

พุทธวิธี : การสื่อสารทางการเมือง

Buddhist Ways: Political Communication

อาทิตย์ ชูชัย¹, มนตรี รอดแก้ว², วิโรจน์ สิงห์สังข์³, ทองคำ เกษจันทร์⁴ และ สะอาด ภูนาสรณ์⁵

Received: April 16, 2022
Revised: September 26, 2022
Accepted: September 27, 2022

Artit Choochai, Montree Rodkaew, Wirot Singsang,
Thongkham Ketchan and Sa-ard Poonasorn
(artitchoochai2528@gmail.com)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีจุดมุ่งหมายให้เห็นถึงความสำคัญในการใช้หลักพุทธวิธีในการสื่อสารทางการเมืองทุกระดับ เช่น การเมืองระดับชาติ การเมืองระดับท้องถิ่น และระดับประชาชนโดยทั่วไป เพื่อให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข โดยใช้หลักพุทธศาสนาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารนับเป็นกลไกที่สำคัญในทางการเมืองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและการสื่อสารมักตกเป็นเครื่องมือของผู้มีอำนาจปกครอง ในการถ่ายทอดและขยายแนวคิด อุดมการณ์ทางการเมือง จากผู้ปกครองไปสู่ประชาชนเพื่อเป็นการชักชวน โน้มน้าวใจให้เกิดความศรัทธาและความจงรักภักดีต่อผู้ปกครอง ดังนั้น พุทธวิธีตามแนวพระพุทธศาสนาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับการสื่อสารทางการเมืองในยุคปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ส่งเสริมให้เกิดสันติสุขในสังคม ปราศจากอคติและก่อให้เกิดคุณธรรม จริยธรรมในการสื่อสาร

คำสำคัญ: พุทธวิธี, การสื่อสาร, การเมือง

Abstract

This article is aimed at studying about the significance of using the principles of Buddhist ways in every level of political communication such as in

^{1, 2, 3} มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตมหาวชิราลงกรณราชวิทยาลัย

Mahamakut Buddhist University, Mahavajiralongkornrajavidyalaya Campus

^{4, 5} มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาลัยศาสนศาสตร์กาฬสินธุ์

Mahamakut Buddhist University, Kalasin Buddhist College

national politics level, in local, and for population in order to live together with harmony by using the principles of Buddhism as a tool for the communication. The communication has been a significant mechanic of politics from the past until the current time in which the communication has been a tool of authorities who have conveyed and expanded their thoughts of the political ideology from the ruler to population in order to persuade and convince them for their faith and devote to the rulers. Hence, the principles of the Buddhist ways can be adapted in the political communication during the present time for the effectiveness of the communication as well as to support the peacefulness in the society without any bias and to create moral and ethics in communication.

Keywords: Buddhist Ways, Communication, Political

บทนำ

หลักจริยธรรมในทางพุทธศาสนา จะเป็นสิ่งสำคัญในการขัดเกลาบุคคลให้ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายโดยตระหนักถึงคุณธรรมและพุทธจริยธรรมในการบริหารงานทางการเมือง ที่ต้นตอเป็นสื่อกลางนำข่าวสารนั้นไปสู่สังคม พุทธศาสนา จึงมีเนื้อหาสาระอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำมาบูรณาการเพื่อประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งการนำเอาคุณค่าทางพุทธจริยธรรมมาเป็นตัวชี้วัดทางพุทธศาสนาอันเป็นสาระสำคัญของวัฒนธรรมชุมชนปลูกฝังแก่ปัจเจกบุคคล และกลุ่มบุคคลในสังคม จะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะเป็นการนำสิ่งดีที่มีอยู่มาใช้อย่างเป็นรูปธรรม “จริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมือง” โดยตระหนักว่าถ้าสถาบันทางการเมืองทั้งภาครัฐและภาคประชาสังคมได้นำเอาแนวทางจริยธรรมมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการสื่อสารทางการเมืองก็จะก่อให้เกิดการสื่อสารทางการเมืองที่ดีขึ้นได้ (พระสุทัศน์ กตสาโร (ประทุมแก้ว), 2556)

การเมืองเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากกับชีวิตของคนที่อยู่ในสังคม การสื่อสารทางการเมือง จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจของประชาชนอย่างกว้างขวาง (นันทนา นันทวโรภาส, 2558) หลายปีที่ผ่านมาความขัดแย้งในสังคมไทยทำให้สังคมได้ตระหนักและเริ่มกล่าวถึงเครื่องมือที่จะเชื่อมโยงสังคมไทยให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติมีความสุข ดังจะเห็นได้จากกลุ่มคนในประเทศต่าง ๆ ที่พัฒนาตนเองเข้าสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว

ทั้งระบบเศรษฐกิจและการเมือง ได้ให้การยอมรับอย่างกว้างขวางในการนำการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือและวิธีการในการดำเนินการ (พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, 2555) เพื่อนำมาพัฒนาให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและสร้างความเจริญก้าวหน้าทั้งต่อปัจเจกบุคคล องค์กร สังคมและประเทศชาติ แม้ว่าการสื่อสารถูกนำมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางการเมืองระหว่างประชาชนกับรัฐบาลและรัฐบาลกับประชาชน แต่ส่วนหนึ่งที่ทำให้ “ความขัดแย้ง” ขยายตัวขึ้นหรือลดระดับความรุนแรงลงในสังคมที่สำคัญประการหนึ่งคือสื่อมวลชนที่มีส่วนในการขยายระดับความรุนแรงของความขัดแย้ง (คณะกรรมการอิสระตรวจสอบและค้นหาความจริง คอป., 2555) ทุกฝ่ายเริ่มให้ความสำคัญการสื่อสารที่จะนำสังคมไปสู่ความสันติสุข

การสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันกล่าวได้ว่า ความขัดแย้งในหลากหลายมิติ แต่มีตัวแปรสำคัญที่แฝงตัวอยู่เบื้องหลังของวิกฤตการณ์สื่อสารทางการเมืองได้แก่ประเด็น “การสื่อสาร” ขบวนการความแตกแยกทางสังคมที่นำพาประชาชนในสังคมไทยไปจ่อที่ขอบเหวแห่งมิกสัญญีกัลยัค (ประเวศ วะสี, 2554) เป็นการสื่อสารแสดงเสรีภาพคำพูดทางความคิดเห็น สร้างคำพูดด้วยความเกลียดชัง คำพูดที่บิดเบือนและมีคำพูดที่มีอคติ ซึ่งส่งผลต่อการสานสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างลึกซึ้งจนขยายผลสู่ความขัดแย้งและใช้ความรุนแรงในที่สุด (พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, 2549)

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา การสื่อสารทางการเมืองไทยได้ขยายความขัดแย้งจนเป็นประเด็นปัญหามาไปสู่การใช้ความรุนแรงในที่สุด จากการศึกษาข้อมูลของประชาชนชาวไทยส่วนใหญ่นับถือ พระพุทธศาสนาเป็นอันดับหนึ่งกว่า 94% หลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาได้กล่าวถึงคำสอนที่ เกี่ยวข้องกับ “คำพูด” ที่เรียกว่า “วจีสุจจริต” ซึ่งเป็นหลักธรรมการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการพูด ดังที่ พระพุทธองค์ทรงให้หลักคำสอนในเรื่องเกี่ยวกับการพูดว่าจะต้องเป็น “วจีสุจจริต” ประกอบด้วย คำพูดที่เป็นความจริง พูดประสานสามัคคี พูดไม่ระคายหูนาฟังและพูดจากมีหลักฐานอ้างอิงน่าเชื่อถือ ซึ่งว่าจากหลักคำสอน พระพุทธองค์ทรงเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของคำพูดเป็นสำคัญ จึงได้มีหลักธรรมคำสอนไว้ในพระไตรปิฎกเกี่ยวกับคำพูดไว้ในบริบทต่าง ๆ แม้กาลเวลาผ่านมายาวนาน หลักคำสอนในพระพุทธศาสนายังคงมีคุณค่าสำคัญ เกี่ยวกับการสื่อสารมากมาย (ชินกร ทองดี, 2564)

ดังนั้น พุทธวิธีในการสื่อสารทางการเมือง อาจเป็นกุญแจสำคัญในการนำไปใช้เพื่อเปิดประตูสู่การสื่อสารทางการเมืองไทยปัจจุบันให้เกิดความสันติสุขในสังคมได้ ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองเป็นการถ่ายทอดข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองโดยตรง ระหว่าง

สมาชิกในทางการเมืองและคณะบุคคลกับรัฐบาล โดยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยความเมตตา กรุณา ความจริงใจต่อสถาบันและเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน อันจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหาทางออกสำหรับความขัดแย้งได้อย่างเหมาะสม โดยการสื่อสารนั้นจะต้องไม่อยู่บนฐานของผลประโยชน์ส่วนตัว ในทางพระพุทธศาสนาว่าด้วยการสื่อสาร หลักคุณธรรมหลักจรรยาบรรณ และจริยธรรมของการสื่อสารด้วย สังคมไทยได้นำหลักจริยธรรมการสื่อสารตามแนวพุทธศาสนามาใช้ เพื่อให้คนในสังคมมีความสุข มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และเป็นการสื่อสารที่ช่วยให้สังคมมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทุกระดับ เช่น 1) ระดับปัจเจกบุคคล 2) ระดับครอบครัว 3) ระดับชุมชน และ 4) ระดับประเทศ เป็นต้น ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเรื่อง “พุทธวิธี : การสื่อสารทางการเมือง” เป็นการนำเอาหลักปฏิบัติทางศาสนาเพื่อส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองในทุกระดับ โดยการนำหลักพุทธวิธีทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้อันจะก่อให้เกิดการสื่อสารทางการเมืองที่ดี และสร้างสรรค์ต่อไป

ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งหรือกลุ่มคนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ซึ่งการสื่อสารนั้นจะต้องดำเนินการผ่านสื่อต่าง ๆ สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูล โดยสื่อในปัจจุบันแบ่งเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชนกระแสหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์ กับสื่อใหม่ ซึ่งเป็นสื่อที่มาพร้อมเทคโนโลยีสมัยใหม่ นั่นคือ แพลตฟอร์มสำหรับสร้างชุมชนเสมือนบนโลกออนไลน์ เป็นแหล่งรวมผู้ใช้งานเข้ามาประกอบกิจกรรมบนโลกออนไลน์ และสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็ว หรือตัวอย่างง่าย ๆ ก็คือเว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชันโซเชียล ที่เราใช้งานกันอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวัน เช่น Facebook Twitter Instagram YouTube TikTok Line เป็นต้น ในการสื่อสาร เราจึงต้องเรียนรู้ประเภทของสื่อต่าง ๆ รวมถึงคุณลักษณะของสื่อ เพื่อที่จะควบคุมให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์

การสื่อสารจึงถือว่ามีสำคัญในฐานะที่เป็นการส่งผ่าน ความรู้ ความคิดทัศนคติไปให้บุคคลรอบข้าง ซึ่งการสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ (สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2553) สรุปได้ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน การสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อชีวิตประจำวัน ในวันหนึ่งเราใช้การสื่อสารตลอดเวลา ทั้งการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารกับผู้อื่น ตั้งแต่บุคคล ในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผู้ร่วมงานและทุกกิจกรรมในการดำรงชีวิต ก็ต้องใช้การสื่อสารทั้งนั้น จึงสรุปได้ ดังนี้

2. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม มนุษย์รวมตัวกันเป็นกลุ่มสังคมได้ตั้งแต่สังคม เล็กระดับครอบครัว จนถึงสังคมที่ใหญ่ระดับประเทศและระดับโลกได้ ก็เพราะอาศัยการ สื่อสารเป็นพื้นฐาน เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันและดำเนินชีวิตร่วมกัน ก็ย่อมต้องมีข้อตกลงกัน โดย กำหนดเป็นระเบียบ กติกาต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของสังคม ทำให้สังคมนั้น ๆ ดำรงอยู่ได้

3. ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจ ตั้งแต่ ขั้นตอนการตลาด การขาย การจัดหาวัตถุดิบ การวางแผนการผลิต การผลิต การเงิน การ บัญชี และการบริหารงานบุคคล ต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การสื่อสารกันระหว่าง บุคคล จนกระทั่งถึงการสื่อสารกับมวลชน เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการนำ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการสื่อสารมากมาย

4. ความสำคัญต่อการปกครอง การปกครองไม่ว่าจะเป็นการปกครองระดับใด หรือการปกครองระบอบใดก็ตามผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง จะต้องมีการตกลงร่วมกันใน กฎเกณฑ์หรือระเบียบต่าง ๆ ผู้ปกครองต้องเผยแพร่ข่าวสารเหล่านี้ให้ผู้ถูกปกครองทราบทั้ง ทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งประชาชนหรือผู้ถูกปกครองก็ต้องสื่อสารเรื่องต่าง ๆ ไปยัง ผู้ปกครองด้วย เพื่อความสงบสุขของบ้านเมืองเป็นสำคัญ

5. ความสำคัญต่อการเมืองและเศรษฐกิจ ทุกประเทศมีการติดต่อสื่อสารกันทั้ง ทางด้านการเมือง และเศรษฐกิจ และปัจจุบันมีหน่วยงานหรือองค์กรของแต่ละประเทศ ที่ทำ หน้าที่ติดต่อสื่อสารข่าวสารการเมืองและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อการ สร้างเครือข่ายหรือพันธมิตร ซึ่งการสื่อสารมวลชนก็เข้ามามีบทบาทร่วมด้วยเช่นกัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การสื่อสารมีความสำคัญและเป็นพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ ของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์มีความจำเป็นที่ต้องสื่อสารระหว่างกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคลหนึ่งไปอีกรายหนึ่ง เน้นความสัมพันธ์ระหว่างกันของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันหรือสร้างความขัดแย้งก็ได้ โดย ผ่านสื่อต่าง ๆ

โดยสรุป การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน การสื่อสารคือกระบวนการในการส่งสาร หรือ การสื่อสารเป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อซึ่งอาจใช้อุปกรณ์หรือไม่ใช้อุปกรณ์ เป็นตัวช่วยในการติดต่อหรือแลกเปลี่ยนสารดังกล่าว ซึ่งการสื่อสารมีความสำคัญและเป็น พื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ความรู้สึก ระหว่างบุคคลหนึ่งไปอีกรคนหนึ่ง เน้นความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

การสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองถือกำเนิดมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ ตามหลักฐานที่บันทึกไว้ในราว 500 ปีก่อนคริสตกาล “การสื่อสาร คือ การแสวงหาวิธีการจูงใจทุกรูปแบบ” (Berlo, David K, 1960) แม้ว่าการสื่อสารทางการเมืองจะเป็นเรื่องที่มีมายาวนานแล้ว แต่ศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมืองกลับเป็นเรื่องใหม่ ที่มีการศึกษาอย่างกว้างขวางเมื่อไม่นานมานี้ อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมือง ที่ได้รับการศึกษาในฐานะศาสตร์นั้น เริ่มต้นพร้อมกับการเกิดขึ้นของสื่อโทรทัศน์ในช่วงทศวรรษ 1950 เพราะพลังอำนาจของสื่อโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อผู้ที่รับชม ทำให้นักการเมืองมองเห็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญนี้ จึงหยิบมาใช้ในทางการเมือง โดยเริ่มต้นจาก นายพลไอเซนฮาวร์ ที่ใช้สื่อโทรทัศน์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ประธานาธิบดีในปี ค.ศ.1956 ตามมาด้วย จอห์น เอฟ. เคนเนดี ในปี ค.ศ.1960 ซึ่งในกรณีของ เคนเนดีนั้น นับเป็นตัวอย่างของการใช้โทรทัศน์ เป็นสื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยจอห์น เอฟ. เคนเนดี ได้โต้ว่าที (Debates) กับ รองประธานาธิบดี ริชาร์ด นิกสัน ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวอเมริกันมากกว่า แต่จากการปรากฏตัว การวางบุคลิกและการพูดที่โดดเด่นกว่าของจอห์น เอฟ. เคนเนดี ที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อโทรทัศน์ ไปยังชาวอเมริกันกว่าร้อยล้านคน สร้างความประทับใจอย่างสูง จนส่งผลให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีในที่สุด (Bruce I. Newman, 1994) นับเนื่องจากนั้นเป็นต้นมา

ดังนั้น การสื่อสารทางการเมือง จึงหมายถึงกิจกรรมสื่อสารทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) หรือพื้นที่ส่วนตัว (Private Sphere) แต่ใน การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองครั้งนี้จะใช้ศัพท์ การสื่อสารทางการเมือง ในความหมายแคบ ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ ดังต่อไปนี้ นิยามการสื่อสารทางการเมืองของ Manuel Pares i Maicas ไว้ 4 ข้อ (นันทนา นันทวโรภาส, 2558) ดังนี้

1. การสื่อสารใด ๆ ที่สัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับบริบทสังคม อันได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง การเคลื่อนไหวทางการเมืองของประชาชน ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้อาจเป็นทั้งผู้ส่งหรือผู้รับสาร

2. การสื่อสารทางการเมืองเป็นเรื่องของการโน้มน้าวใจ จัดกระทำหรือการหลอกลวง เพื่อจะนำไปสู่อำนาจ อุดมการณ์ ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ประชาชนิตี ฯลฯ

3. การสื่อสารนี้อาจเป็นไปในรูปแบบของข่าว เหตุการณ์เสมือนจริง การโฆษณาชวนเชื่อ การเบี่ยงเบนข้อเท็จจริง โดยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

4. การสื่อสารทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการตลาดทางการเมือง โดยเฉพาะกระบวนการเลือกตั้ง การหยังเสียง อันเป็นเครื่องมือสำคัญในระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทน

การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ค่านิยม อุดมการณ์ทางการเมือง ภายในระบบการเมืองอย่างมีเป้าหมาย ซึ่งฉายภาพให้เห็นถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์กระทำในทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นความพยายามที่จะใช้ประโยชน์จากกิจกรรมพื้นฐานของมนุษย์ในสังคมที่ต้องมีการสื่อสารถึงกัน ผสานกับความต้องการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติของการเมืองที่ต้องมีการโน้มน้าวชี้นำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การสื่อสารทางการเมืองจึงไม่ใช่เรื่องของชะตากรรมหรือความบังเอิญที่กำหนดโดยสิ่งเหนือธรรมชาติ หากแต่เป็นเรื่องของศักยภาพและเจตจำนงที่มนุษย์เป็นผู้กำหนดเอง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545)

กิจกรรมทางการเมืองทั้งหมด คือ การสื่อสารทางการเมือง ไม่เพียงการพูด การเขียน การวิพากษ์วิจารณ์ แต่ทุกอย่างที่ปรากฏสู่สายตาไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ ล้วนเป็นองค์ประกอบของการสื่อสาร อันจะนำไปสู่สิ่งที่เป็นภาพลักษณ์ หรือ อัตลักษณ์ของบุคคล บรรดาผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองมี 3 กลุ่ม เป็นกลุ่มองค์กรทางการเมือง ทำการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารของตนเองไปยังสื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนถ่ายทอดข้อมูลเหล่านั้นผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังประชาชน ซึ่งสามารถอธิบายกระบวนการส่งและรับข้อมูล ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 องค์กรทางการเมือง ในฐานะต้นธารของ “สาร” ที่ต้องการส่งออกไปเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจของประชาชนและรัฐบาล โดยองค์กรทางการเมืองต่าง ๆ ประกอบด้วยพรรคการเมือง เป็นองค์กรทางการเมืองที่เป็นที่รวมของคนที่มีแนวความคิดคล้ายคลึงกัน มีแนวคิดอุดมการณ์ร่วมกัน พรรคการเมืองในประเทศประชาธิปไตยสมัยใหม่

มีพันธกิจในการบรรลุเป้าหมายตามรัฐธรรมนูญ คือ การชนะเลิศเลือกตั้ง หรือเป็นผู้บริหาร หรือเป็นผู้แทนในสภา ดังนั้น พรรคการเมืองจึงต้องพยายามสื่อสาร หรือโน้มน้าวใจผู้เลือกตั้ง ให้เห็นว่าพรรคมีศักยภาพ มีจริยธรรม และมีนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน แนวทางการสื่อสารของพรรคการเมือง มีทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การปั่นข่าว (Spinning) ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนนำเสนอข่าวของพรรคในเชิงบวก

กลุ่มที่ 2 องค์กรสาธารณะ (Public Organization) หรืออาจเรียกว่าองค์กรภาคประชาชน ได้แก่ สภากาชาดแรงงาน กลุ่มผู้บริโภคและสมาคมวิชาชีพ กลุ่มองค์กรที่มิใช่ ภาครัฐนี้เป็นองค์กรที่สื่อสาร เพื่อเป้าหมายเฉพาะขององค์กร บางครั้งอาจสนับสนุนพรรคการเมือง บางครั้งอาจจะต่อต้าน ขึ้นอยู่กับประเด็นและสถานการณ์

กลุ่มที่ 3 กลุ่มกดดัน (Pressure Groups) เป็นการรวมตัวของบุคคลในประเด็นเฉพาะกิจ ไม่มีลักษณะเป็นสถาบัน แต่มีวัตถุประสงค์ทางการเมืองที่ชัดเจน มีการรวมตัวกันในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อกดดันให้มีการดำเนินการ หรือเปลี่ยนแปลงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น กลุ่มรณรงค์ปลดอาวุธนิวเคลียร์ กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นต้น

กลุ่มที่ 4 องค์กรก่อการร้าย (Terrorist Organizations) หมายถึง กลุ่มที่ใช้วิธีการรุนแรง การระเบิดในเมือง การจี้เครื่องบิน การลอบสังหาร การลักพาตัว) เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ เพื่อสื่อสารให้ประชาชนได้รู้ถึงความมีอยู่และวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ยิ่งสื่อมวลชนนำเสนอข่าวความรุนแรงจากการกระทำของกลุ่มเหล่านี้มากเท่าไร ก็ยิ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มก่อการร้ายมากเท่านั้น กลุ่มเหล่านี้ ได้แก่ กลุ่มไออาร์เอ ในประเทศไอร์แลนด์เหนือ กลุ่มอัลเคดาร์ ในตะวันออกกลาง กลุ่มก่อการร้ายในภาคใต้ของประเทศไทย เป็นต้น

กลุ่ม 5 สื่อมวลชน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในฐานะผู้นำสารไปสู่ประชาชนและขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่ในการส่งสารจากประชาชนไปยังนักการเมือง หรือองค์กรทางการเมืองด้วยความกว้างใหญ่ของพื้นที่ประเทศ ประกอบกับจำนวนมหาศาลของประชาชนทำให้นักการเมืองไม่อาจติดต่อโดยตรงกับประชาชนได้ สื่อมวลชนจึงเป็นช่องทางสำคัญ ในการกระจายข่าวสารไปยังประชาชน ดังนั้นนักการเมืองและผู้แสดงทางการเมืองทั้งหลาย จึงต้องใช้ความพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้ตนเองและเรื่องราวต่าง ๆ ได้ปรากฏเป็นข่าวในสื่อมวลชน โดยช่องทางปกติ หรือใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวก็ตาม ซึ่งในการนำเสนอและวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองของสื่อมวลชนนั้น ก็ถูกตั้งข้อสังเกตถึงความเป็นกลางและความเป็นมือคดียุ่เสมอ ๆ

กลุ่มที่ 6 ประชาชน คือกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารทางการเมือง หากไม่มีประชาชน การสื่อสารทางการเมืองก็ไม่อาจบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ดังนั้น การสื่อสารทาง

การเมือง จึงมักที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ให้เข้าถึงประชาชนแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้ผลตามที่มุ่งหวังไว้และโดยที่ประชาชนนั้นมีความแตกต่างกันทั้งสถานะ อาชีพ การศึกษา รายได้ ภูมิภาค ฯลฯ การเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายทางการเมือง จึงเป็นเรื่องที่นักการเมืองจะต้องแสวงหาช่องทางและวิธีการในการสื่อสารให้สอดคล้องอย่างเฉพาะเจาะจง

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 3 ฝ่าย ได้แก่ กลุ่มองค์กรทางการเมือง สื่อมวลชน และประชาชน โดยที่กลุ่มองค์กรทางการเมือง มีความต้องการการสนับสนุนจากประชาชน จึงจำเป็นต้องทำการส่งสารผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชน สื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ในการเผยแพร่ข่าวสารนั้นภายใต้มุมมองของตนเอง ซึ่งอาจมีอคติหรือทำหน้าที่อย่างเป็นกลาง เป็นสิ่งที่ประชาชนผู้รับสารจะใช้วิจารณญาณ ในการวินิจฉัยตัดสินของตนเอง และในขณะเดียวกันประชาชนก็อาจส่งสารไปยังกลุ่มองค์กรทางการเมือง เพื่อเสนอแนวทาง เรียกร้อง ต่อต้าน โดยผ่านไปยังสื่อมวลชน หรือทัศนคติจากการหยั่งเสียง (Poll) ในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งในกระบวนการนี้ สื่อมวลชนนอกจากจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของทั้ง 2 กลุ่มแล้ว ยังสามารถแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งสารได้อีกด้วย โดยวิธีการนำเสนอ ความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ บทวิเคราะห์ผ่านคอลัมน์ต่าง ๆ และแม้แต่ในเนื้อหาของข่าวเอง การกลั่นกรองที่จะนำเสนอเป็นข่าวใหญ่ ข่าวเล็กหรือไม่นำเสนอ ก็เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารทางการเมือง

กระบวนการและช่องทางการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา

พระพุทธศาสนาได้อธิบายองค์ประกอบของชีวิตที่บัญญัติเรียกว่า “สัตว์” “บุคคล” ในที่นี้หมายถึง มนุษย์หรือบุคคล โดยแบ่งออกเป็นส่วนประกอบ 5 ประเภท ทางธรรมว่า เบญจขันธ์ คือ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2551)

1. รูป ได้แก่ ส่วนประกอบฝ่ายรูปธรรมทั้งหมด ร่างกายและพฤติกรรมทั้งหมดของร่างกาย หรือสสารและพลังงานฝ่ายวัตถุ พร้อมทั้งคุณสมบัติและพฤติกรรมต่าง ๆ ของสสารพลังงานเหล่านั้น
2. เวทนา ได้แก่ ความรู้สึกสุข ทุกข์ หรือเฉย ๆ ซึ่งเกิดจากผัสสะทางประสาททั้ง 5 และทางใจ
3. สัญญา ได้แก่ ความกำหนดได้ หรือหมายรู้ (ในทางนิเทศศาสตร์ เรียก การรับรู้) คือ กำหนดรู้หรือการเครื่องหมายลักษณะต่าง ๆ อันเป็นเหตุให้จำอารมณ์นั้น ๆ ได้

4. สังขาร ได้แก่ องค์ประกอบหรือคุณสมบัติต่าง ๆ ของจิตมีเจตนาเป็นตัวนำ ซึ่งแต่งจิตให้ดีหรือชั่วหรือเป็นกลาง ๆ ตริตริกนึกคิดในใจและแสดงออกทางกาย ทางวาจา หรือเป็นเครื่องปรุงของจิตของความคิดซึ่งนำไปสู่ปัญญาได้

5. วิญญาณ ได้แก่ ความรู้แจ้งอารมณ์ทางประสาททั้ง 5 และทางใจ คือ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส การรู้สัมผัสทางกาย และการรู้อารมณ์ทางใจ

กล่าวโดยสรุปแล้ว บุคคลประกอบด้วยรูปและนาม รูป คือ รูปธรรมหรือร่างกายมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยธาตุ 4 คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ และหมายถึง รูปธรรม ที่เข้ามาสัมผัสทาง ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ ส่วนของตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ เรียกว่า อายตนะภายใน ส่วน รูป เสียง กลิ่น รส โผฏฐัพพะ และธรรมารมณ์ เรียกว่า อายตนะภายนอก

อายตนะ แปลว่า แตนต่อเชื่อม คือ ตา สัมผัส รูป หู สัมผัส เสียง จมูก สัมผัส กลิ่น ลิ้น สัมผัส รส กายสัมผัส โผฏฐัพพะ (สิ่งที่สัมผัสได้ด้วยกาย ได้แก่ ความร้อน ความเย็น ความแข็ง ความอ่อน) ใจสัมผัส ธรรมารมณ์ (สิ่งที่ใจคิดเรื่องราวต่าง ๆ ที่ระลึกได้เกี่ยวกับสิ่งที่พบหรือรับรู้ทาง หู ตา จมูก ลิ้น และกาย และปรากฏขึ้นทางใจ)

จากกระบวนการรับรู้หรือช่องทางในการสื่อสารของมนุษย์ พระพุทธศาสนากล่าวว่ามีช่องทางในการรับรู้โดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวสัมผัส ที่เป็นช่องทางสำหรับการรับเข้า และส่งออกของการสื่อสาร ในขณะเดียวกันการรับรู้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะการรับรู้แต่เพียงรูปธรรมเท่านั้น พระพุทธศาสนายังทรงเสนอถ้าไปถึงการรับรู้ผ่านนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ อันได้แก่ การรับรู้ทางใจไว้ด้วย ซึ่งความรู้ที่รับรู้มาจากทางมโนทวารหรือใจนี้เอง ที่เรียกว่า ธรรมารมณ์ ในหลักการสื่อสารทั่วไป สมัยอดีตกาลพระพุทธองค์ยังไม่มีสื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสื่อสาร มีเพียงการสื่อสารด้วยการพูดและการเขียนเท่านั้น หลักการสื่อสารที่พระองค์ทรงสั่งสอนจึงเน้นไปที่การพูด การฟัง การท่องจำ แต่หลักการต่าง ๆ ที่พระองค์ทรงสั่งสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการสื่อสารในทุกรูปแบบ เช่น การรายงานข่าว การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

โดยสรุป กระบวนการและช่องทางการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา หมายถึง ช่องทางในการรับรู้โดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวสัมผัส ที่เป็นช่องทางสำหรับการรับเข้า และส่งออกของการสื่อสาร การรับรู้ผ่านนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ อันได้แก่ การรับรู้ทางใจไว้ด้วย ซึ่งความรู้ที่รับรู้มาจากทางมโนทวารหรือใจนี้เอง ที่เรียกว่า ธรรมารมณ์ ในหลักการสื่อสารทั่วไป

หลักการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา

ศาสนาพุทธมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวพุทธ หลักคำสอนของพระพุทธเจ้าครอบคลุมการสื่อสารของมนุษย์ทั้งในด้านการพูด การฟัง การรับรู้ การคิดและการเชื่อ ซึ่งหลักการสื่อสารตามแนวพระพุทธศาสนาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน จัดเป็นหลักการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารและส่งเสริมให้เกิดจริยธรรมในการสื่อสาร พระพุทธเจ้าได้ทรงวางหลักการสื่อสารที่ชัดเจน คือ หลักของการพูดมีหลายประการ ได้แก่

1. การพูดที่ดี

พระพุทธองค์ยังได้สอนเรื่องการพูดไว้ในหลักสัมมาวาจาหรือวาจาชอบหรือเจรจาชอบ (Right speech) ซึ่งเป็นศีลพื้นฐานสำหรับบุคคลทั่วไปปฏิบัติ ดังนี้

1.1 ละมุสาวาท เว้นการพูดเท็จ ให้พูดสัจจวาจา พูดคำจริง

1.2 ละปิสฺสุณาวาจา เว้นการพูดส่อเสียด ให้พูดสมัคคกรณีวาจา พูดคำमानสามัคคี

1.3 ละมรฺสฺวาจา เว้นการพูดคำหยาบ ให้พูด สันทวาจา พูดคำอ่อนหวานสุภาพ

1.4 ละสัมผัปปลาปะ เว้นการพูดเพ้อเจ้อ ให้พูดอัตถสัณฺหิตาวาจา พูดคำมีประโยชน์ (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), 2551)

2. บุคคลควรพูดด้วยปัญญา

พระพุทธเจ้าทรงสั่งสอนว่าควรพูดด้วยมโนตา (ปัญญา) ได้แก่ 1. ไม่พูดเท็จ 2. ไม่พูดส่อเสียด 3. ไม่พูดคำหยาบ 4. ไม่พูดเพ้อเจ้อ และ 5. หลังจากตายแล้ว ย่อมไปเกิดในสุคติโลกสวรรค์ (อง.ปญจก. (ไทย) 22/214/357)

3. บุคคลไม่ควรพูดมากแล้วไม่ทำ แต่ควรพูดน้อยแล้วทำ

พระพุทธองค์ทรงสอนว่า “คนที่กล่าวพุทธพจน์แม้มาก แต่มัววประมาทไม่ทำตามพุทธพจน์นั้น ย่อมไม่ได้รับผลแห่งความเป็นสมณะ เหมือนคนรับจ้างเลี้ยงโคได้แต่นับโคให้คนอื่น ฉะนั้น ส่วนคนที่กล่าวพุทธพจน์ แม้น้อยแต่ประพฤติธรรมสมควรแก่ธรรมเป็นปกติ ละราคะ โทสะและโมหะได้แล้ว รู้ชอบ มีจิตหลุดพ้นดีแล้วไม่ยึดติดในโลกนี้และโลกหน้า เขา ย่อมได้รับผลแห่งความเป็นสมณะ” (ขุ.ธ. (ไทย) 25/19-20/30) กล่าวได้ว่า คนที่พูดถ้อยคำมีประโยชน์แม้มาก แต่เป็นผู้ประมาท ไม่ทำตามถ้อยคำนั้น ผู้นั้นย่อมไม่ได้มีส่วนแห่งคุณธรรมที่ทำให้เป็นสมณะ เหมือนคนเลี้ยงโค นับโคให้ผู้อื่น แต่ไม่มีส่วนแห่งน้ำมันโค ส่วนคนที่พูด

ถ้อยคำมีประโยชน์ แม้น้อย แต่ประพฤติตามธรรม ละระคะ โทสะและโมหะได้ รู้โดยชอบ มีจิตหลุดพ้นแล้วด้วยดี ไม่ถือนั่นในโลกนี้หรือโลกอื่น ย่อมเป็นผู้มีส่วนแห่งคุณธรรมทำให้เป็นสมณะได้

4. บุคคลควรระมัดระวังการพูดจา

พระพุทธองค์ทรงเปรียบเทียบไว้ว่า “ผรุสวาจา (คำหยาบ) เป็นเหมือนผึ้งเครื่องตัดตนของคนพาลผู้กล่าวคำชั่ว ย่อมเกิดที่ปากของคนพาล ผู้ใดสรรเสริญคนที่ควรติเตียน หรือติเตียนคนที่ควรสรรเสริญ ผู้นั้นชื่อว่าสังสมความผิดไว้ด้วยปาก ย่อมไม่ประสบความสุข เพราะความผิดนั้น” (อง.ทสก. (ไทย) 24/89/201)

เปรียบได้กับคนที่เกิดมีขวานเกิดมาในปากด้วย คนพาลเมื่อกล่าวคำชั่ว ชื่อว่าใช้ขวานนั้นฟันตัวเอง เหมือนกับไม่รู้ว่ามีผู้ใดสรรเสริญ ผู้ใดควรติ จึงชื่อว่าใช้ปากเลือกเก็บความชั่วเอาไว้ ซึ่งย่อมจะไม่ได้ประสบความสุขเพราะความชั่วนั้น ๆ เลย

5. คุณสมบัติของผู้รับสาร/หลักการฟังที่ดี

พระพุทธองค์ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการฟังในสิ่งที่ดีมีประโยชน์ โดยได้ชี้ถึงอานิสงส์ในการฟังธรรม 5 ประการ (อง.ปญจก. (ไทย) 22/202/344) คือ 1. ได้ฟังสิ่งที่ยังไม่เคยฟัง 2. เข้าใจชัดสิ่งที่ได้ฟังแล้ว 3. บรรเทาความสงสัยเสียได้ 4. ทำให้ความเห็นให้ตรง 5. จิตของผู้ฟังธรรมย่อมเลื่อมใส

นอกจากนี้พระพุทธองค์ได้ทรงสอนแนะนำกระตุ้นเตือนในการทำหน้าที่ของบุคคลให้ดีเกี่ยวกับการฟัง การสนทนา ปรัชชาสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยธรรม 5 ประการ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2551) ดังนี้ 1. ไม่นึกหมิ่นเรื่องที่เขาพูด 2. ไม่นึกหมิ่นผู้พูด 3. ไม่นึกหมิ่นตัวเอง 4. ใจไม่ฟุ้งซ่าน ฟังธรรมโดยมีจิตหนึ่งเดียว 5. มนสิการโดยแยบคาย (โยนิโสมนสิการ ซึ่งเป็นตัวการในการทำหน้าที่ทางปัญญาให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทั้งในการรับรู้ การเผชิญสถานการณ์ และการสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปฏิบัติต่อทุกกรณี)

โดยสรุป หลักการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา คือ หลักคำสอนของพระพุทธเจ้าครอบคลุมการสื่อสารของมนุษย์ทั้งในด้านการพูด การฟัง การรับรู้ การคิดและการเชื่อ ได้แก่ หลักของการพูดมีหลายประการ ประกอบด้วย ละมูสวาท เว้นการพูดเท็จ ให้พูดสังจวาจา พูดคำจริง ละปิสุณวาจา เว้นการพูดส่อเสียด ให้พูดสมัคกระณิวาจา พูดคำสมานสามัคคี ละผรุสวาจา เว้นการพูดคำหยาบ ให้พูดสันหวาจา พูดคำอ่อนหวานสุภาพและละสัมผัปปลาปะ เว้นการพูดเพ้อเจ้อ ให้พูดอัตถสัณหิตวาจา พูดคำมีประโยชน์ เป็นต้น

บทสรุป

การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ค่านิยม อุดมการณ์ทางการเมือง ภายในระบบการเมืองอย่างมีเป้าหมาย ซึ่งฉายภาพให้เห็นถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์กระทำในทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นความพยายามที่จะใช้ประโยชน์จากกิจกรรมพื้นฐานของมนุษย์ในสังคมที่ต้องมีการสื่อสารถึงกัน พุทธวิธีสื่อสารครอบคลุมถึงเรื่องการสื่อสารของมนุษย์ทั้งหมดซึ่งเกี่ยวข้องกับการพูด การฟัง การรับรู้ การเปิดรับการสื่อสาร การคิดและการเชื่อ ซึ่งหลักการสื่อสารตามแนวพระพุทธศาสนานี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการสื่อสารยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี จัดเป็นหลักการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารตลอดจนส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดจริยธรรมในการสื่อสาร ดังนั้นพุทธวิธีในการสื่อสารทางการเมือง อาจเป็นกุญแจสำคัญในการนำไปใช้เพื่อเปิดประตูการสื่อสารทางการเมืองไทยปัจจุบันให้เกิดความสันติสุขในสังคมได้ ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองเป็นการถ่ายทอดข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองโดยตรง ระหว่างสมาชิกในทางการเมืองและคณะบุคคล กับรัฐบาล โดยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยความเมตตา กรุณา ความจริงใจต่อสถาบัน และเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน อันจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหาทางออกสำหรับความขัดแย้งได้อย่างเหมาะสม โดยการสื่อสารนั้นจะต้องไม่อยู่บนฐานของผลประโยชน์ส่วนตัว สังคมไทยได้นำหลักจริยธรรมการสื่อสารตามแนวพุทธศาสนามาใช้ เพื่อให้คนในสังคมมีความสุข มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และเป็นการสื่อสารที่ช่วยให้สังคมมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทุกระดับ เช่น 1. ระดับปัจเจกบุคคล 2. ระดับครอบครัว 3. ระดับชุมชน และ 4. ระดับประเทศ เป็นต้น ดังนั้น “พุทธวิธี : การสื่อสารทางการเมือง” เป็นการนำเอาหลักปฏิบัติทางศาสนามาเพื่อส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองในทุกระดับ โดยการนำหลักพุทธวิธีทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้อันจะก่อให้เกิดการสื่อสารทางการเมืองที่ดี และสร้างสรรค์ต่อไป

รายการอ้างอิง

- คณะกรรมการอิสระตรวจสอบและค้นหาความจริง (คอป.). (2555). *โครงการศึกษาวิจัย รากเหง้าของความขัดแย้งทางออกเพื่อความปรองดอง*. กรุงเทพฯ : บริษัท พี เอส พรินติ้ง แอนด์.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2558). *สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : แมสมีเดีย.

- ประเวศ วะสี. (2554). “สิ่งที่นายกรัฐมนตรีคนใหม่ควรทำ 10 ประการ”. สืบค้น 21 เมษายน 2565, จาก <http://www.komchadluek.net/detail/20110630/101798/.html>
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2551). *พุทธธรรม ฉบับปรับปรุงและขยายความ* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ : สหธรรมิก.
- พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส. (2549). *การจัดการความขัดแย้งอย่างสันติวิธีและการสื่อสารทางการเมืองในภาวะวิกฤต. การสื่อสารทางการเมืองหน่วยที่ 13. นนทบุรี. : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.*
- “_____”. (2555). *พระพุทธศาสนากับวิทยาการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุขุมวิทการพิมพ์ จำกัด.
- พระชินกร สุจิตโต (ทองดี). (2564). *การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองสำหรับประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (ดุสิตนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา.
- พระสุทัศน์ กตสาโร (ประทุมแก้ว). (2556). *การศึกษาศาสตร์พุทธจริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมือง (สารนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). *การสื่อสารกับการเมือง*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์ แอนด์พริ้นติ้ง.
- สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. (2553). *GE 125 การสื่อสาร และมนุษย์สัมพันธ์*. สืบค้น 21 เมษายน 2565, จาก https://ge.kbu.ac.th/media_learning/doc/main_media_learning/GE125/01.pdf
- Berlo, D.K. (1960). *The Process of Communication: Introduction to Theory and Practice*. San Francisco: Rinehart Press.
- Bruce I. Newman. (1994). *The Mass Marketing of Politics: Democracy In An Age Of. United State*: Blackwell Publishers Ltd.