (2533, น. 52) ซึ่งได้นำเสนอหลักในการพัฒนาทางพุทธศาสนาไว้ ซึ่งเป็นวิธีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำมาเป็นแนวคิดให้กับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาของพระสงฆ์

แนวคิดในการพัฒนาของพระสงฆ์เป็นความคิดที่หลากหลาย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในชีวิต และลักษณะสภาพแวดล้อมของชุมชนที่พระสงฆ์แต่ละรูปสังกัดอยู่ อย่างไรก็ตาม แม้แนวความคิดในรายละเอียดจะแตกต่างกัน แต่จะมีลักษณะร่วมกันในเรื่องของความเรียบง่าย และสามารถปฏิบัติได้ หลักคำสอนและธรรมในพุทธศาสนา กับประสบการณ์ที่พบเห็นในสังฆมณฑล ๆ ตัวภายนอกวัด มีอิทธิพลสำคัญต่อการก่อรูปแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาของพระสงฆ์นักพัฒนาอย่างมาก ซึ่งสามารถสรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาของพระสงฆ์ได้ดังต่อไปนี้ (สมบูรณ์ สุขสำราญ, 2533, น. 53-55)

1. สาระสำคัญของความคิดเกี่ยวกับการพัฒนานั้น เนื่องมาจากปรัชญาพื้นฐานของพุทธศาสนาที่ปรารถนาชี้ทางหลุดพ้นจากความทุกข์และชี้ทางสู่ความสุขให้แก่มนุษย์ตามหลักคำสอนนี้ พุทธศาสนิกชน โดยเฉพาะพระสงฆ์มีหน้าที่ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์และสัตว์อื่น ๆ ให้พ้นจากความทุกข์ทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ ทั้งนี้ ณ บัดนี้และในภายภาคหน้า ดังนั้นการช่วยเหลือซึ่งกันและกันให้พ้นจากสภาพความด้อยพัฒนา ด้อยการศึกษา ความยากจน ความเจ็บป่วย จึงเป็นความคิดที่สำคัญในการพัฒนา ประสบการณ์ของพระสงฆ์นักพัฒนาเองก็มีส่วนสำคัญในการย้ำแนวความคิดนี้เช่นกัน กล่าวคือ พระสงฆ์เหล่านี้เกิด และดำรงชีวิตอยู่ในชนบท ร่วมทุกข์ร่วมสุขกับพ่อแม่ พี่น้อง ญาติมิตรในชนบท ความเป็น “ลูกชนบท” จึงตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาโดยการช่วยเหลือกัน ทั้งการอบรมในศาสนธรรม และประสบการณ์มีอิทธิพลสำคัญต่อการก่อรูปแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาของสงฆ์

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประการต่อมาของพระสงฆ์ มีความสัมพันธ์กับแนวคิดแรกอย่างใกล้ชิด กล่าวคือ การพัฒนาเพื่อให้รอดพ้นจากความทุกข์ทั้งหลายนั้นจะต้องเน้นการพึ่งพาตนเอง หรือการยืนอยู่บนขาตนเองด้วย มิใช่จะคอยพึ่งพิงบุคคลอื่นเรื่อยไป ดังนั้นการพัฒนา

จะเกิดขึ้นเมื่อชุมชนมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในขณะเดียวกัน แต่ละหน่วยของสังคมจะพยายามช่วยเหลือตนเองให้มากที่สุดก่อนเพื่อจะได้มีพลังช่วยเหลือสังคมได้มากขึ้น

3. การพัฒนานั้นจะต้องให้ความสำคัญแก่การพัฒนาด้านวัตถุด้วย มิใช่จะเน้นเฉพาะด้านจิตใจ ดังพระสงฆ์นักพัฒนาองค์หนึ่งกล่าวว่า “เมื่อประชาชนหิวโหย ธรรมะจะมีประโยชน์อะไรแก่เขา เมื่อท้องอิ่มแล้วเท่านั้นจึงควรรับรสพระธรรม” พระสงฆ์นักพัฒนามีความคิดสอดคล้องกันว่า การพัฒนาให้ประชาชนพึ่งตนเองจะก่อให้เกิดความรู้สึกรักภูมิใจในตนเอง เคารพตนเอง ซึ่งจะทำให้ประชาชนเป็นปัจจัยที่มีคุณภาพและสำคัญที่สุดในกระบวนการพัฒนา นอกจากนี้ในกระบวนการพัฒนานั้น ควรพยายามใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรวัตถุ หรือทรัพยากรคนให้มากที่สุดและเกิดประโยชน์สูงสุด

อย่างไรก็ตามมีพระสงฆ์นักพัฒนาบางรูปเห็นว่า ในกระบวนการพัฒนานั้นควรที่จะพัฒนาจิตใจเสียก่อน จึงพัฒนาด้านวัตถุ และหากจะให้ความสำคัญแล้ว ด้านจิตใจน่าจะสำคัญมากกว่า เป็นที่น่าสนใจว่าพระสงฆ์นักพัฒนาส่วนใหญ่ต่างก็มีความคิดขั้นสุดท้ายในเชิงประนีประนอมว่า กระบวนการพัฒนาที่ดีนั้นควรจะยึดถือหลัก “ทางสายกลาง” ของพุทธศาสนา ดังนั้นแนวความคิดในการพัฒนาของพระสงฆ์จึงเน้นการพัฒนาทางด้านวัตถุ ควบคู่ไปกับทางด้านจิตใจ

4. การพัฒนาด้านวัตถุนั้นจะต้องเป็นไปโดยไม่บั่นทอน หรือทำลายสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตทางสังคมดั้งเดิมของประชาชน พระสงฆ์เหล่านี้เรียนรู้และรับรู้พลังของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังนั้นในกระบวนการพัฒนานั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง พระสงฆ์จึงควรสอนให้ประชาชนได้รับรู้กระแสของการเปลี่ยนแปลงทั้งที่เป็นคุณและสิ่งที่เป็นโทษ พร้อมทั้งการปรับตัวให้เข้ากับกระแสของการเปลี่ยนแปลงนั้น หรือทางที่จะหลบเลี่ยง หรือบรรเทาผลกระทบของกระแสการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงปรารถนาเหล่านั้น คำสอนและหลักธรรมทางพุทธศาสนาต่าง ๆ หากได้ศึกษาและทำความเข้าใจอย่างดีแล้วจะเป็นแนวทางให้การปรับปรุงตัวให้สอดคล้องกับกระแสของการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นคุณ

5. การพัฒนาที่จะบรรลุจุดหมายนั้น จะต้องสอดคล้องกับสภาพของชุมชนประชาชน ทรัพยากรในชุมชนนั้น และกาลเวลาด้วย พระสงฆ์นักพัฒนาบางรูปไม่เห็นด้วยกับวิธีการวางแผนพัฒนาชนบทของรัฐบาล และวิจารณ์ว่าการวางแผนพัฒนาชนบท โดยมีแบบแผนเดียวเพื่อใช้กับหมู่บ้าน ตำบลทั่วประเทศนั้น เป็นวิธีการที่ขัดกับความเป็นจริงและปฏิบัติได้ยาก ประชาชนแตกต่างกัน สภาพภูมิประเทศก็แตกต่างกัน ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมก็ต่างกันไป สิ่งที่ว่าดีงาม

สำหรับคนภาคเหนืออาจจะไม่เหมาะกับคนภาคอีสานก็ได้ จะตัดทางเก่งตัวเดียวขนาดเดียวให้
เหมาะสมกับคนทั้งประเทศได้อย่างไรกัน

6. การพัฒนาเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องที่มีประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญโดยการเขามี
ส่วนร่วมในการพัฒนา หากจะมีความช่วยเหลือจากภายนอก จะเป็นเพียงวัสดุกำลังคน คำแนะนำ
เครื่องมือเครื่องใช้และวิทยาการสมัยใหม่ ความคิดริเริ่ม และการบ่งระบุความต้องการของชุมชน
ต้องมาจากประชาชนผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น

หลักการพัฒนาของพระสงฆ์

หลักการพัฒนาของพระสงฆ์มี 2 แนวทางใหญ่ ๆ ได้แก่การพัฒนาที่เน้นด้านจิตใจ
แนวทางหนึ่งและการพัฒนาที่เน้นด้านวัตถุอีกแนวทางหนึ่ง ซึ่งมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้ (สมบุญ
สุขสำราญ, 2533, น. 59-62)

การพัฒนาด้านจิตใจ ควรจะดำเนินการพัฒนาเป็นขั้นตอนดังนี้

1. เริ่มจากกลุ่มคนส่วนน้อยไปสู่กลุ่มคนส่วนมาก กล่าวคือ

1.1 ตัวเรา-----ผู้อื่น-----กลุ่ม-----ชุมชน ลักษณะนี้เป็นการเริ่มต้นกับการพัฒนา
ที่ตัวเราเองเป็นพื้นฐาน เพื่อให้เป็นแบบอย่างอันดีต่อผู้อื่น เมื่อเราสามารถพัฒนาตนเองจนเป็น
แบบอย่างให้แก่ผู้อื่นได้แล้วจะทำให้เกิดการรวมกลุ่มขึ้น ซึ่งเมื่อเราสามารถพัฒนาได้ในระดับนี้แล้ว
ก็ไม่ควรจะหยุดยั้งเพียงเท่านั้น ควรจะดำเนินการต่อเนื่องไป และต้องพัฒนาสืบต่อไปเรื่อย ๆ เพื่อให้
เกิดสภาพที่ดีขึ้นดีกว่าเดิมในทุกระยะ อีกประการหนึ่งเพื่อการขยายกลุ่มให้กว้างขวางขึ้นจนให้มี
สภาพการพัฒนาที่ครอบคลุมทั้งชุมชนประการหนึ่ง

1.2 ให้การพัฒนาต่อบุคคลอื่น โดยเริ่มการทดลองดำเนินการในกลุ่มเล็ก ๆ ก่อน
ซึ่งอาจเริ่มจากเพียง 7 ครัวเรือน น้อยหรือมากกว่านี้ ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ แต่การ
พัฒนาลักษณะนี้จะต้องดำเนินการโดยไม่ให้ชาวบ้านรู้ตัว เมื่อผลที่ได้จากการทดลองพัฒนาใน
กลุ่มดังกล่าวประสบความสำเร็จ ชาวบ้านในครัวเรือนอื่น ๆ จะสามารถมองเห็นถึงประโยชน์ของ
การพัฒนา และจะเข้ามาร่วมในกระบวนการพัฒนาด้วยในที่สุด

2. การพัฒนาโดยการฝึกอบรม โดยใช้คำคม อุทาหรณ์ และสุภาษิตต่าง ๆ ให้ประชาชน
(ผู้ใหญ่) อ่านหรือทำความเข้าใจ ในขณะเดียวกัน เราก็ต้องคอยกระตุ้นและชี้แนะไปตามโอกาส
อันควรด้วย

3. ใช้วิธีการสอนเด็กเพื่อการพัฒนาผู้ใหญ่ โดยการเปิดสอนหรือให้การฝึกอบรมแก่
เด็กเล็กทั้งเด็กก่อนวัยเรียนและเด็กในวัยเรียน เพื่อให้เด็กรู้จักประพฤติดีและเป็นแบบอย่างความ
ประพฤติสำหรับพ่อแม่พี่น้อง นอกจากนี้ก็จะพยายามกระตุ้นฝากเด็กเหล่านั้นให้นำคำพูดของ
พระสงฆ์กลับไปเตือนผู้ปกครองที่ประพฤติไม่ถูกไม่ควร ซึ่งอาจจะนำไปบอกกล่าวว่าความประพฤติ

เช่นไรที่ควรหรือไม่ควรทำ จุดมุ่งหมายของการใช้เด็กเป็นสื่อนี้ มีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ตัวเด็ก เพื่อให้เติบโตเป็นเยาวชนและผู้ใหญ่ที่ดีในอนาคต การนำไปสอนผู้ปกครองหรือพี่น้อง นับเป็นเป้าหมายรองลงมา

4. ให้การอบรมแก่ประชาชนทั้งโดยการเรียกเข้ามาร่วมฟังการบรรยายธรรมะและรวมถึงการออกกระจายเสียงผ่านหอกระจายข่าว เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ และเตือนประชาชนให้ประพฤติปฏิบัติชอบอยู่ในกรอบของศีลธรรม และพยายามสอดแทรกธรรมะไปในเรื่องต่าง ๆ ตามโอกาสอันควร

5. ทุกวันพระจะมีการแสดงธรรมเทศนาให้แก่อุบาสก อุบาสิกาที่มาร่วมกันทำบุญที่วัด โดยเน้นลักษณะการแสดงธรรมเทศนาที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ง่ายและควรแสดงธรรมในลักษณะที่ง่ายต่อความเข้าใจ

6. ใช้นโยบายและมาตรการให้ ลด ละ เลิกจากอบายมุขต่าง ๆ ทั้งหลายทั้งปวง ซึ่งกระทำโดย

6.1 ตั้งกรรมการเฉพาะกิจทางศาสนาเพื่อรวบรวมเงินที่ชาวบ้านให้มาแก่ญาติโยมที่จัดงานประเพณีต่าง ๆ โดยกรรมการจะเป็นผู้นำเงินมาจัดสรรดำเนินการประกอบพิธีกรรมตามประเพณีที่เหมาะสม มิให้นำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ไม่จำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้จ่ายไปในทางอบายมุข เช่น หกสนเลี้ยวเหล้า เป็นต้น และถ้าหากมีเงินเหลือก็มอบให้เจ้าของงานเก็บไว้

6.2 วิธีผูกไมตรีจิตกับชาวบ้าน เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาใด ๆ ก็ตามที่มีการนิมนต์พระสงฆ์ไปประกอบพิธีกรรม ควรจะมีการสืบถามถึงสภาพการจัดงานเสียก่อนว่า มีอบายมุขต่าง ๆ หรือไม่ ถ้ามีจะไม่รับนิมนต์หรือถ้าลงว่าไม่มีแต่กลับมี ครั้งต่อไปก็จะไม่รับนิมนต์อีก

6.3 สร้างเงื่อนไขในการมารับบริการหรือสงเคราะห์จากทางวัด เช่น ผู้ที่จะมาขอเี่ยมข้าวจากธนาคารข้าว หรือจะมาขอใช้ควายจากธนาคารควายต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติดีหรือสามารถให้สัญญาได้ว่าจะประพฤติดี

6.4 ในช่วงเข้าพรรษา ขอให้ประชาชนตั้งสัจจะต่อพระรัตนตรัย ว่าจะสามารถละเลิกอบายมุขอะไรได้บ้างในช่วง 3 เดือนนี้

7. ควรสนับสนุนให้มีการตั้งคณะกรรมการของหมู่บ้าน คอยดูแลความสงบและความสามัคคีในหมู่บ้าน เช่น คณะกรรมการประนีประนอมปัญหาและความขัดแย้งภายในหมู่บ้าน เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาขัดแย้งกันในหมู่ชาวบ้าน จนถึงขั้นต้องตัดสินความกันในกระบวนการยุติธรรมของรัฐ ทั้งนี้เพื่อพยายามสร้างสรรค์ความสามัคคีในหมู่ชาวบ้าน ให้สามารถอยู่ร่วมกันได้โดยไม่เบียดเบียนซึ่งกันและกัน

8. ใช้วิธีการกระตุ้นจิตใจชาวบ้านให้พยายามรักษาความดีที่ได้ปฏิบัติกันมาแล้ว ตัวอย่างเช่น ในกรณีของหมู่บ้านที่สามารถพัฒนาจนกระทั่งได้รับคัดเลือกเป็นหมู่บ้านพัฒนา ตัวอย่างนั้น ควรจะพยายามกระตุ้นให้ชาวบ้านตื่นตัวต่อการทำงาน เพื่อการรักษาเกียรติยศและความดีนั้นเอาไว้ มิใช่ทำงานกันแบบผักชีโรยหน้า เพื่อเป็นการอวดอ้างผลงานเฉพาะเมื่อมีบุคคลภายนอกเข้ามาเยี่ยมเยียนเท่านั้น

การพัฒนาด้านวัตถุ

ในการกล่าวถึงการพัฒนาด้านวัตถุ มีปัญหาสำคัญอยู่ที่การจำแนกและตีความการพัฒนาด้านวัตถุว่า ควรจะครอบคลุมไปถึงลักษณะใดบ้าง ในที่นี้การพัฒนาด้านวัตถุมิใช่หมายถึงเฉพาะการสร้างอาคารเรียน สร้างถนน สร้างศาลา ฯลฯ แต่ขีดขึ้นของการแบ่งการพัฒนาด้านวัตถุ และการพัฒนาด้านจิตใจอยู่ที่เป้าหมายของการพัฒนา โดยกำหนดให้การพัฒนาด้านจิตใจมุ่งไปสู่การพัฒนาเพื่อให้ประชาชนนำไปประพฤติปฏิบัติให้อยู่ในกรอบของศีลธรรม กระทำแต่สิ่งที่ดีงาม อันประกอบด้วยมโนสุจริต วชิสุจริต และกายสุจริต ส่วนการพัฒนาด้านวัตถุจะเป็นการพัฒนาที่มุ่งเป้าหมายไปสู่ประโยชน์สุขของชาวบ้านและชุมชน หรือที่เรียกว่าการพัฒนาไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้นการพัฒนาด้านวัตถุจึงครอบคลุมในหลาย ๆ ลักษณะดังนี้

1. จัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาต่าง ๆ เช่น กองทุนเงินกู้ ธนาคารชั่ว เป็นต้น
2. การจัดตั้งสหกรณ์ต่าง ๆ เพื่อฝึกฝนการมีส่วนร่วมในการทำงาน เพื่อการพัฒนาตนเอง เช่น สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ร้านค้า เป็นต้น
3. การพัฒนาการศึกษาแก่บุคคลในทุกระดับ และทุกวัยเพื่อการเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจในทางโลก การเพิ่มคุณวุฒิอันจะนำไปสู่การเลื่อนขั้นหรือสร้างสถานภาพใหม่ทางสังคม โดยมีเป้าหมายให้สามารถนำเอาความรู้และสถานภาพทางสังคมดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ทั้งของตนเองและชุมชนให้ดีขึ้น การพัฒนาการศึกษาดังกล่าวครอบคลุมถึงการศึกษาระดับมัธยม การเสริมความรู้ในการอาชีพต่าง ๆ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า ช่างไม้หรืออื่น ๆ รวมไปถึงการฝึกอบรมในด้านสาธารณสุขต่าง ๆ ด้วย
4. การพัฒนาเพื่อการโภชนาการ และการพัฒนาสุขภาพอนามัยให้ดีขึ้น เช่น การสร้างส้วม โครงการอาหารเสริม เป็นต้น
5. การสร้างสาธารณประโยชน์และสาธารณูปการต่าง ๆ เช่น ห้องสมุดหรือที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน ศาลาประชาคม ปรับปรุงซ่อมแซมถนนหนทางต่าง ๆ ขุดสระน้ำ
6. การพัฒนาเกษตรกรรม เช่น ส่งเสริมการเพาะปลูกพืชชนิดใหม่ ๆ การสร้างฝายน้ำล้น การสร้างระบบชลประทาน เป็นต้น

นโยบายภาครัฐในด้านบทบาทของพระสงฆ์

จากที่ได้กล่าวไปตอนต้นว่า สังคมโดยเฉพาะภาครัฐ มีความคาดหวังต่อบทบาทของวัด และพระสงฆ์ในการพัฒนาสังคมไทยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอนำเสนอภารกิจ 6 ประการของคณะสงฆ์ ดังที่ภาครัฐได้กำหนดไว้ โดยสรุปได้ดังนี้ (คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, อ้างถึงใน บำรุง สุขพรรณ, 2543, น. 2-4)

1. ด้านการปกครองคณะสงฆ์

1.1 รัฐและมหาเถรสมาคมควรกำหนดนโยบายให้พุทธศาสนิกชนไปวัด วันอาทิตย์ เพื่อปลูกฝังให้คนไทยใกล้ชิดศาสนธรรมและสามารถนำหลักศาสนธรรมไปปรับใช้ในชีวิตตนได้

1.2 สถาบันผลิตพระสังฆาธิการควรกำหนดนโยบาย แผน มาตรการในการพัฒนาศักยภาพของพระสงฆ์ให้เป็นผู้มีความพร้อมในด้านการบริหารวัดเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นแหล่งฟื้นฟูและพัฒนาจิตใจและพัฒนาตนให้ถึงพร้อมในการปฏิบัติภารกิจทั้ง 6 ด้านของพระสงฆ์ รวมทั้งเป็นกัลยาณมิตรของศาสนิกชน สามารถปลูกฝังและฝึกอบรมเยาวชนที่มีสัมมาทิฐิในการดำรงชีวิต

1.3 วัดควรปรับเปลี่ยนบทบาทให้ทันกับสังคมในเชิงรุก คือ จัดโครงการและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และมีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยดึงศาสนิกชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของวัด และพระเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาสังคมและชุมชน มีภาครัฐสนับสนุนงบประมาณ

1.4 มหาเถรสมาคมควรมีมาตรการให้ยุติพุทธพาณิชย์ อันเป็นการลดความศรัทธาของศาสนิกชน

1.4 พระสงฆ์ควรเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านศีลธรรมและจรรยา เพื่อปลูกศรัทธาให้เกิดขึ้นกับประชาชนในท้องถิ่น

1.5 ฝ่ายปกครองคณะสงฆ์ทุกระดับควรให้ความสำคัญแก่วัดและพระสงฆ์ที่มีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และพัฒนาเยาวชนและศาสนิกชนในแต่ละบทบาทหน้าที่ตามภารกิจคณะสงฆ์ เช่น สนับสนุนด้านงบประมาณ ความก้าวหน้าด้านสมณศักดิ์ การพัฒนาศักยภาพและเชิดชูยกย่องให้เป็นที่ประจักษ์แก่หมู่คณะสงฆ์

2. ด้านการศาสนศึกษา

2.1 พระสงฆ์ควรศึกษาหลักธรรมให้ถ่องแท้ทั้งปริยัติและปฏิบัติ เพื่อให้พร้อมที่จะปฏิบัติภารกิจทั้ง 6 ด้านของสงฆ์

2.2 พระสงฆ์ควรพัฒนาตนให้รอบรู้ทั้งทางโลกและทางธรรม เพื่อรู้เท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคม อันจะส่งผลต่อศักยภาพในการอบรมพัฒนาทางจิต การเผยแผ่ศาสนาธรรมแก่ศาสนิกชน เช่น ด้านการบริหาร ด้านกฎหมาย กฎระเบียบพระสงฆ์ เป็นต้น

2.3 ระบบการศึกษาของคณะสงฆ์ควรปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับยุคสมัย แต่คงไว้ซึ่งหลักศาสนาธรรม

3. ด้านการเผยแผ่ศาสนาธรรม

3.1 วัดต้องมีการพัฒนาให้เป็นหน่วยปฏิบัติในการเผยแผ่ศาสนาธรรมที่เข้มแข็ง

3.2 พระสงฆ์ควรเอาใจใส่ในการศึกษาธรรมะ และเพิ่มศักยภาพในการเผยแผ่ศาสนาธรรม

3.3 พระสงฆ์ควรเป็นผู้ให้คำสอนและหลักศาสนาธรรมทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อม โดยตรงคือ เป็นผู้ให้การฝึกอบรมแก่ศาสนิกชน โดยทางอ้อมคือ การครองตนตามหลักธรรมวินัย ซึ่งจะก่อให้เกิดศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป และการให้การอบรมพัฒนาศักยภาพด้านการอบรมพัฒนาจิตและหลักปรีชาญาณทางศาสนาแก่คณาจารย์ และวิทยากรผู้ให้การอบรมแก่เยาวชนอีกส่วนหนึ่ง

3.4 พระสงฆ์ควรมีบทบาทเชิงรุกในการสั่งสอนเยาวชนด้านศีลธรรม เช่น เป็นวิทยากรอบรมสถานศึกษา หรือจัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ นำศาสนิกชนและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอบรมศาสนาธรรม ซึ่งอาจทำโดยวัด หรือกลุ่มบุคคลโดยมีวัดเป็นแกนนำ กลุ่มพระสงฆ์และสื่อบุคคล เป็นต้น หากร่วมมือกันหลายจุดและประสานเครือข่ายทั่วประเทศ จะช่วยเหลือสังคมได้อย่างดียิ่ง

3.5 พระสงฆ์ควรให้การอบรมแก่ผู้ต้องขังและพนักงานตามโรงงานที่ไม่มีโอกาสไปฟังเทศน์ที่วัด

4. ด้านการศึกษาสงเคราะห์

4.1 รัฐบาลควรมีนโยบายสนับสนุนการศึกษาสงเคราะห์ที่ชัดเจนและต่อเนื่อง เช่น การสนับสนุนงบประมาณ โดยเฉพาะโรงเรียนพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นการฝึกอบรมคุณธรรม จริยธรรมแก่เยาวชนโดยแท้จริง และเป็นการอบรมต่อเนื่องตั้งแต่วัยเยาว์

4.2 วัดควรเป็นแหล่งเรียนรู้ของเยาวชนและประชาชนเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชน โดยเป็นศูนย์กลางประสานวิทยากรช่วยอบรมประชาชนด้านอาชีพ ตัวอย่าง เช่น หลาย ๆ วัดได้ดำเนินการอยู่ หรือจัดห้องสมุดชุมชน และพัฒนาวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ศาสนาธรรม ศาสนปฏิบัติ เพื่อให้ประชาชนได้ศึกษาตามอัธยาศัย

5. ด้านการสาธารณูปการ

5.1 รัฐควรมีนโยบายสนับสนุนการสาธารณูปการที่ชัดเจนและต่อเนื่อง เช่น สนับสนุนให้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน ด้านการพัฒนาศีลธรรม จริยธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นแหล่งรวมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.2 วัดควรเป็นแบบอย่างที่ดีทั้งด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่ปลอดภัย

6. ด้านสาธารณสงเคราะห์

วัดควรเป็นศูนย์กลางสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เป็นศูนย์รวมที่สร้าง คุณธรรม จริยธรรมและสามัคคีธรรมในท้องถิ่น เป็นศูนย์รวมที่สามารถชี้นำทิศทางการพัฒนา ชุมชนในทางที่ชอบที่ควร รวมทั้งปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนเข้าใจศาสนธรรมและนำไปใช้ในชีวิตร ประจำวันได้

แนวคิดและทฤษฎีทั้งหมดข้างต้น ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอ จะเป็นแนวทางในการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแบ่งการสื่อสารออกเป็น การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งได้แก่ แนวคิด กลยุทธ์สารและกลยุทธ์สื่อ โดย แนวคิดสื่อบุคคล และแนวคิดประชาสัมพันธ์ จะนำเป็นกรอบ การศึกษาวิเคราะห์ในส่วนของการสื่อสารผ่านสื่อของพระครูมงคลสิทธิการและพระครูปลัดสิทธิวัฒน์ และส่วนของทักษะการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ ทักษะการอ่านใจ การยกเหตุการณ์เปรียบเทียบ การสื่อสาร เชิงวัจนะและเชิงอวัจนะ รวมถึงการสื่อสารเพื่อการจัดการซึ่งเป็นหนึ่งในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์จะ นำไปเป็นกรอบในการวิเคราะห์การสื่อสารระหว่างบุคคลกับพุทธศาสนิกชนต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีงานวิจัยในด้านบทบาทและความสำคัญ ของสถาบันศาสนาในด้านการพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมากไม่น้อย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอภาพรวมของ การวิจัยในแต่ละประเด็น เพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์และอภิปรายผลการศึกษาของผู้วิจัยใน ครั้งนี้ต่อไป ดังนี้

งานวิจัยด้านการสื่อสารระหว่างพระสงฆ์กับประชาชน

ในด้านการสื่อสารระหว่างพระสงฆ์กับประชาชน และการพัฒนาวัด ได้มีผู้ศึกษาไว้ หลายท่าน อาทิ ธีรพร พงษ์โสภณ (2539) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของพระสงฆ์ สื่อบุคคลในการ ชี้นำและปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบท เพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ศึกษากรณี:

พระสังฆาธิการระดับเจ้าอาวาส จังหวัดกาญจนบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางสื่อมวลชนของพระสงฆ์ และการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนการเลือกใช้วิธีการสื่อสารของพระสงฆ์ในการชี้แนะและปลูกจิตสำนึกประชาชน เพื่อการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น จากผลการวิจัยพบว่า

1. ความบ่อยในการเปิดรับข่าวสารการพัฒนาจากหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการชี้แนะ และปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบท เพื่อการมีส่วนร่วมท้องถิ่น กล่าวคือ ประชากรพระสงฆ์ที่เปิดรับข่าวสารการพัฒนาด้านต่าง ๆ ทางหนังสือพิมพ์ทุกวัน จะชี้แนะและปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบทได้มากกว่า กลุ่มประชากรพระสงฆ์ที่ไม่เปิดรับข่าวสารการพัฒนาทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งคราว และกลุ่มที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารการพัฒนาทางหนังสือพิมพ์เลย

2. การเลือกใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้ามีความสัมพันธ์กับการชี้แนะและปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบท เพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น กล่าวคือ พระสงฆ์ที่เลือกใช้วิธีการสื่อสารแบบเผชิญหน้ามาก จะชี้แนะปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบทได้มากกว่า กลุ่มประชากรพระสงฆ์ที่เลือกใช้วิธีการสื่อสารแบบเผชิญหน้าปานกลางหรือน้อย

3. การเลือกใช้วิธีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอนมีความสัมพันธ์กับการชี้แนะ และปลูกจิตสำนึกประชาชนชนบท เพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น กล่าวคือ กลุ่มประชากรพระสงฆ์ที่เลือกใช้วิธีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอนจะชี้แนะและปลูกฝังจิตสำนึกประชาชนชนบทได้มากกว่าเพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น กลุ่มประชากรพระสงฆ์ที่ไม่ได้เลือกใช้วิธีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน

งานวิจัยชิ้นนี้มีความน่าสนใจที่เน้นให้เห็นถึงบทบาทของพระสงฆ์กับการพัฒนาโดยตรง โดยมีการนำเสนอเกณฑ์การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อสอดคล้องกับผลที่ต้องการจะได้รับ เช่น หากต้องการจะชี้แนะปลูกจิตสำนึกประชาชนให้มีประสิทธิภาพ ก็เลือกใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้ามากกว่าวิธีอื่น ๆ

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่น่าสนใจของ อมร เจริญฤทธิชัย (2550) ศึกษาเรื่อง “การทำหน้าที่เผยแผ่ธรรมะของพระสงฆ์เพื่ออบรมบ่มเพาะศีลธรรมให้พุทธศาสนิกชน กรณีศึกษาพระสงฆ์ผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรนักเผยแผ่ธรรมะทางวิทยุกระจายเสียง โดยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ร่วมกับ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์” การศึกษาดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การทำหน้าที่ของเผยแผ่ธรรมะเพื่ออบรมบ่มเพาะศีลธรรมให้กับพุทธศาสนิกชนของพระสงฆ์ผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรนักเผยแผ่ธรรมะทางวิทยุกระจายเสียง โดยผลการวิจัยพบว่า พระสงฆ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การเผยแผ่ธรรมะเพื่ออบรมบ่มเพาะศีลธรรมให้แก่พุทธศาสนิกชน มีความสำคัญมากและถือเป็นหน้าที่หลักของพระสงฆ์ เพราะเป็นการช่วยให้

คนในสังคมเกิดความสงบบรร่มเย็นหรือพันทุกข์ โดยพระสงฆ์ใช้เวลาในการทำหน้าที่เผยแผ่ธรรมะทุกวัน ด้วยการเทศน์บรรยายธรรมที่มุ่งเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนในสังคม นอกจากนี้ การวิจัยดังกล่าว ยังมีข้อค้นพบที่น่าสนใจก็คือ แม้การศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าพระสงฆ์มีความรู้ในเรื่องหลักธรรมะดี แต่ยังคงขาดทักษะและลีลาในการเผยแผ่ที่น่าสนใจ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าว สามารถนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ของผู้วิจัยได้

ในงานวิจัยของ ณัฐนันท์ ประกายสันติสุข (2541) ซึ่งศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพของการสื่อสารในการเผยแผ่ธรรมะหลักสูตรการพัฒนาคติให้เกิดปัญญาและสันติสุข” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินประสิทธิผลของการสื่อสารในการเผยแผ่ธรรมะหลักสูตรการพัฒนาคติให้เกิดปัญญาและสันติสุขภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ สื่อและประสิทธิผลของสื่อ ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถโน้มน้าวใจผู้รับสาร ผู้เข้าอบรมได้คล้อยตามเนื้อหาสาระ ธรรมะโดยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านการรู้และสำนึก อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่ดีอย่างเห็นได้ชัด

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวิธีการศึกษาที่ค่อนข้างตรงกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ในเรื่องของแนวคิดสื่อและประสิทธิผลของสื่อ โดยเฉพาะสื่อบุคคล ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้น ทำให้ทราบถึงประสิทธิผลของการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมและประสิทธิผลของสื่อบุคคลว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับสารได้โดยตรง

พระครูศรีปริยัติวิกรม (วัชรพงษ์ ทินฺนาโก) (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “ศึกษาเทคนิคและรูปแบบการเผยแผ่พุทธธรรมของ พระเทพสิงหนราจารย์ (จรัญ สิริตฺตมฺโม) วัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี” ผลการศึกษาพบว่า พระเทพสิงหนราจารย์ (จรัญ สิริตฺตมฺโม) ได้ใช้เทคนิคและรูปแบบการเผยแผ่พุทธธรรมโดยยึดแนวการสอนและการสื่อสารตามแนวพุทธ ผสมผสานหลักนิเทศศาสตร์ เพื่อสื่อหลักคำสอนจากพระไตรปิฎกและการสอนวิปัสสนากรรมฐานตามเทคนิคและรูปแบบการสื่อสารแนวสติปัฏฐาน 4 โดยการเผยแผ่ประสบผลสำเร็จอย่างสูงยิ่งเพราะได้ดำเนินการตามเทคนิคและรูปแบบการสื่อสารตามแนวพุทธ โดนนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ เช่น วิทยู โทททัศน์ เทป วีดีโอ หนังสือ และสื่อสารมวลชนอื่น ๆ เข้ามาช่วย นอกจากนี้ ตัวท่านเองก็มีกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังได้เกิดความศรัทธา กล้าหาญ เลื่อมใส เร้าใจ อย่างน่าฟังและนำไปปฏิบัติตาม ซึ่งกลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจนี้ผู้เผยแผ่ธรรมะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งยวดต่อพระพุทธศาสนาสืบต่อไปได้

อาจกล่าวได้ว่า งานวิจัยชิ้นนี้ของพระครูศรีปริยัติวิกรม (วัชรพงษ์ ทินฺนาโก) มีความสอดคล้องโดยตรงกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ซึ่งมุ่งวิเคราะห์ทั้งในเรื่องเทคนิคและรูปแบบ

การเผยแผ่พุทธธรรมโดยการนำเอาสื่อต่าง ๆ มาใช้ประกอบการสื่อสารให้ได้เหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้น การวิจัยของพระครูศรีปริยัติวิกรม (วัชรพงษ์ ทินนาโก) ยังชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารเชิงอวัจนะ โดนเน้นที่ลีลาของผู้พูดนั้น มีผลต่อการรับรู้ทางความคิด ความรู้สึกของผู้รับสารได้โดยตรง

การวิจัยอีกเรื่องหนึ่ง ที่ให้ผลการศึกษาในลักษณะที่ไม่ต่างกันก็คือ อำนวย ยัสโยธา (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภูมิปัญญาการนำทางสู่เนื้อธรรมของท่านพุทธทาส” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปรัชญาศาสนา (Philosophical religion research) มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะแสวงหาคำตอบว่า ท่านพุทธทาสใช้กลวิธีชักจูงผู้คนให้หันมาสนใจธรรมะ และรู้จักหยิบจิบเอาวิถีแห่งธรรม มาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไร ผลการวิจัยพบว่า ท่านพุทธทาสใช้ภูมิปัญญาอย่างเป็นลำดับขั้นตอน คือ ในขั้นแรกท่านได้สร้างความชอบธรรมให้แก่ระบบความคิด โดยประกาศนามอุทิศตนเป็น “พุทธทาส” แล้วนำหลักคำสอนที่ท่านถือว่า เป็น “หัวใจ” ของพุทธศาสนาเรื่อง “ความไม่ยึดมั่นถือมั่น” รวมทั้งภูมิปัญญาก้าวนำทางที่ท่านพุทธทาสนำมาใช้มีหลายรูปแบบ ดังสรุปได้ดังนี้

1. เน้นความแปลกใหม่ ทันสมัย และไม่ซ้ำแบบใคร
2. นำปูราณธรรมในอสังคตภามาตีความประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัย
3. มุ่งความสำเร็จประโยชน์ในกาลชาติปัจจุบัน ไม่ต้องรอถึงวันตายชาติหน้า
4. สร้างทฤษฎีสองภาษาขึ้นใช้แก้ปัญหากรณีที่พระวณะขัดแย้งกันเอง โดยการสร้างศัพท์แปลกใหม่ รวมทั้งเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับพื้นเพบุคคล
5. ผลิตสื่อและอุปกรณ์การสอนหลายรูปแบบ ที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง คือ โรงมหรสพทางวิญญาณ
6. สอนธรรมะด้วยหลากหลายวิธี ทั้งเขียนหนังสือ เทปธรรมะและภาพปริศนาธรรม
7. เผยแผ่ธรรมะทั้งในสถานที่และธรรมะสัญจร
8. ทำตนเป็นคน “หลุดกรอบ” ประยุกต์คำสอนต่างลัทธินิกายมาใช้ โดยไม่คำนึงถึงความเถรวาท มหายาน หรือลัทธินิกายใด แต่มุ่งความสำเร็จประโยชน์และส่งเสริมความเข้าใจระหว่างศาสนาเป็นสำคัญ
9. ก่อตั้ง “คณะธรรมทาน” เป็นองค์กรหรือคณะทำงานออกหนังสือพิมพ์ “พุทธทาส” เพื่อใช้เป็นกระบอกเสียง

10. ฝากมรดกธรรม และสร้างเครือข่ายสหายธรรมไว้สืบทอดพุทธศาสนา

ภูมิปัญญาก้าวนำทางทั้ง 10 ประการนี้ นอกจากเป็นการนำทางสู่เนื้อหาธรรม แต่เนื้อหาสาระยังประกอบด้วยบทเรียนแห่งชีวิตและการต่อสู้ วิถีเอาชนะอุปสรรคและความพยายามที่จะพิสูจน์อุดมการณ์ที่คิดฝันภายใต้ปรัชญาชีวิตที่ว่า “เป็นอยู่อย่างต่ำ มุ่งกระทำอย่างสูง” ซึ่งสามารถนำมาเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับบทเรียนแห่งชีวิตสืบไป

จากงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าท่านพุทธทาส อาศัยหลักการสื่อสารที่ทันสมัย และแปลกใหม่ มาช่วยในการนำทางสู่เนื้อหาธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยชิ้นสุดท้าย ซึ่งอยู่ในประเภทของการสื่อสารระหว่างพระสงฆ์กับประชาชน และมีประโยชน์ต่อการวิจัยของผู้วิจัยชิ้นนี้เป็นอย่างมาก คือ การศึกษาเรื่อง “ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอมกัลยาโณ) กับการระดมพลังพัฒนาชุมชน” ทศนีย์ เจริญวิทย์สุข และคณะ (2546) เป็นรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสามารถ ผลที่เกิดจากความสามารถรวมถึงประเมินผลความสามารถของการสื่อสารของพระพยอมในการระดมพลังพัฒนาชุมชน ผลการวิจัยพบว่า พระพยอมมีการใช้ทั้งการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication) และ ทักษะการสื่อสาร (Communication skill) รวมถึง มีการใช้พลัง 5 ได้แก่ กายพลัง โภคพลัง อัมมัจจุพลัง อภิชัจจุพลังและปัญญาพลังมาใช้ในการระดมพลังเพื่อการพัฒนา

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวัดไผ่ล้อม จ.นครปฐมของผู้วิจัยโดยตรง โดยเป็นการวิเคราะห์ความสามารถด้านการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง การใช้การสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการใช้ทักษะการสื่อสารของหลวงพ่อบุญและพระนำฝนในการสื่อสารด้านต่าง ๆ จนเกิดการพัฒนาขึ้น

งานวิจัยด้านบทบาทของสถาบันทางศาสนา

นอกจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของพระสงฆ์ในปัจจุบันแล้ว ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสถาบันศาสนา ในด้านที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อในการวิจัยของผู้วิจัยโดยตรง นั่นก็คือ บทบาทการเป็นอุทยานการศึกษาและการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิถีพุทธ ซึ่งงานวิจัยในกลุ่มนี้ได้แก่ งานวิจัยของ บำรุง สุขพรรณ (2550) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับ “ยุทธศาสตร์การใช้วัด ในประเทศไทย เป็นอุทยานการศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ และแหล่งส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนอย่างยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาท ยุทธศาสตร์และปัญหา อุปสรรค ในการเป็นอุทยานการศึกษา ศูนย์การเรียนรู้ และแหล่งส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ในด้านบทบาทในการเป็นอุทยานการศึกษา วัดส่วนใหญ่จัดกิจกรรมทางศาสนาและการเผยแพร่ความรู้แก่พระภิกษุ สามเณร และประชาชน จัดสถานที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ป้ายคติธรรม พุทธภาษิตในบริเวณวัด รักษาความสะอาดให้วัดดูสงบ ร่มรื่นและสวยงาม สำหรับบทบาทในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว พอว่า การที่วัดมีจุดแข็งในด้านมีสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ พระธาตุ พระอุโบสถ/อุโบสถ พระประธานในพระอุโบสถ/อุโบสถ พระพุทธรูปที่เป็นที่รู้จัก เป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเคารพสักการะ และพบบทบาทในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านประเพณี วัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีชื่อเสียงจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นประเพณี

ไทยทางพระพุทธศาสนา เช่น วันลอยกระทง วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา และพบว่า บางวัดมีประเพณีเฉพาะของแต่ละวัดเอง เช่น เทศกาลนมัสการพระธาตุพนม เป็นต้น

จากการวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นภาพรวมได้ว่า การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัดและพระสงฆ์ กับการพัฒนานั้น ได้สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งต่อการที่วัดจะสามารถดำรงบทบาทในการเป็นสถาบันหลักทางสังคมสถาบันหนึ่งต่อไป ทั้งในด้านบทบาทเชิงการพัฒนา หรือในด้านกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ และกลยุทธ์การออกแบบเนื้อหาสารไปจนถึงลีลาภาษาและทักษะในการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารแบบการพูด