

กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม Process of Communication Based on Buddhism for Developing of Public Relation at Rajabhat Maha Sarakham University

ว่าที่ร้อยตรี บุญคง สีเสน¹, พระวรเวช วรธมโม, ดร.² และ
พระกิตติ ยุติติโร, ดร.³

Acting Sub Lt. Boonkong Seesen¹, Dr. Voravech Vorathammo² and
Dr. Kitthi Yuthitharoo³

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (2) เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (3) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (4) เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์และเสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ในการวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์เอกสารข้อมูลวิชาการทางพระพุทธศาสนาตลอดจนข้อมูลแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการตะวันตกและนักวิชาการไทยและนอกจากนี้ ผู้วิจัยและคณะ ได้แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ประกอบด้วย ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต นักเรียน นักศึกษา จำนวน 210 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบและกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเป็นสิ่งที่ถูกต้องดีงามมีความเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนั้น ต้องใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่หลายประเภท เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิล อินเทอร์เน็ต นิตยสาร เป็นต้น ในสื่อบุคคลนั้นถือว่าเป็นสื่อสัมฤทธิ์ นับว่ามีความจำเป็นและสำคัญที่สุด เพราะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนการเข้าใจหรือคำพูดโดยผ่านเครื่องมือสื่อสารหลายประเภท ในสื่อบุคคล คือ การใช้คำพูดในการติดต่อสื่อสารถึงกันในมหาวิทยาลัยนั้น ยังเป็นอุปสรรค แต่หากนำสัมมาวาจาหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์แล้ว ย่อมทำให้เกิดความรักความเข้าใจกัน และทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีมั่นคง สัมมาวาจา คือ วาจาชอบ มีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ (1) พูดคำจริงไม่พูดโกหก (2) พูดคำอ่อนหวานไม่พูดคำหยาบ (3) พูดคำมีประโยชน์ไม่ไร้สาระ (4) พูดมีเมตตาจิตไม่พยาบาท (5) พูดถูกกาลรู้จักจังหวะและสถานการณ์

นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ช่องทางรับสารและตัวสาร ตลอดจนหลักแนวคิดทฤษฎีของตะวันตกจะมีความสมบูรณ์และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องนำหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ก็จะทำให้การ

¹ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

² อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

³ อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

.....
ดำเนินงานของสถาบันนั้น เป็นไปด้วยความราบรื่นสมกับเป็นมหาวิทยาลัยในอุดมคติของชุมชน ที่ทุกคนมีความภาคภูมิใจ

คำสำคัญ การสื่อสารแนวพุทธ, การประชาสัมพันธ์, สัมมาวาจา.

Abstract

This research aimed to (2) study a theoretical concept of the public relations, (3) a process of the public relations based on Buddhism at the Rajabhatmahasarakham University, and (4) to get Buddhist information applied to the public relations of the Rajabhatmahasarakham University. In this research, there was the analysis of the Buddhist data through a theory of the Public relations in the West and Thailand. A research used questionnaire and interviewed the target groups, i.e. personnel of the Rajabhatmahasarakham University: administrators, lecturers, officers and students. The data analysis was done in the computer's program.

The result of this research was found that; Model and a process of the Buddhist-based communication were right and proper to develop the public relations at Rajabhatmahasarakham University. Generally, the public relations at this university requited many types of a modern communication tool such as radio, television, cable TV, internet, and magazine. A personal media in the communication system was the achievement media. It was most important because it covered representation of feelings, thoughts, and speech through the communication tools for more understanding among people. In this person media, the use of speech in the communication system at the university was still problematic. However, if Sammavaca in Buddhism was applied to the public relations, it caused harmony among people, effective public relations and good image. Generally, Sammavaca (Right Speech) consisted of 5 components: (1) true speech, (2) polite speech, (3) useful speech, (4) kind speech and (5) speech in a proper time. All of these components could make more achievement of the communication management.

Moreover, a researcher found that the components of communication: a sender, a receiver, a channel of receiving a message and a message through theories in the West would be complete if there was the applied Buddhist principles to the public relations. It will be operating of institute as with smooth made for the ideal of the university as a community where everyone proud.

Key words: Buddhism-based Communication, Public Relations, Right Speech.

บทนำ

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะมนุษย์ทุกคนเกิดมา ต้องอยู่ร่วมกันสื่อสารถึงกันและเรียนรู้ด้วยกัน การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะการดำเนินชีวิตจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว นั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การสื่อสารเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน ที่เจริญด้วยเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์มากมาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นสังคมแห่งข้อมูล ข่าวสาร การส่งสาร การรับข้อมูลข่าวสาร มีความรวดเร็วทันใจและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการพัฒนาโลก พัฒนาคคน ให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง มนุษย์ทุกคนสามารถสร้างสรรค์หรือพัฒนาเรียนรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ ให้เท่าเทียมกันได้ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทอิทธิพลและเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในการพัฒนาคน พัฒนางาน องค์กร หน่วยงาน ตลอดจน สังคมประเทศ และมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ในสังคม เพราะแต่ละบุคคลหรือองค์กร ไม่สามารถอยู่โดยลำพังได้ต้องพึ่งพาบุคคลอื่น และต้องทำการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ผู้อื่นได้เข้าใจความคิดเห็น ความรู้สึก ความต้องการของตน ข้อมูลที่ได้ผลมีประสิทธิภาพและการที่จะได้ข้อมูลต่างๆ ก็ต้องใช้การสื่อสารซึ่งเป็นพื้นฐานของมนุษย์ (ลดาวัลย์ ยมจินดา. 2535 : 27)

ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่งในทุกๆ ด้านของมนุษย์ เช่น ในสังคม ส่วนรวม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง วัฒนธรรม ประเพณี และทั้งในระดับปัจเจกบุคคล คือต่อตัวเองเป็นพื้นฐาน การสื่อสารจึงมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของทุกคนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนี้ มนุษย์ต้องใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ข้อมูล เพื่อโน้มน้าวใจ เพื่อสร้างความรัก ความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้เกิดการยอมรับ และได้รับความร่วมมือจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ฉะนั้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นเรื่องของคนจำนวนมาก หรือ ที่เรียกว่าพหุสังคม จึงเป็นพื้นฐานสำคัญ และมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตในสังคมของมนุษย์เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็คือการติดต่อสื่อสาร (Public relations is communication) นั้นเอง ยังเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ (Science and art) และเป็นวิชาที่มีระเบียบแบบแผน มีเหตุผล มีหลักการ มีปรัชญา มีทฤษฎีที่น่าเชื่อถือได้ ในกระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมนุษย์ พอจะอธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรมของมนุษย์ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในสังคม รวมทั้งการศึกษาและวิจัยถึงประชามติ ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชนกับองค์กรหรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง จึงกล่าวได้ว่าการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของสังคมส่วนรวม ซึ่งต้องอาศัยองค์ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และทักษะของแต่ละบุคคลเข้าร่วมในการบูรณาการ ประกอบด้วยการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์บางอย่าง อันเป็นกลยุทธ์หรือความสามารถเฉพาะตัว เช่น ความสามารถในการสื่อสารและทักษะในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจถ่ายทอดหรือเลียนแบบกันได้ยาก เพราะความสามารถเฉพาะตัวของบุคคลย่อมไม่เท่ากัน เทคนิคอย่างเดียวกัน หากผู้นั้นนำไปใช้บ้างก็อาจล้มเหลวหรือไม่ได้ผลดี ทั้งนี้เพราะบุคคล สถานที่ เวลา บรรยากาศ สภาพแวดล้อม และสถานการณ์ย่อมมีอิทธิพลเกี่ยวข้องอยู่ด้วย การสื่อสารประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการนำเอาหลักการและความรู้ที่ได้ศึกษา ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อันหมายรวมถึงความสามารถพิเศษเฉพาะตัว ซึ่งเป็นความเชี่ยวชาญและรวมถึงบุคลิกภาพส่วนตัวของนักสื่อสารประชาสัมพันธ์ ในการติดต่อสื่อสารซึ่งก็คือการประชาสัมพันธ์ เป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ การติดต่อสื่อสาร (Communication) ของมนุษย์จึงเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรากำหนดความหมาย

ขึ้นมา และเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีพฤติกรรม เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน และใน ความหมายที่ง่ายที่สุด คือ การที่ข่าวสารถูกส่งผ่านจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งได้แก่ การ แลกเปลี่ยนข่าวสารข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทักษะ หรืออารมณ์ ของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปหรือ มากกว่านั้น และการติดต่อสื่อสารยังเป็นภาระหน้าที่ทางสังคม (Social function) ที่มีส่วนร่วมใน องค์ประกอบแห่งพฤติกรรมหรือแบบแผนแห่งชีวิต ภายใต้ระเบียบที่มีกำหนดกฎเกณฑ์ การ ติดต่อสื่อสาร จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารงาน เพราะการบริหารงานขององค์กรใดๆ จะมี ประสิทธิภาพหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับระบบการติดต่อสื่อสารอยู่ไม่น้อย ฝ่ายจัดการหรือฝ่ายบริหาร จึงควร จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจถึงระบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้การ บริหารงานขององค์กรดำเนินไปด้วยความราบรื่น ไม่มีอุปสรรคในการดำเนินงาน ซึ่งต้องใช้กระบวนการ สื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ตัวสาร และช่องทางรับสาร มีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพในการ สื่อสารประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันด้วย (พีระ จิระโสภณ. 2529 : 431-432)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐ มีบุคลากร ทางการศึกษา เช่น ครู อาจารย์ นิสิต นักเรียน นักศึกษา จำนวนมาก และมีประวัติการก่อตั้งมายาวนาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2468 ได้พัฒนาจากโรงเรียนประถมศึกษารวม โรงเรียนประถมวิสามัญศึกษา โรงเรียนฝึกหัด ครูประกาศนียบัตรจังหวัดมหาสารคาม โรงเรียนฝึกหัดครูมหาสารคาม วิทยาลัยมหาสารคาม สถาบัน ราชภัฏมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามตามลำดับ (ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม. 2559) กลุ่มงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นภารกิจหลักของสถาบันที่มีความจำเป็นและ สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาสถาบัน ทั้งนี้ เพื่อสร้างความรักความสามัคคีและความเข้าใจอันดีต่อบุคคลทั้งใน องค์กร นอกองค์กร หน่วยงานของตน หรือหน่วยงานกับหน่วยงานและกับประชาชนทั่วไป สำหรับ ประวัติความเป็นมาของกลุ่มงานประชาสัมพันธ์นั้น เดิมเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ และงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้เกิดขึ้นพร้อมกับโรงเรียนประถมวิสามัญ จังหวัดมหาสารคาม โดยหน่วยงานมีการพัฒนามาเป็น ลำดับตามความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัยฯ

จากเหตุผลความสำคัญของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา การสื่อสารประชาสัมพันธ์ จึงถือเป็นหัวใจหลักของมหาวิทยาลัย ที่จะต้องได้รับการพัฒนา ซึ่งในการสื่อสารของมนุษย์ที่เก่าแก่และทรงประสิทธิภาพที่สุดนั้น คือ วาจาหรือคำพูด เพราะเป็น พื้นฐานสำหรับการติดต่อสื่อสารถึงกัน เพราะคำพูดนี้ติดตัวคนเรามาตั้งแต่เกิดและมีความจำเป็นในการ ดำรงชีวิต มนุษย์เองได้ต่อสู้กับธรรมชาติและดิ้นรนเพื่อการมีชีวิตอยู่รอด โดยใช้การสื่อสารด้วยคำพูด เป็นเครื่องมือช่วยให้ทำสิ่งต่างๆประสบความสำเร็จได้ โดยเฉพาะในโลกยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคข้อมูล ข่าวสารไร้พรมแดน การสื่อสารได้พัฒนาหลากหลายรูปแบบโดยผ่านเครื่องมือที่ทันสมัยมากมาย แต่ สำหรับคำพูดที่ใช้ในการสื่อสารแสดงออกต่อหน้า ก็ยังเป็นการสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพสูงสุด เพราะ กระทำได้ทันที รวดเร็ว ทันใจ ไม่เลือกเวลา การติดต่อกันจะประสบความสำเร็จ หรือ ล้มเหลวเกิดความ ขัดแย้ง ก็อยู่ที่วาจาหรือคำพูดที่สื่อสารถึงกัน นอกจากนี้คนจะรักใคร่ชอบพอกันเกิดความประทับใจหรือ มีความเกลียดเคียดแค้นชิงชัง ก็ขึ้นอยู่กับคำพูดเป็นสำคัญ ผู้เป็นนักปกครองนักบริหารที่ใช้คำพูดไม่ เหมาะสม หรือไม่สร้างสรรค์ ใช้คำพูดในเชิงทำลาย ก็อาจสร้างความแตกแยกในหมู่ประชาชนหรือ ลูกน้องผู้ใต้บังคับบัญชาได้ ผู้วิจัยและคณะผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารติดต่อกันด้วยคำพูดของบุคลากร นักเรียนและนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามบางส่วน ยังเป็นอุปสรรคในการใช้วาจา

สื่อสารถึงกัน เนื่องจากการสื่อสารด้วยคำพูดในลักษณะที่เป็นมิถนาวจา หมายถึง วาจาผิด คือ คำพูดไม่จริง ไม่สุภาพอ่อนหวานขาดความนุ่มนวล คำประชดประชัน กระแทกแตกตั้น คำหยาบคายแข็งกระด้าง คำที่ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ คำไม่ถูกกาลเวลา คำเพ้อเจ้อ ไร้สาระ ไม่มีภูมิเกณฑ์ และคำพูดที่ไม่ชัดเจนคลุมเครือมีอคติแอบแฝง ทำให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งอาจสร้างความแตกแยกได้ (พระไตรปิฎก ภาษาไทย. มหาจุฬา. ชุ.ม. 21/13/66.)

ผู้วิจัยในฐานะหัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีความตระหนักในปัญหาคือการใช้วาจาหรือใช้คำพูดในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและส่วนรวม ซึ่งผู้วิจัยมองว่า หลักการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นแนวคิดทฤษฎีของตะวันตกที่ทั่วโลกให้การยอมรับก็จริงอยู่ แต่จะไม่สมบูรณ์หากขาดหลักสัมมาวาจาหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ในกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์นั้น จึงเป็นแนวทางที่จะช่วยให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์มีความสมบูรณ์และทรงประสิทธิภาพ การนำหลักธรรมสัมมาวาจา คือ วาจาชอบ หมายถึง (1) ต้องเป็นวาจาจริง (2) ต้องเป็นวาจาสุภาพ (3) พูดแล้วมีประโยชน์ (4) พูดด้วยจิตที่มีเมตตา (5) พูดได้ถูกกาลเทศะ (พระไตรปิฎก. ภาษาไทย. อ.จ.ฉก. 14/198/338) ไปประยุกต์ใช้ในหลักการสื่อสารประชาสัมพันธ์ จะทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสถาบัน บุคลากร เจ้าหน้าที่ นักเรียน นิสิตนักศึกษาและประชาชนทั่วไป

ดังนั้น ผู้วิจัยและคณะจึงมีความมุ่งมั่นในการวิจัย การสื่อสารประชาสัมพันธ์แนวพุทธซึ่งมีสัมมาวาจาหลักแห่งการสื่อสารธรรมของพระพุทธเจ้า และนำองค์ความรู้ข้อมูลสารสนเทศทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามและสังคมส่วนรวมสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์
3. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
4. เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม” ครั้งนี้เป็นงานวิจัยผสม คือ เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์เอกสารข้อมูลวิชาการทางพระพุทธศาสนา ตลอดจนข้อมูลแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของนักวิชาการตะวันตกและตะวันออก ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ประกอบเนื้อหางานวิจัยให้มีความสมบูรณ์และได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายดังนี้

ขอบเขตด้านเอกสาร

1. วิเคราะห์ข้อมูลจากพระไตรปิฎกฉบับภาษาไทยของมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พุทธศักราช 2539 และหนังสือ ตำรา เอกสารงานวิจัย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการวิจัยในหลักแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดตะวันตกและหลักการแห่งการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในพื้นที่

3. ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนามแบบสอบถาม สัมภาษณ์เชิงลึกในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง เช่น ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต นักเรียน นักศึกษา โดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ กล้องถ่ายรูปเทปบันทึกเสียงแบบสัมภาษณ์แบบบันทึกข้อมูล ในประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ในสถาบัน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป spss และเลือกวิเคราะห์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด 2545: 40) ทั้งหมด 210 คน ซึ่งเป็นตัวแปรต้น ดังนี้ (1) ผู้บริหาร จำนวน 15 คน (2) เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ จำนวน 8 คน (3) คณาจารย์ 35 คน (4) นักเรียน 66 คน (5) นักศึกษา 86 คน ส่วนตัวแปรตาม คือ การดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และเพื่อให้เนื้อหาในงานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการประยุกต์หลักการทางพระพุทธศาสนาเพื่อพัฒนางานสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า ดังนี้

1. กระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า การสื่อสารนั้นมีหลายช่องทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เคเบิลและนิตยสาร เป็นต้น ในสื่อบุคคลนับว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญมาก เพราะต้องถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดของตนเอง โดยผ่านวาจาหรือคำพูดไปยังผู้ฟัง หรือ ผู้รับสาร ซึ่งงานวิจัยพบว่าการใช้คำพูดยังเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร เนื่องจากคำพูดถือเป็นเครื่องมืออันเก่าแก่ของมนุษย์และมีอิทธิพลอย่างยิ่ง เพราะลักษณะการใช้วาจาต่อกันของบางส่วนหรือบางคนนั้น ยังเข้าข่ายเป็นมิจฉาวาจาซึ่งหมายถึงวาจาที่ผิด ไม่มีความไพเราะอ่อนโยน ขาดความจริงใจ เสียงที่ฟังแล้วไม่มีความนุ่มนวล ในมิจฉาวาจา หรือ วจีทุจริต มีองค์ประกอบ คือ (1) มุสาวาทา คำพูดโกหก (2) ปิสุณวาจา คำพูดส่อเสียด (3) มรสุวาจา คำพูดหยาบคาย แข็งกระด้าง ประชดประชัน กระแทกแตกตั้น (4) สัมผัสปลาวาจา คำพูดเพื่อจ้อไร้สาระ ไม่มีกฎเกณฑ์ คำพูดที่เป็นอกุศลทั้งหลายเหล่านี้ ไม่เป็นไปเพื่อขัดเกลากิเลส หากนำมาใช้ในการสื่อสารต่อกัน ทำงานร่วมกัน ก็จะเกิดความไม่เข้าใจกันและแตกแยกความสามัคคีในที่สุด หรือแม้กระทั่งการใช้คำพูดในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน ก็จะทำให้ขาดความเชื่อถือไม่ได้รับความไว้วางใจ อันจะเป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน ดังนั้น คำพูดดังกล่าวมานี้ พระพุทธเจ้าและบัณฑิตทั้งหลายไม่ทรงยกย่องสรรเสริญ บุคคลจึงไม่ควร

นำมาใช้ในการสื่อสารและโดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการดำเนินงานภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ทุกคนให้ความเชื่อถืออีกด้วย

2. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ พบว่า แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของชาวตะวันตก ทำให้ทราบว่าวิชาการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นอยู่กับมนุษย์มานาน มีความจำเป็นในการดำรงอยู่ของชีวิตทุกชีวิตในโลกนี้ เพราะการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ชุมชน หรือ สังคมนั้น หากได้เรียนรู้ในหลักการสื่อสารและประชาสัมพันธ์แล้ว จะทำให้เกิดความรักความเข้าใจอันดีต่อกันและไม่ว่าจะทำกิจกรรมใดๆ หลักการสื่อสารประชาสัมพันธ์ย่อมมีอิทธิพล ต่อการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การสื่อสารมีความจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะมนุษย์ทุกคนเกิดมาต้องอยู่ร่วมกัน สื่อสารถึงกันและเรียนรู้ด้วยกัน การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะการดำเนินชีวิตจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว นั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การสื่อสารเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่เจริญด้วยเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์มากมาย หรือที่เรียกว่า โลกสมัยใหม่ยุคโลกาภิวัตน์ สังคมแห่งข้อมูลข่าวสาร การส่งสาร การรับข้อมูลข่าวสาร มีความรวดเร็วทันใจและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการพัฒนาโลกพัฒนาคนให้มีความเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง มนุษย์ทุกคนสามารถสร้างสรรค์หรือพัฒนาเรียนรู้ในเรื่องราว ต่าง ๆ ให้เท่าเทียมกันได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงมีบทบาทอิทธิพลและเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในการพัฒนาคน พัฒนาสังคมประเทศ และมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือองค์กร ไม่สามารถอยู่โดยลำพังได้ต้องพึ่งพาบุคคลอื่น บุคคลหรือองค์กรต้องทำการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์กัน เพื่อให้ผู้อื่นจะได้เข้าใจความคิดเห็น ความรู้สึก ความต้องการของตน ส่วนนักประชาสัมพันธ์เองต้องมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ และข้อมูลที่ได้ต้องมีประสิทธิภาพ มั่นคงแน่นอน ไม่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงและการที่ได้ข้อมูลต่างๆ ก็ต้องใช้การสื่อสารซึ่งเป็นพื้นฐานของมนุษย์

3. กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า การนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ เพื่อความมีประสิทธิภาพในการสื่อสารซึ่งจะทำให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ ในหลักธรรมสัมมาวาจาซึ่งเป็นวาจาต้นแบบของพระพุทธเจ้า ที่อริยสาวกและพุทธศาสนิกชนได้ใช้สื่อสารกว่าสองพันหกร้อยปีมาแล้ว ดังนั้น การศึกษาเรียนรู้พระธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ นอกจากจะเป็นการพัฒนาตนด้วยกายวาจาใจที่บริสุทธิ์แล้ว ยังทำให้สังคมมีความสงบร่มเย็นอยู่กันอย่างมีความสุขอีกด้วย

4. นำข้อมูลสารสนเทศทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์และเสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า ข้อมูลสารสนเทศทางพระพุทธศาสนา เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามและเกิดองค์ความรู้ใหม่จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะเป็นภาพพจน์ที่ดีของมหาวิทยาลัย ในหลักสัมมาวาจาแห่งการสื่อสารซึ่งเป็นองค์ธรรมในอริยมรรค 8 เป็นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ที่องค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าและเหล่าสาวก ทรงถือเป็นต้นแบบของการสื่อสารธรรมในสมัยพุทธกาล ทำให้การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในครั้งนั้น ได้รับความเชื่อถือศรัทธาเลื่อมใสจากชาวชมพูทวีปเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการหักล้างแนวความคิดเก่าๆแบบดั้งเดิมของคนในยุคนั้น เพราะคำสอนของพระองค์ งามในเบื้องต้น งามในท่ามกลาง และงามในที่สุด ในการแจกแบบสอบถามและ

สัมภาษณ์นี้เป็นแบบเจาะสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลากร เช่น ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต นักเรียน นักศึกษา ที่มีความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

นอกจากนั้นผลการศึกษาระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม เชิงปริมาณ พบว่า

4.1 ผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$) (S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรวบรวมข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.82$) (S.D. = 0.32) ด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) (S.D. = 0.31) ด้านการเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.33$) (S.D. = 0.28) ด้านการดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษามหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$) (S.D. = 0.28) ด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.13$) (S.D. = 0.36)

4.2 เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.44$) (S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรวบรวมข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.57$) (S.D. = 0.32) ด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.63$) (S.D. = 0.23) ด้านการเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.42$) (S.D. = 0.20) ด้านการดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษามหาวิทยาลัย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.35$) (S.D. = 0.29) ด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.23$) (S.D. = 0.19)

4.3 คณาจารย์มีความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.61$) (S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรวบรวมข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.67$) (S.D. = 0.31) ด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.66$) (S.D. = 0.19) ด้านการเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.67$) (S.D. = 0.22) ด้านการดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษามหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.63$) (S.D. = 0.43) ด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.35$) (S.D. = 0.23)

4.4 นักเรียนมีความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.29$) (S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรวบรวมข่าวสารอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.27$) (S.D. = 0.16) ด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.31$) (S.D. = 0.22) ด้านการเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.36$) (S.D. = 0.22) ด้านการดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษามหาวิทยาลัย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.17$) (S.D. = 0.28) ด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.37$) (S.D. = 0.15)

4.5 นักศึกษามีความคิดเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.51$) (S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรวบรวมข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.67$) (S.D. = 0.31) ด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.44$) (S.D. = 0.37) ด้านการเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.51$) (S.D. = 0.24) ด้านการดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษามหาวิทยาลัย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.49$) (S.D. = 0.33) ด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.7$) (S.D. = 0.33)

4.6 การเปรียบเทียบกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามสภาพ ทั้งโดยรวมและรายด้าน พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ตามสถานภาพ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านและโดยรวมรายด้านพบว่า ทุกด้านและโดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีของ Scheffe' Method พบว่า

4.7 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการรวบรวมข่าวสารทุกคู่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารแตกต่างกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ แตกต่างกับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา คณาจารย์แตกต่างกับนักเรียน นักเรียนแตกต่างกับนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($x = 2.82$) รองลงมาได้แก่ คณาจารย์และนักศึกษามี ค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($X = 2.67$) และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ($x = 2.57$) ตามลำดับ

4.8 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนทุกคู่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารแตกต่างกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์แตกต่างกับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา คณาจารย์แตกต่างกับนักเรียน นักเรียนแตกต่างกับนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($x = 3.70$) รองลงมาได้แก่ คณาจารย์ ($X = 2.66$) และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ ($x = 2.63$) ตามลำดับ

4.9 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการเผยแพร่ข่าวสารทุกคู่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารแตกต่างกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์แตกต่างกับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา คณาจารย์

แตกต่างกันกับนักเรียน นักเรียนแตกต่างกันกับนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($x = 3.33$) รองลงมาได้แก่ คณาจารย์ ($X = 2.67$) และนักศึกษา ($x = 2.51$) ตามลำดับ

4.10 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการดำเนินงานของศูนย์ติดต่อภายใน-ภายนอกสถานศึกษาทุกคู่มิความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารแตกต่างกันกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานงานสื่อสารประชาสัมพันธ์แตกต่างกันกับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา คณาจารย์แตกต่างกันกับนักเรียน นักเรียนแตกต่างกันกับนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($x = 3.31$) รองลงมาได้แก่ คณาจารย์ ($X = 2.63$) และนักศึกษา ($x = 2.49$) ตามลำดับ

4.11 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการติดตามและประเมินผลทุกคู่มิความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารแตกต่างกันกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานงานสื่อสารประชาสัมพันธ์แตกต่างกันกับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา คณาจารย์แตกต่างกันกับนักเรียน นักเรียนแตกต่างกันกับนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($x = 2.70$) รองลงมาได้แก่ นักเรียน ($X = 2.37$) และคณาจารย์ ($x = 2.35$) ตามลำดับ

4.12 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม รวมทุกด้านทุกคู่มิความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริหารแตกต่างกันกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานงานสื่อสารประชาสัมพันธ์แตกต่างกันกับคณาจารย์กับนักเรียนกับนักศึกษา คณาจารย์แตกต่างกันกับนักเรียนนักเรียนแตกต่าง กับนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($x = 3.54$) รองลงมาได้แก่ คณาจารย์ ($X = 2.61$) และนักศึกษา ($x = 2.51$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจที่สามารถนำไปสู่การอภิปรายผล พอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาการดำเนินงานต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารมีความเห็นต่อกระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงด้านการผลิตสื่องานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่และประสานงานกับชุมชนอยู่ในระดับมาก และด้านการติดตามประเมินผล อยู่ในระดับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นหรือความรู้สึกต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์แนวพุทธในทุกระดับ ในขณะที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์และนักเรียน มีความคิดเห็นหรือความรู้สึกต่อการ

ดำเนินงานเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์แนวพุทธ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย จึงทำให้เห็นว่า ความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติยังสวนทางกัน

2. ส่วนสัมมาวาจาหรือคำพูดถูกต้องที่ใช้ในการสื่อสาร ผู้วิจัยมองว่ามีความสำคัญยิ่ง เพราะการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ จะมีความราบรื่นและสร้างความเข้าใจอันดีต่อผู้ฟัง เพราะเป็นความจริงเป็นวาจาสุภาสิตวาจาต้นแบบที่พระพุทธเจ้าได้ทรงตรัสไว้ดีแล้ว ตรัสอย่างไรก็ทำอย่างนั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ธนัชร กิริติเสถียร: 2550) เรื่อง “ศึกษาการสร้างสรรควาจาในพระพุทธศาสนาเถรวาท” ที่บอกว่าการใช้ภาษาพูด พระผู้มีพระภาคทรงถือว่าสัจวาจาเป็นวาจาสูงสุด พระองค์ทรงมีปกติตรัสอย่างไรก็ทรงทำอย่างนั้น ทรงมีปกติทำอะไรก็ตรัสอย่างนั้น หมายความว่า การใช้วาจาที่ประกอบด้วยความจริง 2 ประการ คือ เรื่องที่พูด และใจที่คิด เรื่องที่พูดนั้นเป็นเรื่องจริงซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ ส่วนใจที่คิดนั้นคิดให้ประโยชน์แก่สัตว์ทั้งหลายด้วยความบริสุทธิ์ใจ จริใจ คือ คิดที่จะให้จากใจก่อน ดังนี้เป็นต้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือพุทธพจน์ทุกคำที่ทรงพระดำรัสแก่พุทธบริษัทนั้น พระศาสดาทรงรู้เห็นด้วยตนเองทั้งสิ้นแล้วจึงตรัส มิได้เกิดจากการฟังหรือรู้มาจากผู้อื่นเลย พุทธพจน์ทุกคำถือหลักเพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์โดยแท้ มิได้ทรงหวังสิ่งใดเป็นการตอบแทนเลย ขอเพียงให้พุทธบริษัทได้ปฏิบัติตามเท่านั้น นี่คือความยิ่งใหญ่ของหลักการใช้วาจาในพระพุทธศาสนาเถรวาท ส่วนในหลักการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้น มีความสำคัญต่อการดำเนินงานโดยเฉพาะในโลกสมัยใหม่สังคมปัจจุบัน ที่การสื่อสารมีหลายช่องทางและมีความสลับซับซ้อนมาก ฐานข้อมูลที่เป็นเท็จอาจสร้างความเสียหายได้ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีจริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พรพิมล ก่อวงศ์ : 2549) เรื่อง “ประชาสัมพันธ์แนวพุทธกับสมัยใหม่” ที่กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จ นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นคนที่มีคุณธรรมไม่นำเสนอเรื่องที่ไม่ดีไม่งาม

3. ในส่วนของผู้บริหารมองว่า งานประชาสัมพันธ์แนวพุทธนั้นดำเนินการหรือปฏิบัติมาก ในขณะที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารประชาสัมพันธ์และนักเรียนมองว่าน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัครศรี พลอดเปลี่ยว (2542:146-200) ที่แสดงทัศนคติถึงความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาว่า เป็นสิ่งที่ผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติต้องใกล้ชิดกัน เพื่อให้เกิดความคิดเห็น การเรียนรู้และการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน และกล่าวว่าการบริหารการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่สำคัญยิ่งของผู้บริหารที่จะต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดกับคณะทำงานประชาสัมพันธ์ และเป็นงานที่ต้องเอาใจใส่ติดตามตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ก็ยังต้องได้รับการส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งในการดำเนินงานมากขึ้น เนื่องจากในหลาย ๆ ข้อ ยังอยู่ในระดับน้อยในความคิดเห็นของผู้บริหาร และอยู่ในระดับปานกลางในความคิดเห็นของครูอาจารย์ผู้รับผิดชอบและผู้สอน นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยในฐานะหัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามและคณะมองว่า งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม” นี้ จึงมีความถูกต้องดีงาม ทำให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นางสาวศิวพร ศรีศักดิ์นันท์: 2553) เรื่อง “รูปแบบการเสริมสร้างจริยธรรมการสื่อสารเชิงพุทธทางสื่อออนไลน์ของสื่อมวลชนไทย” ได้กล่าวว่า รูปแบบการสื่อสารเชิงพุทธคือการสื่อสารที่ถูกต้องดีงาม ทั้งต่อตนเองและ

ผู้อื่นและเป็นการพัฒนาทางจิตใจเพื่อส่งเสริมให้เกิดการประพฤติปฏิบัติตามที่ได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสมโดยประการทั้งปวง

ผลวิจัยจึงสรุปได้ว่า การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องมีหลักสัมมาวาจา คือ (1) เป็นคำจริง เรื่องจริง (2) เป็นคำสุภาพอ่อนโยนและนุ่มนวลชวนฟัง (3) คำพูดก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและคนอื่น (4) พูดไปด้วยจิตเมตตาดีต่อคนอื่น (5) พูดถูกกาลถูกเวลาให้มีความเหมาะสมต่อสถานการณ์จะก่อให้เกิดผลดี ในหลักสัมมาวาจา 5 ประการนี้ ได้ครอบคลุมถึงเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมนุษย์ ทั้งการพูด การฟัง ความเชื่อ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้สัมมาวาจายังส่งเสริมเอื้อประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น การเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ประเพณี และยังเสริมสร้างพัฒนาองค์กร หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะทำให้คนในสังคมมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและมีความเข้าใจกัน จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ (1) ทำให้เป็นเครื่องมือผูกมิตรสัมพันธ์ (2) ทำให้เป็นที่รักของเพื่อนร่วมงานและคนทุกระดับ (3) ทำให้มีเสน่ห์ในการพูดส่งเสริมให้มีบุคลิกที่ดีงาม (4) ทำให้มีความเจริญก้าวหน้าทั้งทางโลกและทางธรรม (5) ทำให้สร้างสรรคความเจริญให้กับสังคม (6) ทำให้ส่งเสริมความสามัคคีในหมู่คณะไม่ให้เกิดความแตกแยก ดังนั้น กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงมีประโยชน์ต่อบุคลากร ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน นิสิต นักเรียน นักศึกษาและสถาบันตลอดจนประเทศชาติสังคมส่วนรวม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ควรมีการวิจัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์เปรียบเทียบกับหลักสัมมาวาจาและหลักมัจฉาจาอย่างละเอียด เพื่อให้บุคลากรในมหาวิทยาลัยและประชาชนทั่วไปเกิดองค์ความรู้ในหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและจะได้มองเห็นประโยชน์จากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นสัมมาวาจาและโทษจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นมัจฉาจา
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ควรมีการวิจัยเพื่อติดตามและประเมินผลการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยว่า เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ หรือ เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารประชาสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร
3. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ควรมีการวิจัยหลักธรรมอื่นๆเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคลากรในสถาบันให้เป็นที่ยอมรับมีทัศนคติที่ดีและศรัทธาเชื่อถือจากประชาชนทั่วไป
4. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ควรติดตามประเมินผลการดำเนินงานการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเป็นระยะ เพื่อจะได้ทราบความคิดเห็นและภาพลักษณ์ของสถาบันในทัศนะของประชาชนว่าเป็นอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- ธนชกร กิรติเสถียร. (2550). *ศึกษาการใช้วาจาเพื่อการสร้างสรรค์ในพระพุทธศาสนาเถรวาท*.
วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,
บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน์
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2559). *คู่มือรายงานผลกลุ่มงานประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. มหาสารคาม : ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม.
- พรพิมล ก่อวงศ์. (2546). *หลักการประชาสัมพันธ์ตามแนวพุทธกับหลักการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่*.
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (พระพุทธศาสนา) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง
กรณราชวิทยาลัย
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎก (ภาษาไทย) (2539) ฉบับมหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย*. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน” ใน *หลักการและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11*.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2529
- ลดาวีลย์ ยมจินดา. (2535). *การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์. สำนัก
พิมพ์มหาวิทยาลัย,
- ศิวาพร ศรีศักดิ์นันท์. (2553). *รูปแบบการเสริมสร้างจริยธรรมการสื่อสารเชิงพุทธทางสื่อออนไลน์ของ
สื่อมวลชนไทย*. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎี
บัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย.
- อัปษรศรี ปลอดภัยบัว. (2542). *มนุษย์สัมพันธ์ในการบริหารการศึกษา*. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.