

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอผลการศึกษาด้านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยการพัฒนารูปแบบกิจกรรมเสริมทักษะการสร้างสื่อเทคโนโลยีสร้างสรรค์ สืบสานภูมิปัญญาแหล่งเรียนรู้ ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านนาปัง ตำบลนาปัง จังหวัดน่านจำนวน ๔ ตอน คือ

ตอนที่ ๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบรูปแบบกิจกรรมเสริมทักษะ

การสร้างสื่อเทคโนโลยีสร้างสรรค์

ตอนที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสืบสานภูมิปัญญาแหล่งเรียนรู้

ตอนที่ ๓ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

ตอนที่ ๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ ๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบรูปแบบกิจกรรมเสริมทักษะการสร้างสื่อเทคโนโลยีสร้างสรรค์

สื่อ (Media) หมายถึง เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น ๒ ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, ๒๕๔๗: ๔)

๑) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไปอย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ แลสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

๒) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และ

ข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. ๒๐๐๓: ๔๐-๔๑)

บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร โครงข่ายโทรศัพท์ อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ "สื่อแบบดั้งเดิม" (Traditional Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข" (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความเสียง ภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิก ได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอักขรนิพนิตหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ สามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถนำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ ถูกเรียกขานว่า "การทำให้เป็นระบบตัวเลข" หรือ "ดิจิทัลเซชัน" (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็นระบบตัวเลข เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด "สื่อใหม่" (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ "อินเตอร์ แอคทีฟ" (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่ จะสามารถตอบสนองความต้องการของ "ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร" (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มี ข้อจำกัด ในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, www, ม.ป.ป.)

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, ๒๕๔๕)

เควิน คาวาโมโต้ (Kevin Kawamoto, ๑๙๙๗) ได้ให้ความหมายของ "สื่อใหม่" (New Media) ว่าหมายถึง ระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ของเครือข่ายในระดับโลก

ธิดาพร ชนะชัย (๒๕๕๐: ๑-๓) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น ๓ ประเด็นดังต่อไปนี้

- ๑) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม
- ๒) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่

๓) สื่อสร้างสรรค์ชิ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation เคนท์ เวิร์ทาม และ เอียน เชนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ ๕ ประการ” (๕ Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรณสถิต, ผู้แปล, ๒๕๕๑)

๑) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

๒) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

๓) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

๔) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว ๓๐ วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปไว้ในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

๕) อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่ กระจายไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (๒๕๕๑: ๔๓) กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสาร

ได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่าง ๆ ที่เรียกว่าสื่อผสมผสาน

ช่วงโชติ นฤเวช (๒๕๔๒ : ๑๗) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง กระบวนการนำเอาคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์ข้อมูลมาทำการประมวลผล และการสืบค้นหาแล้วเรียกใช้งานข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลแล้ว มีสื่อและอุปกรณ์เข้ามาช่วยในการสื่อสารข้อมูล สารสนเทศโดยผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

ภูทิวส์ วรินทร์เวช (๒๕๔๕ : ๓๑) ได้สรุปความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการดำเนินงานทั้งปวง เพื่อตัดทาสารสนเทศไว้ใช้งาน ซึ่งประกอบไปด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีโทรคมนาคมเป็นหลัก และรวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ให้เป็นประโยชน์ โดยคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการจัดการและจัดเก็บข้อมูล ส่วนการสื่อสารโทรคมนาคมใช้เป็นสื่อในการจัดส่งข้อมูลเผยแพร่และเสียงออกไปเพื่อสื่อสารกัน ตลอดจนถึงแนวความคิด ระบบ วิธี เครื่องมือ เครื่องใช้ทางการสื่อสารหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเก็บ ประมวลผล ค้นคืน และเผยแพร่ข้อสนเทศ ไม่ว่าจะตะเป็นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ระบบสารสนเทศและโทรคมนาคม รวมทั้งการประยุกต์ใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์เหล่านั้นในงานสารสนเทศและงานบริการด้านอื่นๆ

สุกิจจา พงษ์สุวรรณ (๒๕๔๗ : ๗) ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศว่า หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดหา การจัดเก็บประมวลผล และเผยแพร่สารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้นำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้กันอย่างกว้างขวาง งานประยุกต์ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ การสร้างระบบสารสนเทศแบบต่างๆ มีการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมไปใช้ในหน่วยงานหรือธุรกิจต่างๆ มุ่งไปที่การคิดค้นอย่างสะดวก รวดเร็ว รวมถึงการจัดทำรายงาน ตลอดจนการจัดทำผลลัพธ์ของข้อมูลให้สามารถค้นหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ครรชิต มาลัยวงศ์ (๒๕๔๗ : ๒๐) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยเทคโนโลยีสำคัญสองสาขา คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสารคมนาคม โดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จะช่วยให้เราสามารถจัดเก็บบันทึก และประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องส่วนเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม ช่วยให้เราสามารถส่งผลลัพธ์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ไปให้ผู้ใช้ที่อยู่ห่างไกลได้อย่างรวดเร็วและสะดวก

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดกระทำข้อมูล ประมวลผลข้อมูลอย่างเป็นระเบียบแบบแผน อันนำมาซึ่งข้อมูลสารสนเทศเพื่อนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ประเภทของสื่อใหม่

ประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกัน ตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ๑) เว็บไซต์ (Web site)
- ๒) อินเทอร์เน็ต (Internet)
- ๓) อีเมล (E-mail)
- ๔) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
- ๕) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
- ๖) ซีดีรอมมัลติมีเดีย
- ๗) ซอฟต์แวร์
- ๘) บล็อกและวิกิ
- ๙) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
- ๑๐) ตู้ให้บริการสารสนเทศ
- ๑๑) โทรศัพท์มือถือ
- ๑๒) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
- ๑๓) นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่าง รวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

ประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media)

จากการศึกษาวิจัยและบทความ ของธิดาพร ชนะชัย (๒๕๕๐) และ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (๒๕๕๑: ๕๐-๕๑) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media) ดังต่อไปนี้

- ๑) สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้ โดยการเปิดหัวข้อไว้ ก็จะมีผู้สนใจและมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย

- ๒) ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล
- ๓) ช่วยสนับสนุนในการทำ E-Commerce เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันที โดยไม่ต้องใช้ catalog อีกต่อไป
- ๔) สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อมๆ กัน
- ๕) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก
- ๖) ไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และ ภาพยนตร์แล้วมีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า
- ๗) สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ ๒ ทาง จึงทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้ทันที

สรุปได้ว่าการที่นำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันนั้นจะทำให้ สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น เปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ที่ข้อจำกัด ของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Two - way communication หรือการสื่อสาร ๒ ทางนั่นเอง ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง เรียนรู้ได้ด้วย ตนเองไม่ต้องพึ่งบุคคลอื่น

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน

สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพ เพื่ออนาคต

ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

- ๑) แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่
 - สื่อประเพณี (traditional media)
 - สื่อมวลชน (mass media)
 - สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)

๒) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่

- สื่อข่าวสาร (information media)
- สื่อการศึกษา (education media)
- สื่อบันเทิง (entertainment media)

๓) แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่

- สื่อโสต (audio media)
- สื่อทัศน์ (Visual media)
- สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)

๔) แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่

- สื่อถ่ายทอดสาร transmission media)
- สื่อบันทึกสาร (record media)

๕) แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ (print media)
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media)
- สื่อบันเทิงเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเภทคือ

๑) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controlable Media) ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)
- สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
- สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)

๒) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)

- สื่อมวลชน (Mass Media)

ความสำคัญของสื่อที่ใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ

- ๑) เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
- ๒) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- ๓) เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)

- สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจ่มแจ้งกันเฉพาะภายในหน่วยงาน

- สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงานจัดทำรูปเล่มประณีตใช้ถ้อยคำสำนวนภาษาเป็นทางการการระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน

- สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน

การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for Publication) ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อยการวางแผนที่ต้องคำนึงถึงสิ่ง ๓ สิ่งด้วยกันคือวัตถุประสงค์ (Purpose) ผู้อ่าน (Reader) และรูปแบบ (Format) ดังนี้ร่วมกัน

๑) วัตถุประสงค์ (Purpose) ก่อนที่จะทำหนังสือควรจะวางวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบเขียนวัตถุประสงค์และให้ผู้อ่านมีอำนาจอนุมัติและทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

๒) ผู้อ่าน (Reader) งานสำคัญอันดับแรกคือทำงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และงานนั้นจะเป็นจริงได้ต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลักผู้อ่านจะเป็นผู้ตัดสินผลงานถ้าเขารู้สึกชอบซึ่งกับหนังสือก็ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าเขาไม่อ่านหนังสือเขาก็จะไม่ชอบซึ่งดังนั้นเราต้องตอบให้ได้ว่านิสัยในการอ่านหนังสือของเขาเป็นอย่างไรตัวอย่างประเภทไหนที่จะดึงดูดความสนใจของเขาจะวางเค้าโครงเรื่องอย่างไรจึงจะเอาชนะใจเขาได้ควรจะเป็นส่วนไหนเป็นต้น

๓) รูปแบบ (Format) มีสิ่งพิมพ์ที่ไม่คำนึงถึงผู้อ่านแล้วก็ไม่อยากที่จะวางรูปแบบควรกำหนดขนาดของหน้าจำนวนหน้ารูปภาพมีการตุนหรือไม่และอื่นๆอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการกำหนดรูปแบบคือหาจุลสารที่มีวัตถุประสงค์เหมือนกันและกลุ่มผู้อ่านเดียวกันลองอ่านและวิเคราะห์และลองวางรูปแบบซึ่งในการวางรูปแบบนั้นควรคำนึงถึงงบประมาณและเนื้อหาที่จะให้สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่างๆ คือ

หนังสือรายงานประจำปี

มักจัดทำเป็นรูปเล่มและมีขนาดต่างๆตามความเหมาะสมมีเรื่องราวสำคัญและน่าสนใจขององค์กรเรียกว่า Annual Report

หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report)

ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปีโดยออกเป็นงวด ๆ เช่น ๓ เดือนหรือ ๖ เดือนต่อครั้งเพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวดหรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

จดหมาย (News Letter)

มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่งเพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหรือคาดคะเนว่าจะเป็นลูกค้าได้ในอนาคตมีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร

ป้ายประกาศและโปสเตอร์

เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตาจัดทำด้วยสีสดใสสวยงามมีภาพและตัวอักษรชัดเจนอ่านง่ายแม้อยู่ไกล

แผ่นพับ (Folder)

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กร

เอกสารแจก

มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน

สื่อกิจกรรมต่างๆ

สื่อกิจกรรมต่างๆที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่างๆโดยมากจัดในรูปของนิทรรศการการออกร้านงานฉลองการประกวดการแข่งขันประชันสถาปนาศูนย์หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญมีลักษณะเด่น ๓ ประการคือ

- ๑) ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
- ๒) ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
- ๓) ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

- ๑) เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่างๆและเหตุการณ์ต่างๆแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- ๒) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลกิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- ๓) เพื่อกระตุ้นเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบันไปในทางที่พึงประสงค์
- ๔) เพื่อสร้างความบันเทิงสนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

สื่อมวลชน

ลักษณะของสื่อมวลชนสามารถแบ่งได้เป็น ๒ ชนิด คือ

- ๑) หนังสือพิมพ์ทั้งรายวันและนิตยสารทั้งรายสัปดาห์และรายปักษ์
- ๒) สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพนอกจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แล้วยังมี
 - ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ได้จัดทำเป็นรายการภาพยนตร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์
 - เคเบิลทีวีเป็นเคเบิลที่มีลักษณะไร้สายต้องติดตั้งเสาอากาศไมโครเวฟเพื่อรับความถี่ถอดรหัสเป็นการส่งด้วยคลื่นไมโครเวฟ
 - ดาวเทียมเป็นการสื่อสารโดยการส่งคลื่นวิทยุโทรทัศน์จากสถานีขึ้นสู่อาวเทียมและสะท้อนกลับมายังงานรับคลื่นซึ่งจะมีความคมชัดของภาพมาก
 - วิดีโอเช็ทซ์เป็นสื่อที่คล้ายกับการส่งสารสนเทศสิ่งพิมพ์ของเทเลเท็กซ์ที่ส่งไปพร้อมกับคลื่นวิทยุโทรทัศน์แต่วิดีโอเช็ทซ์อาศัยสายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างสถานีส่งกับผู้รับและมีการโต้ตอบกันได้

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน

- ๑) แจ้งข่าวสารความรู้ความเคลื่อนไหวของกิจการหรือหน่วยงานต่าง ๆ
- ๒) เผยแพร่ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อย่างกว้างขวาง
- ๓) สิ่ง que เผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนล่วงหน้า
- ๔) สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก
- ๕) พยายามรักษามาตรฐานหรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อภาพพจน์ที่ดีงามและความเชื่อถือของประชาชน

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การหรือซ้ำบ่อยๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้นคงทนถาวรมากขึ้นเหมือนการตอกย้ำหัวตะปูงัดแน่นแมนยำแต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่าถ้าบ่อยๆและกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอึดตัวขึ้นได้ถ้าเมื่อใดถึงจุดอึดตัวผลจะลดลงทันทีเพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่นในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วยจะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียวการให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิงและรายการที่ให้ความรู้

หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกันฉะนั้นผู้ที่ตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อนว่าจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกันดังนี้

๑. ด้านเนื้อที่-เวลา (Space-Time) สิ่งพิมพ์รูปภาพเป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่การพูดทางโทรศัพท์วิทยุคำนึงเฉพาะด้านเวลา” ส่วนการติดต่อธรรมดาโทรศัพท์และภาพยนตร์นั้นคำนึงถึง “เนื้อที่-เวลา”

๒. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience 's participation) หากจะเรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุดสามารถเรียงได้ดังนี้การสนทนาหว่าบุคคลกลุ่มอภิปรายการประชุมที่ไม่เป็นทางการโทรศัพท์การประชุมที่เป็นทางการภาพยนตร์เสียงในฟิล์มโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียงโทรเลขจดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัวและถึงราชการ) จดหมายติดต่อทั่วไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ใบประกาศและภาพโฆษณาในนิตยสารหนังสือ

๓. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุดคือ หนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหวที่ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

๔. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใด ๆ วิทยุและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

สรุปแล้วการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้านทั้งความเหมาะสมของ สื่อ กับกิจกรรมหรือโครงการ งบประมาณ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแต่ละสื่อจะมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะ กับงานอยู่ แล้วเปรียบเทียบกับได้จากข้อดี ข้อเสีย ของแต่ละรูปแบบของสื่อ

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์คือการจัดลำดับขั้นตอนในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์นโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ก่อนลงมือปฏิบัติการผลิตทั้งในรูปการกำหนดเนื้อหาหรือระยะเวลากำลังผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์การผลิตตลอดถึงงบประมาณในกาผลิตทั้งนี้เพื่อการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นๆเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลผลิตคุ้มค่าการผลิตทั้งด้านการลงทุนลงแรงและการนำเผยแพร่

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่จะต้องกำหนดเป็นขั้นตอนอันดับแรกของการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่จะสามารถส่งผลให้การผลิตประสบผลสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวได้ แผนการผลิตที่ดีจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่จะต้องกำหนด ๕ ประการด้วยกันคือ

๑. กำหนดวัตถุประสงค์ (Objective)
๒. กำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย (Target Audience)
๓. กำหนดหัวข้อเรื่อง (Title)
๔. กำหนดระยะเวลา (Timing)
๕. กำหนดงบประมาณ (Budgeting)

๑. วัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกำหนดหรือระบุความมุ่งหมายที่เด่นชัดไว้ล่วงหน้าว่า

๑) เมื่อผลิตสื่อมันผู้ผลิตจะเกิดความชำนาญในด้านใดด้านหนึ่งเพิ่มขึ้นเช่นการเขียนบทผลิตคำนำ การถ่ายภาพด้านการใช้เสียงประกอบ

๒) เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้เพื่อใครอย่างไรและที่ไหนเช่นเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเพื่อการสร้างสรรค์เพื่อการให้ความรู้และเพื่อแก้ข้อขัดแย้งแก่กลุ่มชนของหน่วยงานที่อยู่ในพื้นที่ขอบข่ายของหน่วยงาน

๓) เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้บริการที่ห่างแคไหนเช่นกำหนดนำสื่อออกเผยแพร่เดือนละครั้ง เดือนละสองครั้ง

๔) เมื่อกลุ่มชนเป้าหมายของหน่วยงานได้สัมผัสสื่อนั้นก็เกิดความเข้าใจเกิดความสนุกสนาน เกิดความรู้สึกแคไหน

๒. กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายในการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์คือการระบุไว้ อย่างชัดเจนว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อขึ้นไปเผยแพร่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีรายละเอียด ะไรบ้างเช่นความรู้ภูมิลำเนาฐานะทางสังคมและสภาพแวดล้อมทางสังคมต่อไปนี้เป็นลักษณะบางประการ ของกลุ่มเป้าหมายที่ควรนำมาพิจารณาในการวางแผนผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์คือขนาดอาชีพและการศึกษาอายุเจตคติและความเชื่อถือของกลุ่มเป้าหมาย

๑) ขนาด หมายถึง จำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อไปเผยแพร่ว่ามีมากน้อยเพียงใดทั้งนี้เพื่อ จะสามารถกำหนดขนาดหรือเนื้อหาสาระของสื่อได้เช่นถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนน้อยอาจใช้สื่อประเภท

ภาพทัศน์หรือแผนภาพแผนภูมิขนาดเล็กๆ แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนมากเช่นนิสิตนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยอาจใช้วิดิทัศน์หรือสื่อประสมที่สามารถชมได้หลายคน

๒) อาชีพและการศึกษา หมายถึง ความแตกต่างของอาชีพและการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำมาวางแผนในการผลิตสื่อด้วยการจัดเนื้อเรื่องลำดับเรื่องตลอดถึงความยากง่ายของเรื่องให้สอดคล้องกัน

๓) อายุ หมายถึง การนำอายุของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนกฎเกณฑ์ในการผลิตสื่อ

๔) เพศ หมายถึง การวางแผนการผลิตสื่อให้สัมพันธ์กับเพศของกลุ่มเป้าหมายความแตกต่างระหว่างเพศมีส่วนก่อให้เกิดอิทธิพลในด้านความรู้สึกนึกคิดความต้องการทางด้านจิตใจที่จะชอบหรือซึ้งรักหรือเกลียดเช่นการผลิตสื่อสำหรับเป้าหมายที่เป็นเพศชายควรเป็นสื่อที่มีรูปแบบลวดลายสีสันฉูดฉาดเสียงประกอบ (ถ้ามี) จะต้องเข้มแข็งและเด็ดขาดในขณะที่มีรูปแบบลวดลายสีสันฉูดฉาดเสียงประกอบ (ถ้ามี) จะต้องเข้มแข็งและเด็ดขาดในขณะที่การผลิตสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายเพศหญิงจะเป็นในลักษณะอ่อนหวานใช้สีสันที่กลมกลืนกันเสียงประกอบควรนุ่มนวลและสุภาพอ่อนโยน

๕) การรับรู้ที่ต่างกัน หมายถึง ความแตกต่างด้านความรู้ความคุ้นเคยและด้านประสบการณ์นำมาวางแผนในการสื่อการผลิตสื่อเช่นเสียงสัญญาณหวดหรือไซเรนในกลุ่มสังคมหนึ่งรับรู้ว่าการบอกเวลาปฏิบัติและเลิกงานแต่ในกลุ่มสังคมหนึ่งอาจรับรู้ว่าเป็นสัญญาณเตือนภัยหรือให้หลบภัย เป็นต้น

๖) เจตคติ หมายถึง ทำการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเจตคติของกลุ่มเป้าหมายนำมาวางแผนการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับเจตคติเหล่านั้นเช่นผลิตสื่อเผยแพร่แก่ผู้มีเจตคติต่อต้านหน่วยงานจะต้องเป็นสื่อที่สุภาพมีพร้อมทั้งเหตุผลและหลักฐานในขณะที่สื่อสำหรับผู้มีเจตคติที่สนับสนุนหน่วยงานไม่จำเป็นจะต้องมีลักษณะของสื่อเช่นนั้น

๗) ความเชื่อ หมายถึง การนำเอาความเชื่อถ้อยคำของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนการผลิตสื่อ เช่น กลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความเชื่อด้านภูตปิศาจหรือด้านศาสนา ก็ไม่ควรผลิตสื่อที่เป็นไป ในเชิงดูถูกหลอกลวงหลู่ภูตผีปิศาจและศาสนานั้น

๓. หัวข้อเรื่อง การกำหนดหัวข้อเรื่องในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องพร้อมด้วยการกำหนดแนวของเรื่องไว้เมื่อตอนวางแผนการผลิตว่าควรจะใช้ชื่อเรื่องอะไรและมีแนวของเรื่องอย่างไรงานผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานด้านสุขภาพทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโสตทัศน์มีความจำเป็นจะต้องกำหนดหัวข้อเรื่องและวางแนวของเรื่องไว้ให้แน่นอนว่าจะเน้นการเผยแพร่การชี้แจงหรือเน้นการให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายชื่อหรือหัวข้อเรื่องจะต้องมีลักษณะ

- สุภาพ
- เรียบง่าย
- ใช้คำกะทัดรัดถูกหลักภาษา
- ให้ความสนใจ
- สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ

สุภาพ เรียบง่าย หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเป็นคำพูดที่สุภาพไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรม ไม่เป็นคำลามกอนาจาร

กะทัดรัด ถูกหลักภาษา หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่เป็นคำเยิ่นเย้อยืดเยื้อไม่ผิดหลักภาษา และไม่เป็นคำสแลง

ให้ความสนใจ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเร้าใจให้ความสนใจชวนติดตามเนื้อเรื่องมีความหลากหลาย

สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่ขัดนโยบายของรัฐ ซึ่งรวมถึงไม่ผิดกฎหมายด้วย

๔. ระยะเวลา การกำหนดระยะเวลาในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การหาเวลา และโอกาสที่เหมาะสมเพื่อทำการผลิตสื่อ หากไม่ได้วางแผนเรื่องเวลาไว้ให้เพียงพอสื่อต่างๆ ที่ผลิตขึ้นจะเป็นไปตามรูปแบบ “สุกเอาเผากิน” ซึ่งหากเป็นเช่นนี้จะแก้ตัวเมื่อนำสื่อต่างๆ ออกเผยแพร่แล้วไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากมีเวลาน้อยหรือเร่งรีบเกินไป ย่อมเป็นเรื่องสุวิสัยที่ผู้รับบริการจะเชื่อถือและให้ความเห็นใจเวลาและโอกาสที่เหมาะสม ได้แก่ ไม่ขัดกับฤดูกาล มีจังหวะดี สถานการณ์อำนวย

ฤดูกาล หมายถึง ระยะเวลาที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อเช่นในฤดูร้อนภูมิประเทศบางแห่งมีหมอก มีฝุ่นปกคลุมไม่สามารถถ่ายภาพทางอากาศให้เห็นเป้าหมายได้ชัดเจนก็ต้องหาโอกาสหลังฝนตกที่มีท้องฟ้าแจ่มใสสามารถถ่ายภาพได้ชัดเจนหรือไม่นิยมถ่ายภาพยนตร์ในหน้าฝนเพราะอุปกรณ์การถ่ายอาจเปียกชื้นและเสียหายได้

จังหวะ หมายถึง มีบางโอกาสเท่านั้นที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อเช่นการถ่ายภาพโรคที่ไม่พบบ่อยในผู้ป่วยถ่ายภาพช่วงที่มีการระบาดของโรค

สถานการณ์ หมายถึง ระยะเวลาที่กำหนดให้ทำการผลิตสื่อเช่นในระหว่างที่เกิดความโศกเศร้า เสียใจเนื่องจากการเจ็บการตายไม่เหมาะสมที่จะใช้เป็นการผลิตสื่อให้ดูสนุกสนานรื่นเริงหรือไม่ไปตั้งฉากถ่ายภาพยนตร์ในสนามรบขณะที่ทหารกำลังต่อสู้กันอยู่ด้วยระเบิดและรถถังเหล่านี้เป็นต้น

๕. งบประมาณ การกำหนดงบประมาณการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องตั้งไว้ในขั้นตอนวางแผนการผลิตสื่อสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักในการวางแผนตั้งงบประมาณเป็นต้นว่าการตั้งงบประมาณจะต้องทำปีละครั้งถ้าวางแผนผิดพลาดในกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้มากกว่าใช้จริงก็ไม่กระทบกระเทือนต่อการผลิตสื่อเท่าใดนักหรืออาจจะกระทบกระเทือนบ้างก็ตอนตั้งงบประมาณในปีต่อไปอาจจะถูกตัดให้น้อยลงก็ได้เพราะตั้งงบประมาณไว้มากเมื่อปีก่อนแต่ก็ใช้ไม่หมดแต่หากเป็นกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้ไม่พอก็จะไม่สามารถซื้ออุปกรณ์การผลิตสื่อหรืออุปกรณ์การเผยแพร่สื่อได้อันจะนำผลเสียหายสู่หน่วยงานซึ่งสิ่งที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์ควรตระหนักในการตั้งงบประมาณอีกประการหนึ่งคืออุปกรณ์ทั้งเพื่อในการผลิตสื่อและใช้ในการเผยแพร่สื่อทั้งหมดนั้นราคามักจะเพิ่มขึ้นเสมอตามสภาวะเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันดังนั้นการตั้งวงเงินงบประมาณไว้ล่วงหน้าเป็นปีจะต้องระมัดระวัง ด้วยการเพิ่มราคาเผื่อไว้จากราคาในปัจจุบัน ตั้งแต่อัตราร้อยละ ๑๐ - ๒๐

สรุปกระบวนการผลิตสื่อที่นั้นต้องคำนึงปัจจัยหลักๆ อยู่ ๕ อย่างด้วยกัน ได้แก่ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หัวข้อเรื่อง ระยะเวลา และงบประมาณ เพียงดูปัจจัยทั้ง ๕ นี้เป็นหลักก็จะสามารถเลือกรูปแบบสื่อที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้

สื่อในปัจจุบันมีมากมายหลายรูปแบบหลักๆ แล้วแบ่งออกเป็น ๒ รูปแบบใหญ่ๆ คือ สื่อแบบดั้งเดิม (เป็นการสื่อสารแบบ One-Way Communication) และสื่อใหม่ (เป็นการสื่อสารแบบ Two-Way Communication) ในการทำรายงานครั้งนี้ได้เลือกใช้สื่อทั้งสื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่มาเป็นตัวกลางสำคัญในการสื่อสาร ซึ่งสามารถตอบสนองได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยพิจารณาสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ในการเปรียบเทียบข้อแตกต่างกับอื่นๆ ทั้งนี้ในกระบวนการผลิตสื่อก็จะเป็นอีกหนึ่งกระบวนการในการชี้ให้เห็นว่าสื่อที่จะผลิตนั้นเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการสื่อสารเพื่อชุมชน

หน่วยงานต่างๆ ได้เล็งเห็นบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารและได้เริ่มศึกษาวิเคราะห์บทบาทดังกล่าวอย่างจริงจังดังตัวอย่างเห็นได้จากในปีค. ศ. ๑๙๘๐ คณะกรรมการแม่คไบรด์ได้ทำการวิเคราะห์ถึงบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารไว้ ๘ ประการคือ

๑. **การให้ข่าวสาร** (Information) หมายถึงการเก็บการรวบรวมการประมวลและการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นเพื่อจะยังผลให้เกิดความเข้าใจและมีปฏิกิริยาอย่างถูกต้องตามภาวะบุคคลสภาพแวดล้อมสังคมและนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้อง

๒. การสังคมประภิตหรือสังคมกรณ (Socialization) ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่จะทำให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพในฐานสมาชิกของสังคมช่วยให้เกิดสำนึกในการอยู่ร่วมสังคมกับบุคคลอื่นซึ่งจะนำไปสู่การร่วมมือร่วมใจกันเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

๓. การกระตุ้นเร้า (Motivation) หมายถึงการส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของสังคมและกระตุ้นให้คนเกิดความมานะพยายามและตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ยินยอมพร้อมใจกันกำหนดไว้แล้ว

๔. การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion) คือการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่างๆในสังคมเพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลต่อส่วนรวมรวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากระตุ้นให้สาธารณชนสนใจและให้ความร่วมมือในกิจกรรมส่วนรวมไม่ว่าในระดับท้องถิ่นระดับชาติหรือระดับนานาชาติ

๕. การให้การศึกษา (Education) คือการสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญาอุปนิสัยทักษะและสมรรถภาพของบุคคลตลอดจนทุกช่วงเวลาของ

๖. การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Promotion) หมายถึงการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อชำระรักษาไว้ซึ่งมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษและการพัฒนาวัฒนธรรมส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของปัจเจกชนกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์เกิดสุนทรียภาพ

๗. การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือการถ่ายทอดแพงกระจายผลงานทางการพ่อนรำวรรณกรรมดนตรีการละเล่นและศิลปะต่างๆโดยอาศัยเครื่องหมายสัญลักษณ์เสียงและภาพทั้งนี้เพื่อความสนุกสนานรื่นเริงและการพักผ่อนหย่อนใจ

๘. การบูรณาการ (Integration) คือการให้บุคคลกลุ่มและประชาชนได้รับรู้ข่าวสารที่มีความหลากหลายจำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิตทักษะและความใฝ่ฝันของผู้อื่นในสังคมด้วยจากบทบาทหน้าที่การสื่อสารดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆจนกระทั่งทุกวันนี้โดยลักษณะหรือรูปแบบการนำเอาการสื่อสารไปใช้นั้นมีความหลากหลายอาทิการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อผสมผสานทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเป็นต้น

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้านวัฒนธรรม

การสื่อสารกับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกล่าวคือวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพราะวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกของสังคมในขณะเดียวกันการสื่อสารก็เป็นเครื่องมือในการทำให้วัฒนธรรมดำรงอยู่ได้ในการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้านวัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาประเทศนั้นการสื่อสารสามารถถูกนำมาใช้ได้ในลักษณะดังนี้

๑. ช่วยให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นแพร่หลายและยังช่วยสร้างความเป็นปึกแผ่นในประเทศเพราะคนแต่ละท้องถิ่นเข้าใจกันมากขึ้น

๒. ช่วยทำนุบำรุงรักษาส่งเสริมและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ดึงมาจากคนรุ่นเก่ามาสู่คนรุ่นใหม่เช่น กิริยามารยาทการเข้าสังคมศาสนาเอกลักษณ์ของชาติเพื่อปลูกฝังให้สมาชิกใหม่ของสังคมสามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับสภาพของสังคม

๓. ช่วยให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสมกับเวลาและวิถีชีวิตของประชาชนควบคุมให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเป็นวัฒนธรรมที่ทำให้วิถีชีวิตของประชาชนที่ขึ้นควบคุมและป้องกันไม่ให้อาณาวัฒนธรรมต่างชาติซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสมกับสังคมกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของประชาชน

ตอนที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสืบสานภูมิปัญญาแหล่งเรียนรู้

ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นคำที่แฝงไว้ซึ่งความน่าฉงนสนเท่ห์เนื่องจากคำว่าท้องถิ่นหรือชาวบ้านเป็นคำที่ให้ความรู้สึกพื้นๆเรียบง่าย ๆ ไม่โดดเด่นไม่ทันสมัยและไม่พัฒนาตรงกันข้ามกับมุมมองเสมอว่าชาวบ้านเป็นกลุ่มชนที่ต้องได้รับการพัฒนานำเอาความศิวิไลซ์ของชาวเมืองเข้าไปเปลี่ยนแปลงจนเราอาจจะเหมาคิดมานานแล้ววิชาการและพ่อค้าวาณิชในเมืองอยู่เสมอพึ่งตนเองไม่ได้ในบทบาทนี้จะเน้นรายละเอียดขององค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญา (Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular wisdom) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) หมายถึงพื้นเพรากฐานของความรู้ชาวบ้านหรือความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้จากประสบการณ์ที่สืบทอดกันมาทั้งทางตรงคือประสบด้วยตนเองหรือทางอ้อมซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือความรู้สะสมที่สืบทอดกันมาและภูมิปัญญาเป็นรากฐานการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน (ปรีชาอุยตระกูลและนฤมล ปิยวิทย์, ๒๕๔๕, น. ๙-๑๐)

ภูมิปัญญาเป็นองค์ความรู้ที่มีลักษณะเป็นองค์รวม ความรู้พื้นฐานที่เป็นภูมิปัญญาสัมพันธ์กับความรู้อื่น ๆ อย่างบูรณาการเป็นความรู้ที่มีมิติของความจริง ความดี ความงาม อยู่ในตัวเองเป็นองค์ที่จริง

และดีเป็นความรู้ที่เป็นคุณธรรม ภูมิปัญญาทำให้ผู้คนเป็นคนดีเป็นคนเก่งและเป็นคนมีความสุขเป้าหมาย การเรียนรู้ภูมิปัญญา จึงอยู่ที่ความพอเพียงการพึ่งตนเองซึ่งจะปลูกฝังให้กับเด็กและเยาวชนในชาติได้ เรียนรู้ถึงความยิ่งใหญ่ และความภูมิใจเป็นพื้นฐานของวิถีคิดและจุดร่วมของจิตสำนึกในทุกระดับตั้งแต่ ระดับครอบครัวชุมชนและประเทศชาติให้เกิดการฟื้นฟูและสืบสานอย่างยั่งยืนต่อไป(นิคมชมพูหลง, ๒๕๔๘, น. ๓)

รุ่ง แก้วแดง (๒๕๔๑, น. ๓๘) กล่าวว่า “ ภูมิปัญญาชาวบ้าน” หมายถึง องค์ความรู้ความสามารถ และทักษะของคนไทย อันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านมากกระบวนการเลือกสรรเรียนรู้ปรุงแต่ง พัฒนา และถ่ายทอดสืบต่อกันมาเพื่อแก้ไขและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สมดุลกับสภาพแวดล้อม และเหมาะสมกับยุคสมัยภูมิปัญญาไทยแบ่งออกเป็น ๒ ระดับ คือ ภูมิปัญญาชาติหรือภูมิปัญญาไทย กับภูมิ ปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน

กาญจนา เกียรติมนิรัตน์ (๒๕๔๕, น. ๓๕) กล่าวว่า ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ความสามารถ ทักษะเทคนิคและวิถีคิดอย่างเป็นระบบที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทุกด้านผ่านกระบวนการ เลือกสรรเรียนรู้ปรับปรุงพัฒนาแล้วและถ่ายทอดสืบต่อกันมาเพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตได้อย่าง สมดุล

สิริกร ไชยมา (๒๕๔๔, น. ๔๕) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นว่า หมายถึง องค์ความรู้ของชาวบ้านหรือสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดขึ้นจากสติปัญญาความสามารถของชาวบ้านเอง เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยโดยมีกระบวนการสั่งสม สืบ ทอดและกลั่นกรองกันมาเป็นเวลานานจนเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภูมิปัญญาของมนุษย์มิได้เกิดขึ้นลอย ๆ หากแต่ความรู้เป็นสิ่งที่ก่อเกิดภายในระบบนิเวศของท้องถิ่นภูมิปัญญาเกิดและพัฒนาในกระบวนการที่ คนและชุมชนปรับตัวเข้ากับระบบนิเวศชุดหนึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่กลุ่มชนต่างๆได้สั่งสม สืบ ทอดและ พัฒนามาเป็นเวลานานบร้อยนับพันปีเป็นองค์ความรู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ใน แ่งที่ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการศึกษาเชิงประจักษ์ผ่านการพิสูจน์ทดลองและกระบวนการคัดสรร ปรับปรุงและพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบ

สรุปได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นหมายถึงสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้สะสมการสังเกตการทดลองใช้ ถ่ายทอดประสบการณ์มาเป็นระยะเวลายาวนานเป็นความคิดความเชื่อและองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมอย่างเป็นธรรมชาติ และพัฒนาการทางวัฒนธรรม ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการเรียนรู้จากความจริงในการดำเนินชีวิตที่สั่งสมความรู้ต่อกันมากลายเป็น ประเพณีวัฒนธรรมพิธีกรรมวิถีคิดที่มีคุณค่าจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ในปัจจุบันภูมิปัญญาท้องถิ่นหาก

ได้รับการพัฒนาปรับปรุงยุคที่ใช้ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัจจุบันยอมทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังคงอยู่และเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

องค์ประกอบและลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากสังคมอื่นสิ่งทำให้เกิดความแตกต่างมีหลายประการด้วยกัน ดังนี้

๑. ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยเกิดจากพื้นฐานทางการเกษตร เนื่องจากคนไทยประกอบอาชีพเกษตรกรรมประมาณร้อยละ ๘๐ ของประชากรทั้งประเทศชีวิตประจำวันของคนไทยส่วนใหญ่จึงมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการทำไร่นาการเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์การจับสัตว์น้ำตัวอย่างภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านนี้เช่น “ เกวียน ” ใช้ในการขนส่งผลิตผลทางการเกษตรเครื่องมือที่ใช้ในการจับสัตว์น้ำเครื่องมือในการเก็บเกี่ยวผลผลิตต่าง ๆ เป็นต้น

๒. ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยส่วนใหญ่มาจากพุทธศาสนา คนไทยนับถือศาสนาพุทธประมาณร้อยละ ๙๕ คำสอนของศาสนาพุทธรวมทั้งประเพณีเกี่ยวกับศาสนามีส่วนสำคัญในการสร้างภูมิปัญญา เช่นการทำบาตรพระ การหล่อพระพุทธรูป การหล่อและแกะสลักเทียนพรรษา การก่อสร้างโบสถ์เจดีย์ จิตรกรรมฝาผนังในโบสถ์

๓. ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยเกิดจากทดลองใช้ชีวิตจริง เช่น เรื่องเกี่ยวกับยาสมุนไพร การนวดไทย อาหารไทย น้ำดื่มสมุนไพรกระทำซ้ำหลาย ๆ ครั้งจนมั่นใจว่าเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตจึงบันทึกเอาไว้ให้คนรุ่นหลังได้ใช้ต่อไป

๔. ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยมีการบอกเล่าสืบต่อกันมาเมื่อสามารถมีแนวปฏิบัติเรื่องใดได้ชัดเจนแล้วก็จะมีการจดจำเอาไว้หรือบันทึกไว้ด้วยใบลานแล้วบอกเล่าให้คนรุ่นลูกและปฏิบัติต่อไปได้ด้วยไม่ต้องเสียเวลาศึกษาหรือทดลองทำอีกจึงทำให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากคนรุ่นหลังสู่คนรุ่นใหม่ เป็นเสมือนมรดกของสังคมไทย (สถาบันราชภัฏร้อยเอ็ด)

ประเวศ วะสี (๒๕๓๐, น. ๑๖) ได้สรุปลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ ๔ ลักษณะ ดังนี้

๑. มีวัฒนธรรมเป็นฐานไม่ใช่วิทยาศาสตร์
๒. มีการบูรณาการทั้งในเรื่องของกายใจสังคมและสิ่งแวดล้อม
๓. มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง
๔. เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม

กิตติพิศ ศิริสุตร (๒๕๓๘, น. ๑๖) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาไว้ ดังนี้

๑. ภูมิปัญญาเป็นความรู้เป็นข้อมูลเป็นเนื้อหาสาระเช่นความรู้เกี่ยวกับครอบครัวความรู้เกี่ยวกับมนุษย์เกี่ยวกับผู้หญิงผู้ชายประเภทครอบครัว ฯลฯ
๒. ภูมิปัญญาเป็นความเชื่อของสังคมโดยอาจยังไม่มีข้อพิสูจน์ยืนยันว่าถูกต้องเช่นเรื่องนรกสวรรค์ตายแล้วไปไหน
๓. ภูมิปัญญาคือสามารถหรือแนวทางในการแก้ปัญหาหรือป้องกันปัญหาเช่นความสามารถในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในครอบครัว
๔. ภูมิปัญญาทางวัตถุเช่นเรือขานบ้านช่องเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆในครอบครัวเพื่อทำให้ครอบครัวมีความสะดวกสบายตามสภาพเป็นต้น

ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญต่อสังคมหลายประการ (นิคมชมพูหลง, ๒๕๔๘ น. ดังนี้

๑. ทำให้เกิดความสงบสุขทั้งในชุมชนหมู่บ้านหรือในส่วนตัวของชาวบ้านเอง และสามารถประยุกต์หลักธรรมคำสอนทางศาสนาใช้กับวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสม
๒. ทำให้คนในชุมชนพึ่งตนเองได้ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจวัฒนธรรม ประเพณีในการลดการพึ่งตนเองจากสังคมภายนอก
๓. ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างมนุษย์กับสังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติได้อย่างยั่งยืนและช่วยปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตคนไทยให้เหมาะสมได้ตามยุคสมัย
๔. ใช้ในการกำหนดแนวทางการทำงานของกลุ่มบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องและผสมกลมกลืนกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน
๕. ทำให้ผู้เรียนรู้จักท้องถิ่นรักและภาคภูมิใจในท้องถิ่นเป็นการเชื่อมโยงความรู้ระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่

ยศ สันตสมบัติ (๒๕๔๒, น. ๔๘) ได้กล่าวว่า ธรรมชาติของภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่กลุ่มชนต่าง ๆ ได้สั่งสมสืบทอดและพัฒนาเป็นเวลานานนับพันปีเป็นองค์ความรู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในแง่ที่ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการศึกษาเชิงประจักษ์ผ่านการพิสูจน์ทดลอง กระบวนการคัดสรรปรับปรุงและพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบข้อแตกต่างกันจากวิทยาศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญอยู่ ๒ ประการคือ

ประการที่หนึ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะจำเพาะเจาะจงเฉพาะท้องถิ่นพื้นที่หรือระบบนิเวศใดระบบนิเวศหนึ่งองค์ความรู้เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์และการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างมนุษย์ สัตว์พืชพลังตามธรรมชาติที่ดินแหล่งน้ำและลักษณะภูมิประเทศโดยเฉพาะในอาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่ง

โดยเฉพาะด้วยเหตุนี้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงก่อร่างสร้างตัวขึ้นจากความเข้าใจอย่างชัดเจนในสัมพันธภาพของสรรพชีวิตต่าง ๆ ที่ก่อเกิดดำรงอยู่และแตกดับไปภายในระบบนิเวศชุดนั้นความเข้าใจอย่างลึกซึ้งนำไปสู่ความสามารถในการบริหารจัดการปรับแต่งใช้ประโยชน์และพัฒนาทรัพยากรในระบบชุดนั้นอย่างยั่งยืน

ประการที่สอง ลักษณะจำเพาะของภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวพันเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับมิติทางด้านสังคมและสิทธิของชุมชนกล่าวคือจากมุมมองในด้านของภูมิปัญญาท้องถิ่นระบบทุกชุดประกอบขึ้นบนเครือญาติและชุมชนกับสิ่งมีชีวิตกลุ่มอื่น ๆ ที่ดำรงอยู่ร่วมกันภายในระบบนิเวศท้องถิ่นชุดนั้นวิธีคิดเกี่ยวกับระบบนิเวศลักษณะเช่นนี้ถูกนำเสนอในเรื่องเล่าหรือนิทานพื้นบ้านที่กล่าวถึงสัมพันธภาพระหว่างคนกับสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกันทางสายเลือดการแต่งงานหรือการเป็นพันธมิตรในรูปแบบต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันอันเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

สามารถ จันทรสุริย์ (๒๕๓๓, น. ๗๓) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาเป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านที่สามารถคิดเองทำเองที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาชีวิตได้ในท้องถิ่นซึ่งจะสะท้อนออกมา ๓ ลักษณะที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกันคือ

๑. ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดคือความสัมพันธ์ระหว่างคนกับโลกสิ่งแวดล้อม สัตว์พืชธรรมชาติหรือระบบการผลิต

๒. ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ที่ร่วมกันในสังคมหรือชุมชนหรือระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชน

๓. ความสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์สิ่งเหนือธรรมชาติสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ทั้งหลายหรือระบบความเชื่อ

สรุปได้ว่า ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม วัฒนธรรมมีความเชื่อของสังคมโดยไม่มีข้อพิสูจน์ยืนยันว่าถูกต้อง มีแนวทางในการแก้ปัญหาหรือป้องกันปัญหาที่มีความสามารถการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในครอบครัวมีการกระทำความประพฤติของคนต่าง ๆ ในครอบครัวมีความสะดวกสบาย ครอบครัวสามารถดำรงอยู่ได้มีความสัมพันธ์กับคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์สิ่งเหนือธรรมชาติสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้กับคนในชุมชน

ตอนที่ ๓ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยว (Tourism) คือกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์นอกเหนือจากการดำเนินชีวิตประจำวัน และการกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอื่นๆ (Basic Need) เป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) และจัดอยู่ในประเภทกิจกรรมการนันทนาการ (Recreation) อย่างหนึ่ง ทั้งนี้กิจกรรมส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมักมีการเดินทาง (Travel) พร้อมกันไปด้วย

ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยว ในหลักการแล้วอาจจะกำหนดได้โดยเงื่อนไข ๓ ประการ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ๒๕๓๖: ๑๙-๒๐) ดังต่อไปนี้

๑. เดินทางที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)
๒. เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)
๓. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (๒๕๔๐) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการท่องเที่ยวโดยเข้าไปสัมผัสธรรมชาติซึ่งต้องการได้ความรู้ทางนิเวศวิทยาจากผู้มีความรู้ในเรื่องนั้นๆอย่างแท้จริงเพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าไปมีความรู้เพิ่มขึ้นรวมถึงการสัมผัสสภาพธรรมชาติวิถีชีวิตความเป็นมาของประชากรในท้องถิ่นและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่ต้องรักษาไว้

พงศ์ศานต์ พิทักษ์มหาเกตุ (๒๕๓๘: ๓๗) กล่าวว่า “ การท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในด้านระบบนิเวศของทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยธรรมชาติป่าไม้และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆตลอดจนคุณค่าความเชื่อค่านิยม

วัฒนธรรม ฯลฯ ของชุมชนนั้นๆเมื่อนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจดีแล้วนักท่องเที่ยวยุคปฏิบัติให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติหรือชุมชนนั้นๆโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศของสิ่งแวดล้อมสังคมหรือต่อชุมชนนั้น” ให้ความหมายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ ดังนี้

๑. การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน นั้นจำเป็นต้องพิจารณาทั้งมิติด้านเศรษฐศาสตร์ สังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ขนานกันไปตลอดในรูปแบบของการท่องเที่ยวนั้น เป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายเสื่อมโทรมต่อทรัพยากร

๒. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่นมีขอบเขตจำกัดโดยรูปแบบของการท่องเที่ยวสถานที่ตลอดจนกลุ่มของนักท่องเที่ยว

ประเภทของผู้มาท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางมิได้มีเพื่อการท่องเที่ยวเท่านั้นการที่เราเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งไม่ว่าด้วยจุดประสงค์ใดก็ตามถือได้ว่าเป็นการเดินทางเช่นกันดังนั้นการ

แบ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวออกจากการเดินทางในลักษณะอื่นจึงนำหลักเกณฑ์เรื่องจุดประสงค์ของการเดินทางมาพิจารณาคือการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องมิใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหารายได้ นอกจากนี้ยังได้นำเงื่อนไขเรื่องเวลาพิจารณาในการแบ่งผู้มาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มๆ ดังนี้

ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวของผู้มาท่องเที่ยว ระยะเวลาการมาท่องเที่ยวของผู้มาท่องเที่ยวสามารถแบ่งเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (๒๕๓๖: ๑๙) คือ นักท่องเที่ยวที่พักค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ ๒๔ ชั่วโมงขึ้นไปและเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อนพักผ่อนทัศนศึกษาประกอบศาสนกิจร่วมการแข่งขันกีฬาติดต่อธุรกิจร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น นักท่องเที่ยวไม่ได้พักค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า ๒๔ ชั่วโมง

พร้อมกันนี้ก็ได้อำหนดคำนิยามของ “ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist)” คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่งที่ไม่ใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขาเพื่อพักผ่อนเยี่ยมญาติมิตรศึกษาหาความรู้การกีฬาการศาสนาประชุมสัมมนาติดต่อธุรกิจหรือประกอบภารกิจใดๆแต่ทั้งนี้ต้องมีได้รับจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้นและระยะเวลาที่ พำนักอยู่ไม่เกิน ๖๐ วันบุคคลดังกล่าวจำแนกได้เป็น ๒ ประเภทคือ “ นักท่องเที่ยวภายในประเทศค้างคืน” และ “ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ๒๕๓๖ ๑๔)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว จากแรงกระตุ้นในการเดินทางที่แตกต่างกันทำให้ผู้มาท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างๆกัน ดังนี้

๑. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความอยากรู้อยากเห็นด้านต่างๆเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างออกไปทั้งทางด้านการเมือง ด้านสมาคมและบุคคลด้านลักษณะพิเศษของ สภาพธรรมชาติปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ กล่าวคือ การได้รับรู้เรื่องราวที่แตกต่างไปจากที่ตนเองเคยได้รับรู้นั่นเอง

๒. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน ได้แก่ การไปเล่นกีฬาประเภทต่างๆการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริเวณที่มีความสวยงามตามธรรมชาติงานศิลปะและการดนตรีหรือความบันเทิงอย่างอื่น ๆ ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวตามสวนสนุกสวนสัตว์บาร์บีและการเล่นกีฬาด้วยทั้งนี้ ก็เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของผู้ท่องเที่ยวเอง

๓. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความสนใจทางด้านศาสนา และไสยศาสตร์ซึ่ง ได้แก่ การจาริกแสวงบุญ การนมัสการศาสนสถานหรือเกจิอาจารย์ที่มีชื่อเสียงที่ผู้มาท่องเที่ยวนับถือรวมถึงการท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือศาสนา และกิจกรรมทางศาสนา

๔. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากอาชีพและธุรกิจของผู้ท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้าการประชุมการสัมมนา การดูงาน การศึกษาซึ่งเปรียบเสมือนการเดินทางทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือเพื่อเป็นเกียรติและศักดิ์ศรีของผู้ท่องเที่ยวเอง

๕. การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากสาเหตุอื่นๆ เช่น การเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องเพื่อนฝูงในต่างถิ่นมักเกิดขึ้นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ และวันเทศกาลต่างๆ

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว แต่แรกนั้นการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่โดยธรรมชาติก่อนต่อมาก็มีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งเรียกว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourist Industry) และมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่อย่างมากมายจนสามารถแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะกำเนิด ระยะเวลาที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น และตามลักษณะอันโดดเด่นหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆได้ ดังนี้

ลักษณะการกำเนิดแหล่งท่องเที่ยวแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็น ๒ ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ได้จัดสร้างขึ้นมักจะได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางประวัติศาสตร์โบราณ วัตถุโบราณสถานศาสนา และทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเป็นต้นส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

อาจมีจุดประสงค์เพื่อการศึกษาหรือเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจก็ได้เป็นแหล่งดึงดูดผู้มาท่องเที่ยวได้เช่นกัน ได้แก่ ศูนย์การค้าสถานเริงรมย์สวนสัตว์ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและพิพิธภัณฑ์ระยะเวลาที่แหล่งท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็น ๒ ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวถาวรคือแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นเสมอตลอดปีแต่อาจมีช่วงที่ผู้มาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากขึ้น เช่น ในวันหยุดพิเศษวันนักขัตฤกษ์ซึ่งเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวชั่วคราว คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นเฉพาะวันหรือเฉพาะช่วงระยะเวลาสั้นๆ มักจะเป็นวันที่มีการเฉลิมฉลองหรือวันที่มีเทศกาลต่างๆ อาจเป็นศาสนากาการแข่งขันการประกวดหรืออื่นๆ เช่น เทศกาลหุ่นฟางนกจังหวัดชัยนาทเทศกาลหมุย่างจังหวัดตรังลักษณะอันโดดเด่นหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

ปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (สิทธิ์ชูชาติ: ๒๕๓๘) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆที่กล่าวข้างต้นสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ได้แก่สิ่งต่างๆที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกมีอยู่ ๔ ข้อคือที่พักซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของใช้ ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ และระบบการสื่อสารต่างๆ การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง (transportation) ประเภทต่างๆ การต้อนรับ Hospitality)

แนวความคิดต่อการจัดเส้นทางสัญจรเพื่อการท่องเที่ยว

การจัดเส้นทางสัญจรเพื่อการท่องเที่ยว คือเส้นทางที่กำหนดขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็น หรือเข้าชมที่ที่น่าสนใจตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย ได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากการใช้เส้นทางที่จัดทำขึ้น เส้นทางท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นในอัตโนมัติ จากการที่นักท่องเที่ยวหลายๆกลุ่มใช้เส้นทางเดิมซ้ำอยู่เป็นประจำเส้นทางท่องเที่ยวนี้อาจเป็นเส้นทางรถยนต์ ทางเท้า ทางเรือ หรือทางอื่นๆ อาจใช้ร่วมกับเส้นทางสัญจร ปกติของเมืองหรืออาจเป็นการกำหนดเส้นทางขึ้นมาเฉพาะเป็นพิเศษ

ข้อพิจารณาในการจัดเส้นทางสัญจรเพื่อการท่องเที่ยว

๑. การกำหนดเส้นทางพิจารณาที่กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวควรสำรวจและสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ประกอบกับแนวโน้มที่ควรจะเป็นในการจัดเส้นทาง ควรเริ่มต้นจากการพิจารณาดำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ภายในเมืองจับลำดับความสำคัญและความน่าสนใจจากนั้น จึงพิจารณาความสามารถในการเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเข้าด้วยกัน

๒. การจัดเส้นทางในลักษณะวงจรรอบรอบทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ เกิดความเพลิดเพลินไปตลอดทางโดยไม่ต้องย้อนกลับเส้นทางเดิม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจเกิดความรู้สึกเบื่อและเสียเวลาข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อยที่ต้องการทิ้งพาหนะของตนเองไว้ยังจุดเติมขาจจัดให้มีการเดินทางใน ๒ ลักษณะ เช่น เริ่มต้นด้วยการเดินทางเท้าไประยะหนึ่งแล้วจึงเปลี่ยนเป็นการสัญจรโดยทางเรือในขากลับซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้พักผ่อนไปในตัวระหว่างขากลับ หรืออาจจัดในลักษณะแบบทางเดียว โดยมีจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้ายแยกกันอยู่ตามความเหมาะสม เช่นกรณีแหล่งท่องเที่ยวกระจายห่างไกลกันเช่นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ริมน้ำเป็นต้นเส้นทางลักษณะนี้จะไม่มีปัญหาสำหรับการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเพราะยานพาหนะสามารถไปรอรับอยู่ที่จุดใดก็ได้

๓. การจัดเส้นทางให้มีความแตกต่างภายในเมือง การกำหนดเส้นทางอาจจัดทำขึ้นหลายเส้นทางหรือหลายระบบก็ได้ภายในเมืองหนึ่งเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีเวลามากน้อยต่างกันความ

แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น เส้นทางสำหรับผู้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมอาจพานักท่องเที่ยวไปตามแม่น้ำลำคลอง เพื่อดูชีวิตความเป็นอยู่และสภาพบ้านเมืองหรืออาจเป็นเส้นทางที่มีความหลากหลายและน่าสนใจหลายด้านร่วมกันอยู่

๔. ควบคุมเส้นทางและรูปแบบของการสัญจรไม่ให้เกิดความสับสนการเข้าถึงและเดินทางจะต้องควบคุมได้ง่ายและไม่สับสน

๕. การให้ข้อมูลข่าวสารในเส้นทาง จัดทำการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวตลอดทางอย่างสม่ำเสมอด้วยระบบป้ายหรือด้วยวิธีอื่นๆ เพื่อช่วยบอกทิศทางตำแหน่งที่ตั้งและระยะทาง เช่น ช่วยนักท่องเที่ยวกำหนดทิศทางด้วยที่หมายตา (Landmark) การสร้างความต่อเนื่องของเส้นทางด้วยการใช้วัสดุปูพื้นทางเท้าที่เหมือนกันไปตลอดทางหรือใช้วัสดุพืชพันธุ์ที่เหมือนกันตลอดแนว เป็นต้น

๖. พิจารณาจัดประเภทของพาหนะตามสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ เส้นทางท่องเที่ยวอาจใช้พาหนะในการเดินทางต่างกันทำให้เกิดความน่าสนใจแตกต่างกันตามเหมาะสม กับสภาพภูมิประเทศสภาพภูมิอากาศและลักษณะเฉพาะตัวของเมืองๆ นั้น

๗. ปรับปรุงบริเวณจุดเริ่มต้นของเส้นทาง จุดเริ่มต้นของเส้นทางท่องเที่ยวมักจะอยู่ในย่านใจกลางเมืองเข้าถึงได้ง่ายมีข้อมูลต่างๆ รวมอยู่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้ในการตัดสินใจวางแผนการเดินทางมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่พักคอยห้องน้ำในเมืองหนึ่ง ๆ อาจจัดให้มีเส้นทางนักทัศนอาจรหลายๆ เส้นทางดังนั้นจุดเริ่มต้นนี้ไม่จำเป็นต้องมีอยู่จุดเดียว แต่อาจกระจายกันอยู่ตามบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยวรวมกลุ่มกันอยู่ก็ได้

๘. ความต่อเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวภายนอกเมือง เส้นทางท่องเที่ยวไม่ควรจะจำกัดอยู่เพียงภายในเมืองเท่านั้นแต่ควรต่อเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวภายนอกเมืองด้วย ซึ่งอาจเป็นเส้นทางเดียวกันหรือต่อเนื่องกันเป็นบางส่วนก็ได้

๙. จัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อาทิเช่น ร้านอาหาร ร้านขายของเล็กๆน้อยๆและอาจรวมถึงร้านขายของที่ระลึกต่างๆ ด้วยในกรณีที่เป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางที่มีอัตราการเข้าบอกร่อนข้างสูง ส่วนบริการเช่นจุดพักคอยจุดนัดหมายจะต้องให้ความสะดวกสบายและมองเห็นได้ชัดเจนไม่สับสนห้องน้ำถึงขยะไฟฟ้าแสงสว่างโทรศัพท์

๑๐. ส่วนบริการทางด้านข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับตัวเมือง อาจอยู่ในรูปของแผ่นประกาศเอกสารแจกหรือเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข้อมูลดังกล่าวควรประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับจุดสนใจต่างๆ ในเมืองข้อมูลเกี่ยวกับที่พักร้านอาหารการสัญจรรวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในเมืองเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถช่วยเหลือตนเองได้

๑๑. ลักษณะทางกายภาพของสิ่งก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจะเป็นรูปแบบของ ศิลปะวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองที่นำมาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความสะดวกในการให้บริการ

๑๒. นอกจากนี้แล้วการดูแลรักษาสถานที่และส่วนบริการต่างๆให้สะอาดเรียบร้อย และใช้งานได้อยู่ตลอดเวลาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งที่จะละเลยไม่ได้

รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสองรูปแบบคือ

๑. นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวโดยลำพัง คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวอาจ ได้รับคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่คาดหวังในเรื่องความสะดวกสบาย ของการเดินทางมากนัก แต่คาดหวังในเรื่องที่พัก ทิศทางและตำแหน่งของสถานที่ค่อนข้างสูง

๒. นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว มีความต้องการการ บอกล่า ความสะดวกสบายในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มในลักษณะนี้อาจทำ ความรบกวนแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น หากการจัดเตรียมสถานที่และการจัดการไม่ดีพอ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเมืองที่มีอยู่ในปัจจุบันในลักษณะดังนี้คือ

๑. การชมเมืองโดยรวม ได้แก่ การนั่งรถ เดินชมเมือง หรือใช้ยานพาหนะอื่นๆ เช่น รถม้า รถสามล้อ เป็นการสัญจรไปตามเส้นทางสายสำคัญผ่านบริเวณสำคัญของเมือง ระหว่างทางอาจมี การบรรยายถึงประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ การทำมาหากินของชาวเมืองและสถานที่สำคัญของเมือง

๒. การเข้าชมสถานที่สำคัญและสถานที่ที่น่าสนใจ มักเป็นสถาปัตยกรรมในเชิงวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถาน โรงงานผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ซึ่งต้องมีการจัดเส้นทางให้นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมพร้อมทั้ง เตรียมพื้นที่ในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วย

๓. การขึ้นที่สูงเพื่อชมเมือง อาจเป็น หอคอย เจดีย์สูง ความสะดวกในการเข้าชมจะขึ้นอยู่กับ การจัดสถานที่ หรือการจัดโปรแกรมในสถานที่นั้น

๔. การชมการเล่นพื้นเมืองหรืองานเทศกาล การจัดสถานที่ขึ้นอยู่กับรูปแบบและขนาดของ การละเล่น อาจเป็นการจัดถาวรหรือจัดเป็นครั้งคราว เช่นในเทศกาลต่างๆที่จัดขึ้นตามเมืองต่างๆ

๕. การจำหน่ายซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เป็นการซื้อของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์พื้นเมือง

๖. การมนัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กิจกรรมที่ทำ ได้แก่ การซื้อธูปเทียนบูชา การไหว้พระปิดทอง การเสี้ยวเซียมซี การบริจาคเงิน การรดน้ำมนต์การแก้บน และมักจบลงด้วยการจำหน่ายซื้อของที่นำมาขายในบริเวณ

ตอนที่ ๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุมาลี สุวรรณกร (๒๕๕๙ : ๑๐๙) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ค้นหาแนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ของสื่อมวลชนในพื้นที่ จังหวัดขอนแก่น ๒) ทราบแนวคิดของสื่อมวลชนต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น และ ๓) เสนอแนวทางการนำการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ไปเชื่อมโยงระหว่างการบริหารภาครัฐกับประชาสังคมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการสนทนากลุ่มของสื่อมวลชนทั้งภาครัฐและเอกชน ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๕๔ คน และสัมภาษณ์ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ๑๑ คน รวม ๖๕ คน ผลการวิจัยพบว่า ๑) แนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์นั้นจะต้องเริ่มต้นจากการคัดกรองข่าว และนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง สื่อมวลชนจะต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของตน ๒) สื่อมวลชนทุกท่านยินดีที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น และพร้อมที่จะเป็นคณะทำงานในการขับเคลื่อนการพัฒนา และ ๓) สื่อมวลชนทุกท่านมองว่าการนำแนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ไปเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างการบริหารภาครัฐกับประชาสังคมในการพัฒนาเมืองขอนแก่น จะสำเร็จได้นั้นทั้งตัวสื่อมวลชนและสื่อที่ถูกนำเสนอจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และเป็นสื่อที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต

รุจิภา สีนสมบูรณ์ทอง (๒๕๖๑ : ๑-๑๐) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ๒) เพื่อศึกษาการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการส่งเสริมสุขภาพ และ ๓) เพื่อศึกษาการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้ข้อมูลitudinal จาก การสำรวจ การรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ถึงแม้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะได้รับการสนับสนุนทางการเงินและเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ก็ยังคงมีความรู้สึกที่ว่าตนเองไม่ได้รับการเอาใจใส่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมยังไม่สามารถที่จะทดแทนความต้องการทางด้านอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุได้และยังพบว่าเมื่อบุตรที่ไปอยู่ไกลกลับมาเยี่ยมเยียนทำให้ผู้สูงอายุเกิดความภาคภูมิใจ รู้สึกมีคุณค่า ไม่ถูกทอดทิ้ง เกิดความมั่นคงทางจิตใจ เพราะสุขภาพกายและสุขภาพจิตมีความสัมพันธ์กันอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ดังนั้นเมื่อสุขภาพจิตดีสุขภาพกายก็จะดีไปด้วยเช่นกัน

พิกลสิทธ์ ฌอน บัวกนก (๒๕๖๐ : ๑-๑๓) การวิจัยครั้งนี้เป็นความพยายามพัฒนาสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุให้มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาบทบาทและความจำเป็นในการนำสื่อเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ๒) พัฒนาสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ๓) ศึกษาผลของสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจากการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลของสื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจากการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า เกิดผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้จากการใช้สื่อเทคโนโลยีจัดการศึกษาเป็นไปตามเกณฑ์ที่

กำหนดทั้งนี้เพราะการเลือกสื่อที่เหมาะสมสื่อสร้างความเพลิดเพลินในการเรียนรู้สร้างสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่สนุกสนานเกิดสังคมแห่งการเรียนรู้นอกห้องเรียนสอดคล้องกับ Fudenberg and Tirole (๑๙๙๑) กล่าวว่าเกมเพื่อการศึกษาเป็นเกมที่มีลักษณะการเล่นเพื่อการเรียนรู้ “Play to Learning” วัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในขณะที่หรือหลังจากการเล่นเกมเรียนไปด้วยและก็สนุกไปด้วยพร้อมกันเป็นการใช้เกมสร้างการเรียนรู้ซึ่งสอดคล้องกับความสำคัญของเทคโนโลยีการศึกษาที่กล่าวว่าเทคโนโลยีการศึกษาสามารถทำให้การศึกษามีความหมายมากขึ้นผู้เรียนเรียนได้กว้างขวางมากขึ้นเรียนได้เร็วขึ้นเข้าใจได้อย่างสมบูรณ์

ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร และ ญาศิณี เคารพธรรม (๒๕๖๐ : ฉบับที่ ๒) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานำเสนอผลการศึกษาประเด็นองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้สูงอายุ ผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุ และลักษณะเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางเพื่อนำมาสรุปและสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการพัฒนาสื่อสำหรับผู้สูงอายุ และเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาเข้าใจในประเด็นเรื่องสื่อกับผู้สูงอายุอย่างละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มในการใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น แต่สื่อหลักอย่างโทรทัศน์และวิทยุยังคงเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้สูงอายุได้มากที่สุด โดยปัจจัยด้านการศึกษาและปัจจัยทางด้านสังคม สภาพครอบครัวและฐานะทางเศรษฐกิจ ตลอดจนปัจจัยทางกายภาพ เช่น พื้นที่อยู่อาศัยนั้นก็ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้สื่อทั้งสิ้น ส่วนผลกระทบของสื่อต่อผู้สูงอายุนั้นมีทั้งทางลบและทางบวกทั้งด้านสุขภาพร่างกายและสภาพจิตใจ สำหรับเนื้อหาในสื่อที่ผู้สูงอายุต้องการ คือเนื้อหาลักษณะที่ส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกที่สะท้อนศักยภาพของผู้สูงอายุ เนื้อหาที่เน้นความรักความผูกพันระหว่างผู้สูงอายุกับครอบครัว ทั้งนี้เนื้อและรูปแบบการนำเสนอสื่อนั้นต้องสอดคล้องความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุด้วย

สาลินี ทิพย์เพ็ง ธาณินท์ มานีมาน และอัมรินทร์ สันตินิยมภักดี (๒๕๕๕, น. ๕๓) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาชุมชนวิถีพุทธคลองแดนอำเภอระโนด จังหวัดสงขลาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามายังแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า ๕ ระดับและนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ตามขอบเขตด้านเนื้อหาเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ นำเสนอในรูปแบบตารางพบว่าชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีแผนการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยตระหนักถึงความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมของท้องถิ่น

สมบูรณ์ แก้วกระปิล (๒๕๕๐, น. ๕๓) กระบวนการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนเกาะเกร็ดเพื่อนำไปสู่หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

กระบวนการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนเกาะเกร็ดเพื่อนำไปสู่หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นโดยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการศึกษาจากเอกสารประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดหมู่ที่ ๑ อำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีจำนวน ๑๑ คน การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยการตรวจสอบแบบสามเส้าตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) และตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาแบบสร้างข้อสรุป