

การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา
สู่เมืองมรดกโลก

ว่าที่ร้อยตรีฐานันดร ไพโรจน์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2563

**Communications to Build Participation in Raising Songkhla
Old Town to World Heritage Status**

Acting Lt. Thanandorn Pairot



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for
the Degree of Master of Communication Arts
School of Communication Arts
Sukhothai Thammathirat Open University

2020

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
ชื่อและนามสกุล ว่าที่ร้อยตรีฐานันดร ไพโรจน์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 21 กันยายน 2564

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์)



ชื่อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
ผู้วิจัย ว่าที่ร้อยตรีฐานันดร ไพโรจน์ รหัสนักศึกษา 2591500422 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ ฉะเชนทรพรรค (2) รองศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์
ปีการศึกษา 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับ 1) กระบวนการสื่อสาร 2) การเปิดรับสื่อ 3) การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก จำนวน 6 คน เลือกตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสร้างข้อสรุป ส่วนการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนใน อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน สุ่มเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการแบบชั้นภูมิ เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เริ่มจากคณะทำงานด้านการสื่อสารได้มีการกำหนดเป้าหมายในการสื่อสารร่วมกัน โดยเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วม สารที่ใช้ในการสื่อสารเป็นข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายและผ่านการคัดเลือกอย่างมีหลักเกณฑ์ มีเหตุผลและเป็นที่ยอมรับ ส่วนช่องทางการสื่อสารที่ใช้มีความหลากหลาย ทั้งถึง และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออื่นๆ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักในการรับสารเป็นประชาชนในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 2) กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ภาวาดบนผนัง อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ตามลำดับ 3) กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกอยู่ในระดับมาก และ 4) ข้อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีดังนี้ (1) ผู้นำการสื่อสารต้องปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ส่งสารเป็นผู้สนับสนุน และประชาชนผู้รับสารควรปรับเปลี่ยนจากผู้รับสารเป็นผู้ใช้สาร (2) ควรมีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างชุมชนและตัวแทนชุมชน (3) ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง (4) สารที่ใช้ในการสื่อสารต้องเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สถานการณ์และเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับชุมชน และ (5) ควรสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการปรึกษาหารือร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ย่านเมืองเก่าสงขลา เมืองมรดกโลก

Thesis title: Communications to Build Participation in Raising Songkhla Old Town to World Heritage Status

Researcher: Acting Lt. Thanandorn Pairot; **ID:** 2591500422;

Degree: Master of Communication Arts; **Thesis advisors:** (1) Paiboon Kachentaraphan, Associate Professor; (2) Dr. Santat Thongrin, Associate Professor; **Academic year:** 2020

Abstract

The objectives of this research were to study the project of raising the status of Songkhla's Old Town section to a world heritage site, with a focus on participatory communication, in terms of: 1) the communications process; 2) residents' media exposure; 3) residents' awareness of news about the project; and 4) recommendations for improving participatory communication.

This was a mixed methods research. For the qualitative part, there were 6 key informants, chosen through purposive sampling from the staff in charge of communications to raise the status of Songkhla Old Town to a world heritage site. The research tool was a semi-structured in-depth interview form and data were analyzed deductively. For the quantitative part, the sample was 400 residents of Songkhla, chosen through stratified random sampling. The research tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed with frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that 1) the process of communication to encourage public participation in the project to raise Songkhla Old Town's status to a world heritage site started with the staff in charge of communications jointly setting goals and allowing everyone involved to participate. The messages to be communicated consisted of information about Songkhla Old Town that was relevant to the target groups. Principles were used to select content and the content was rational and accepted. The communication channels were diverse, widespread and intended to encourage participation. They included personal media, new media, print media, electronic media and others. The major target audience to were residents of Mueang Songkhla District, Songkhla Province. 2) Most of the respondents were exposed to media about raising the status of Songkhla Old Town to a world heritage site in the form of Facebook, posters, Internet and TV, respectively. 3) The respondents had a high level of awareness about raising the status of Songkhla Old Town to a world heritage site. 4) Recommendations for improving participatory communication are (1) the leaders of communication should adjust their role from message senders to facilitators and the residents who are message receivers should adjust their role to be message users; (2) people in the community and community leaders should communicate more to be sure they share a mutual understanding; (3) residents should be given the opportunity to share news and information continuously; (4) communicated messages should be involved with their way of life, situations and stories of the community; and (5) community members should be encouraged to consult among themselves regularly.

Keywords: Participatory communication, Songkhla Old Town, World Heritage Site

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.ทวิวัฒน์ วัฒนกุลเจริญรักษาการแทนรองอธิการบดีฝ่ายทรัพยากรบุคคลและบริหารทั่วไปและวิจัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อดีตประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คณะนทรพรรค์และรองศาสตราจารย์ ดร.สันต์ ทอริินทร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์

เหนือสิ่งอื่นใดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ดร.ศุภฤกษ์ เวศยาสิรินทร์และอาจารย์ ดร.ศราณี เวศยาสิรินทร์ซึ่งให้ทุนในการศึกษาตลอดหลักสูตรและการอบรมที่ดีแก่ผู้วิจัย รวมทั้งคณาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาให้คำแนะนำการดำเนินการวิจัย ครอบคลุมของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุน ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกทั้ง 6 ท่าน ประกอบด้วย ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี คุณสืบสกุล ศรีสุขคุณชนินทร์ สาครินทร์ คุณสุนทร พัฒนายุทธคุณปาริตา แก่นพลอย และคุณจักรกฤษณ์ ภัทรนิศย์ ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกประชาชนกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ทุกท่านในสาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เพื่อนักศึกษาและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

อนึ่ง หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา ครู อาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอนให้การศึกษาแก่ผู้วิจัยด้วยดีมาตลอด ผู้วิจัยขอมอบความดีนี้ให้กับผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ฐานันดร ไพโรจน์

สิงหาคม 2564

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	8
หลักสำคัญและแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	20
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	38
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	40
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	48
การวิจัยเชิงคุณภาพ	48
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	48
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูล	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาเป็นเมืองมรดกโลก.....	56
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์.....	59
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	86
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
สรุปผลการวิจัย.....	97
อภิปรายผล.....	108
ข้อเสนอแนะ.....	115
บรรณานุกรม.....	117
ภาคผนวก.....	120
ก ชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการสื่อสารเพื่อยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา สู่เมืองมรดกโลก.....	121
ข แบบสัมภาษณ์.....	123
ค แบบสอบถาม.....	126
ประวัติผู้วิจัย.....	134

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1	ขนาดกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา..... 51
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ..... 86
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ..... 87
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านระดับการศึกษา..... 88
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านอาชีพหลัก..... 88
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านรายได้... 89
ตารางที่ 4.6	การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อของคนสงขลา..... 90
ตารางที่ 4.7	สื่อที่คนสงขลาเคยเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา สู่เมืองมรดกโลก..... 91
ตารางที่ 4.8	การรับรู้ข้อมูลของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา สู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ..... 92
ตารางที่ 4.9	สื่อที่เหมาะสมในการใช้สื่อสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา สู่เมืองมรดกโลก..... 94
ตารางที่ 4.10	ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนอำเภอเมืองสงขลาเมื่อมีการสื่อสารข้อมูล เกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก..... 95
ตารางที่ 4.11	ความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา ในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก..... 96
ตารางที่ 5.1	สรุปองค์ประกอบการสื่อสารและผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลา สู่เมืองมรดกโลก..... 102

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย..... 4
ภาพที่ 2.1	แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของลาสเวลล์ (The Lasswell Model)..... 10
ภาพที่ 2.2	แบบจำลองการสื่อสารของวิลเบอร์ แชรรมม์ และ ชารลส อี ออสกูค (The Schramm and Osgood Model)..... 11
ภาพที่ 2.3	แบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล (The Berlo Model/The SMCR Model).... 12
ภาพที่ 2.4	แบบจำลองการสื่อสารของสจิว์ท ทับบ์ส (The Tubbs Communication Model)..... 14
ภาพที่ 2.5	แบบจำลองการสื่อสารเชิงเส้น (The Linear Model of Communication)..... 17
ภาพที่ 2.6	แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ (The Interactional Model of Communication).... 18
ภาพที่ 2.7	แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง (The Transactional Model of Communication)..... 19
ภาพที่ 2.8	แบบจำลองเชิงถ่ายทอด..... 30
ภาพที่ 2.9	แบบจำลองเชิงพิธีกรรม..... 31
ภาพที่ 2.10	แบบจำลองการสื่อสารและความเข้าใจร่วมกัน..... 32
ภาพที่ 2.11	แบบจำลองการผนึกพลัง (Convergence model)..... 33
ภาพที่ 2.12	แบบจำลองการฟื้นฟูเชิงวัฒนธรรม (Cultural Renewal Model)..... 35
ภาพที่ 2.13	แสดงขั้นตอนการรับรู้..... 39
ภาพที่ 2.14	การรับรู้ (Perception)..... 42
ภาพที่ 2.15	การรับรู้ (Perception)..... 42
ภาพที่ 4.1	แผนผังกระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเน้น การสื่อสารทางเดียว..... 60
ภาพที่ 4.2	แผนผังกระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเน้น การสื่อสารแบบเชิงพฤติกรรม..... 61
ภาพที่ 4.3	แผนผังกระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเน้น การสื่อสารแบบการมีปฏิสัมพันธ์..... 62
ภาพที่ 4.4	เวทีการเสวนาวันสงขลา โครงการงานวัฒนธรรมของดีเมืองสงขลา..... 64
ภาพที่ 4.5	การบรรยายบนรถรางชมเมืองสงขลา..... 65
ภาพที่ 4.6	นายกพีระ ดันดิเศรณี บรรยายสนับสนุนให้สงขลาสู่มรดกโลก..... 65

สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.7	คุณครู โรงเรียนในสังกัดเทศบาลบรรยายในรายวิชาหน้าที่พลเมือง..... 65
ภาพที่ 4.8	เพจเฟซบุ๊ก Songkhla heritage society ภาคิคนรักเมืองสงขลา..... 67
ภาพที่ 4.9	เว็บไซต์เทศบาลนครสงขลา..... 67
ภาพที่ 4.10	ภาพวาดฝาผนัง..... 68
ภาพที่ 4.11	แผ่นพับสามภาษา..... 69
ภาพที่ 4.12	การจัดรายการวิทยุ “สงขลาสู่มรดกโลก”..... 70
ภาพที่ 4.13	สารคดีผ่านจอกราฟิก..... 71
ภาพที่ 4.14	กิจกรรมว่ายน้ำข้ามทะเลสาบ..... 72
ภาพที่ 4.15	การแสดงเล่าประวัติเมืองสงขลา ในงาน “เวทีสงขลาเมืองเก่า”..... 72
ภาพที่ 4.16	การสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับ ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก..... 80
ภาพที่ 5.1	เสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับ ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก..... 105



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปี พ.ศ.2553 รัฐบาลนำโดยคณะรัฐมนตรีของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้มีมติยกให้เมืองสงขลาเป็นเมืองมรดกของชาติ และผลักดันเมืองบางส่วนเข้าสู่ฐานะเมืองมรดกโลกตามเกณฑ์ขององค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization หรือ ยูเนสโก : UNESCO) และเป็น 1 ใน 10 เมืองเก่า ซึ่งเป็นเมืองมรดกชาติที่ต้องร่วมกันอนุรักษ์ จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ “กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา” เกิดความตื่นตัวในการขับเคลื่อนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาให้เป็นเมืองมรดกโลก ด้วยจุดมุ่งหมายที่จะเป็นศูนย์กลางที่คนรักเมืองสงขลาทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิด ประสบการณ์ ได้รับความรู้และภาคภูมิใจในคุณค่าของเมืองสงขลาซึ่งเป็นถิ่นฐานที่อาศัยอยู่ก่อให้เกิดความหวนแหนมรดกทางวัฒนธรรม และร่วมกันผลักดันอนุรักษ์สิ่งทรงคุณค่าเหล่านี้ไว้ไม่ให้สูญหาย

ภายหลังจากการตื่นตัวของกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา ทำให้เทศบาลเมืองสงขลา มีนโยบายในการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการเพิ่มชีวิตชีวาให้กับเมืองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเมืองเก่าอย่างสนุกสนาน และเสริมความรู้ความเข้าใจเมืองเก่าแก่ บรรดาเหล่านักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้องค์ประกอบของเมือง การเดินชมเมืองตามเส้นทางวัฒนธรรมต่าง ๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ และซาบซึ้งประทับใจกับคุณค่าของเมืองเก่าสงขลา ซึ่งผ่านเหตุการณ์ต่างๆ ทางประวัติศาสตร์มากกว่า 200 ปี สำหรับการพัฒนาพื้นที่เมืองสงขลาโดยภาพรวมเกิดการตื่นตัวของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนมีการทำงานร่วมกันทั้งในด้านกิจกรรมเชิงการท่องเที่ยวเพื่อชุมชนหรือเชิงวิชาการ รวมถึงการร่วมกันประชาสัมพันธ์ยกระดับมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองสงขลา จากระดับท้องถิ่น ระดับชาติและให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมระดับโลก

สำหรับการพิจารณากระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกนั้น สถานที่ขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จะต้องมีความสมบัติตรงตามข้อกำหนดและหลักเกณฑ์อย่างน้อย 1 ข้อ

โดยองค์การยูเนสโก (UNESCO) มีข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณา (พ.ศ. 2548) ทั้งหมด 10 ข้อ ดังนี้

- 1) เป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์
- 2) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวน และภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งได้เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่ใดๆ ของโลกซึ่งทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม
- 3) เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว
- 4) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของประเภทของสิ่งก่อสร้างอันเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ
- 5) เป็นตัวอย่างอันโดดเด่นของวัฒนธรรมมนุษย์ ขนบธรรมเนียมประเพณีแห่งสถาปัตยกรรม วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งเสื่อมสลายได้ง่ายจากผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมตามกาลเวลา
- 6) มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ หรือมีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์
- 7) เป็นตัวอย่างที่เด่นชัดของการเป็นตัวแทนในวิวัฒนาการสำคัญต่างๆ ในอดีตของโลก เช่น ยุคสัตว์เลื้อยคลาน ยุคน้ำแข็ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาความหลากหลายทางธรรมชาติบนพื้นโลก
- 8) เป็นตัวอย่างที่เด่นชัดในการเป็นตัวแทนของขบวนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทางธรณีวิทยาหรือวิวัฒนาการทางชีววิทยา และปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่กำลังเกิดอยู่ เช่น ภูเขาไฟ เกษตรกรรมขั้นบันได
- 9) เป็นแหล่งที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์หายากหรือสวยงามเป็นพิเศษ เช่น แม่น้ำ น้ำตก ภูเขา
- 10) เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของชนิดสัตว์และพันธุ์พืชที่หายากหรือที่ตกอยู่ในสภาวะอันตราย แต่ยังคงสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ ซึ่งรวมถึงระบบนิเวศอันเป็นแหล่งรวมความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ที่ทั่วโลกให้ความสนใจด้วย

ซึ่งประเด็นสำคัญในการพิจารณาการยกระดับเป็นเมืองมรดกโลกได้นั้นเน้นที่กระบวนการมีส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ซึ่งแหล่งและมรดกวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องตั้งอยู่ โดยคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) ที่ปรึกษาในทางวิชาการเป็นผู้ตรวจสอบ

อย่างไรก็ตาม การจะก้าวไปสู่การยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกได้นั้นทุกมิติของสังคมมีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการกระจายข้อมูลที่มีอยู่ผ่านทางช่องทางต่างๆ ทั้งในตัวพื้นที่และผ่านช่องทางสื่อกระแสหลักทั้งสื่อบุคคล, สื่อมวลชน, สื่อสิ่งพิมพ์, สื่อโทรทัศน์, สื่อกิจกรรมและสื่อสมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นเพื่อให้คนสงขลาซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่ามีการตื่นตัวกับการอนุรักษ์คุณค่าของเมืองเก่าสงขลาเพื่อยกระดับให้เป็นเมืองมรดกโลกต่อไป

ดังนั้น ประเด็นด้านการสื่อสารซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์การยูเนสโก (UNESCO) และผ่านการตรวจสอบของสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) ที่ปรึกษาในทางวิชาการ นั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารูปแบบการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูล การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เพื่อให้เทศบาลนครสงขลานำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะไปพัฒนากลยุทธ์ด้านสื่อสารข้อมูลข่าวสารย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

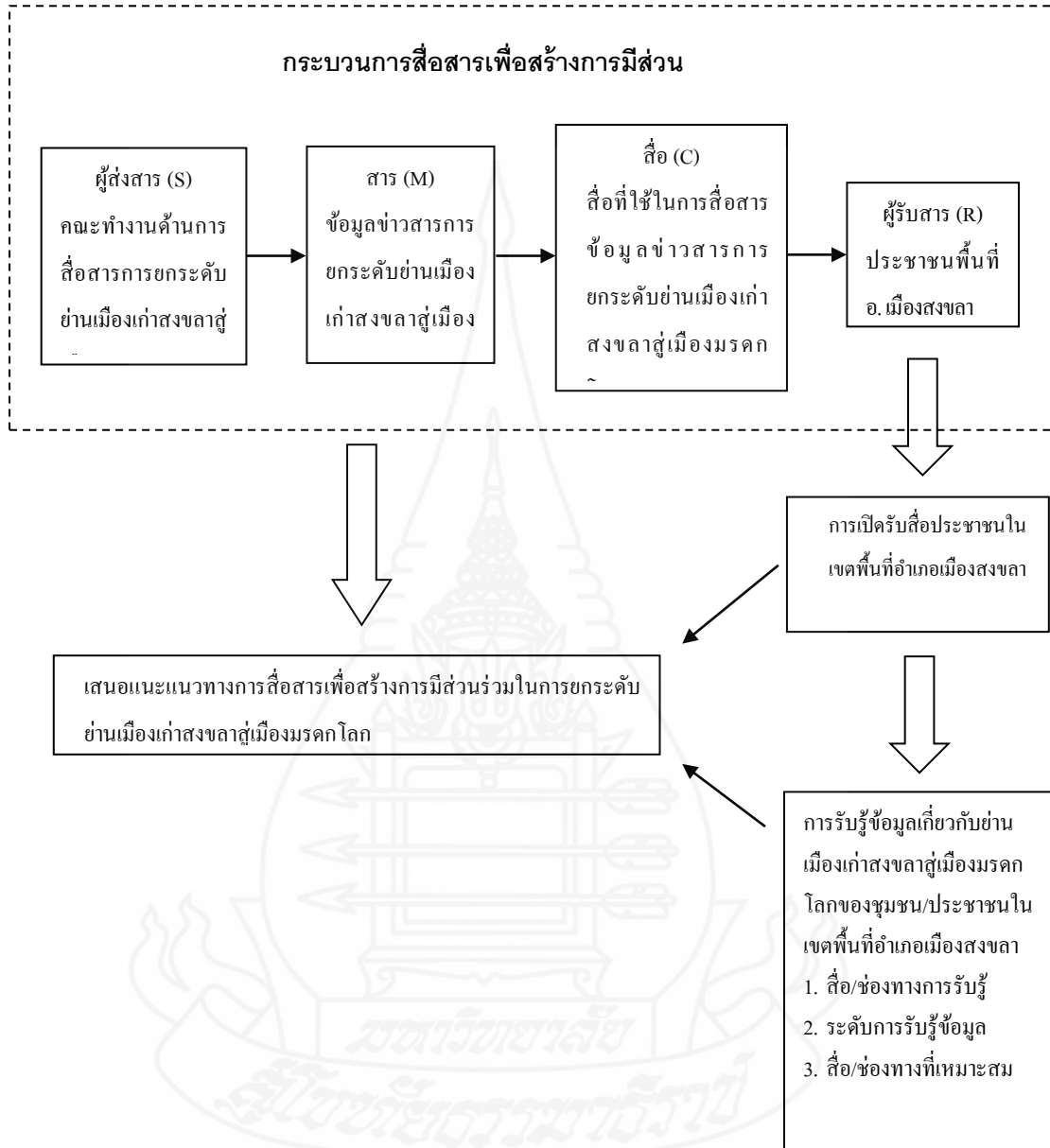
2.1 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

2.2 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของประชาชนใน อ.เมือง จ.สงขลา

2.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของประชาชนใน อ.เมือง จ.สงขลา

2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก โดยนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม, แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ, แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ, ทฤษฎีการรับรู้มาใช้

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้นำ ข้อมูลทั่วไปของประชาชนพื้นที่ อำเภอเมืองสงขลา กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม การเปิดรับสื่อและการรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมพื้นที่บริเวณตำบลบ่อยางเป็นหลัก เนื่องจากพื้นที่ตำบลบ่อยางเป็นที่ตั้งจุดศูนย์กลางของเมืองมรดกโลก และบริเวณตำบลโดยรอบในเขตอำเภอเมืองสงขลาเป็นส่วนสนับสนุน

4.3 ขอบเขตระยะเวลา

ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มกราคม 2563 ถึงเดือน กันยายน 2563

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีคำศัพท์ที่สำคัญดังนี้

5.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในประเด็นข้อมูลด้านประวัติความเป็นมาข้อมูลเกี่ยวกับเทศบัญญัติของเทศบาลข้อมูลการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นบริเวณย่านเมืองเก่าสงขลาจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลาแนวทางการอนุรักษ์ย่านเมืองเก่าสงขลาแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา และการสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

5.2 การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม หมายถึง การสื่อสารเชิงปรึกษาหารือในระดับชั้นต่างๆ ได้แก่ การปรึกษาหารือในระดับขั้นตอนการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การปรึกษาหารือในระดับขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมกัน การปรึกษาหารือในระดับขั้นตอนการตัดสินใจร่วมกัน การปรึกษาหารือในระดับขั้นตอนการดำเนินการร่วมกัน การปรึกษาหารือในระดับขั้นตอนรับผลที่เกิดขึ้นร่วมกัน

5.3 การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเลือกรับข่าวสารหรือแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออื่นๆ อาทิเช่น สื่อกิจกรรม สื่อการแสดง และรถแห่

5.4 ย่านเมืองเก่าสงขลา หมายถึง เขตพื้นที่บริเวณ เมืองเก่าสงขลาแห่งที่ 3 หรือเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่อยาง ซึ่งเป็นเมืองเก่าสงขลาแห่งสุดท้ายที่ถูกก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2379 ในเขตพื้นที่เทศบาลนครสงขลา ตำบลบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาประกอบไปด้วย ถนนนางงาม ถนนนครนอก และถนนนครใน ต.บ่อยาง อ.เมือง จ.สงขลาและเป็นพื้นที่หลักในยกฐานะเข้าสู่เมืองมรดกโลกตามเกณฑ์ของ UNESCO

5.5 ประชาชน หมายถึง ผู้ที่อาศัยตามทะเบียนราษฎร์อยู่ในเขตพื้นที่ อ.เมืองสงขลา จ.สงขลาจำนวน 158,618 คน แบ่งออกเป็น 6 ตำบล

5.6 กลุ่มผู้นำ หมายถึง คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

5.7 การยกระดับเมืองมรดกโลก หมายถึง เมืองเก่าสงขลาบริเวณจุดศูนย์กลาง ตั้งอยู่ที่ ต.บ่อยาง อ.เมืองสงขลา จ.สงขลา ซึ่งเป็นสถานที่ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม โดยต้องผ่านการคัดเลือกโดยองค์การยูเนสโก เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงคุณค่าสิ่งที่มีมนุษยชาติได้สร้างขึ้นมา และควรจะปกป้องเพื่อให้ได้ตกทอดไปถึงอนาคตตามเกณฑ์ของ UNESCO

6. ประโยชน์ที่ได้รับ

6.1 ข้อมูลจากการวิจัยใช้เป็นแนวทางในวางแผนนโยบายด้านการสื่อสารตั้งแต่การเลือกผู้ส่งสารที่มีความรู้ความเข้าใจและวางแผนการสื่อสาร สารที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารโดยตรง สื่อที่จะสามารถเข้าถึงประชาชนรวมไปถึงประชาชนสามารถตอบสนองและแสดงความคิดเห็นได้ และกำหนดผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

6.2 ข้อมูลจากการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการรณรงค์ให้เกิดการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารข้อมูล เพื่อให้ประชาชนเกิดการเปิดรับ รับรู้ และมีปฏิสัมพันธ์ในการตอบกลับได้ ทั้งนี้จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนได้

6.3 ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นที่มีความคล้ายคลึงทางสังคมศาสตร์ และวัฒนธรรมและมีความต้องการในการยกระดับสู่ความเป็นเมืองมรดกโลก



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่า สงขลาสู่เมืองมรดกโลก” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. หลักสำคัญและแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
4. ทฤษฎีการรับรู้
5. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

1.1 ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร หรือ การส่งข่าวสารของบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง อันมีผลทำให้เกิดการตอบสนองในรูปแบบต่างๆ กัน เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต การปฏิบัติของตนโดยทั่วไป กล่าวคือ คนต้องการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ระหว่างบุคคลในครอบครัว ระหว่างผู้ร่วมงาน ระหว่างผู้นำกับสมาชิกในหน่วยงาน ทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง

กริช สืบสนธิ์ (2526) ให้ความหมายการสื่อสารว่าเป็น “กระบวนการในการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ทักษะ ประสบการณ์ ฯลฯ ด้วยการใช้อยุทธลักษณะ อันได้แก่ คำพูด รูปภาพ ตัวเลข ตัวหนังสือ แผนภูมิ อากัปกริยา ท่าทาง”

วอเรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warren w. Weaver, 1949, p. 95) อธิบายว่า การสื่อสารมีความหมายครอบคลุมถึงกระบวนการทุกกระบวนการที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งอาจก่อให้เกิดผลต่อจิตใจของอีกบุคคลหนึ่ง การสื่อสารตามทฤษฎีนี้ไม่ได้จำกัดว่าการสื่อสารต้องเกิดขึ้นโดยใช้

การเขียนและการพูดเท่านั้น แต่ยังมีรวมถึง คนตรี ภาพ การแสดง การเต้นบัลเล่ย์ และพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์

เจอร์เกน รอยซ์ และ เกรเกอร์ เบทสัน (Jurgen Ruesch, & Gregory Bateson, 1951, pp. 5-6) อธิบายว่า การสื่อสารไม่ได้หมายความว่า การถ่ายทอดสารด้วยภาษาพูด และภาษาเขียนที่ชัดเจนและแสดงเจตนาอย่างเด่นชัดในการสื่อสารเท่านั้น แต่การสื่อสารยังรวมไปถึงกระบวนการทั้งหลายที่ทำให้บุคคลมีอิทธิพลต่อกัน คำนิยามนี้ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมและเหตุการณ์ทั้งหลายเป็นการสื่อสารด้วยเช่นกัน หากมีผู้เข้าใจพฤติกรรมและเหตุการณ์เหล่านั้นแสดงว่าความเข้าใจนั้นได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่มีอยู่และมีอิทธิพลต่อบุคคลนั้นด้วย

จูเลีย ที วูด (Julia T. Wood, 2000, p. 15) การสื่อสาร หมายถึง “กระบวนการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กัน โดยใช้และผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสร้างและแปลความหมายของสัญลักษณ์นั้น โดยแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันและส่งผลซึ่งกันและกัน” คำนิยามในทฤษฎีของวูดเน้นให้เห็นแนวคิดที่ว่าองค์ประกอบทุกองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารนั้นต่างส่งผลซึ่งกันและกัน และยังส่งผลต่อรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารด้วย

จากคำนิยามความหมายข้างต้นนั้น พบว่า แต่ละบุคคลจะนิยามความหมายของการสื่อสารไปตามประสบการณ์ ความสนใจ และจากการศึกษาค้นพบ ดังนั้นการศึกษาความหมายของแต่ละบุคคลได้นิยามไว้จึงเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยให้สามารถเข้าใจถึงการสื่อสารได้มากยิ่งขึ้น โดยที่นี้ การสื่อสาร หมายถึง องค์ประกอบทุกองค์ประกอบที่อยู่ในกระบวนการในการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันสำหรับคู่สื่อสาร โดยใช้หรือผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ ไม่ใช่เฉพาะการพูดหรือการเขียน แต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างและแปลความหมายของสัญลักษณ์นั้นได้

1.2 แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

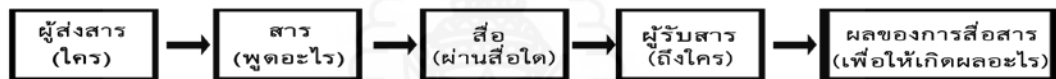
แนวคิดที่สำคัญหรือขอบเขตซึ่งนักวิชาการกำหนดไว้เป็นกรอบในการศึกษากระบวนการสื่อสาร แบบจำลองเน้นให้เห็นถึงโครงสร้างและหน้าที่ขององค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร สุรัตน์ ตรีสุก (2549) ให้ความหมายแบบจำลองการสื่อสาร หมายถึง “การใช้สัญลักษณ์เพื่ออธิบายถึงกระบวนการ โครงสร้าง หน้าที่ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารซึ่งมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น” โดยในที่นี้ผู้วิจัยขอเสนอแบบจำลองการสื่อสารที่ใช้สำหรับอธิบายให้เห็นถึงโครงสร้าง หน้าที่ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

1.2.1 แบบจำลองการสื่อสารของแฮโรลด์ ดี ลาสเวลล์

ในปี ค.ศ. 1948 แฮโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) นักรัฐศาสตร์ผู้มีความสนใจเรื่องการสื่อสารได้ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ ทางการเมืองของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และนำเสนอมุมมองของการสื่อสารเชิงรัฐศาสตร์ โดยให้ข้อเสนอแนะว่าวิธีการวิเคราะห์และอธิบายกระบวนการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการตอบคำถามง่ายๆ ดังนี้ (Lasswell, 1960, p. 117)

“ใคร พูด อะไร ผ่าน สื่อใด ถึง ใคร เพื่อให้เกิดผลอะไร” " Who says what in which channel to whom with what effect."

จากคำถามข้างต้นสรุปได้ว่า ในทฤษฎีของลาสเวลล์นั้น การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร ซึ่งแสดง ในลักษณะของแบบจำลองดังนี้



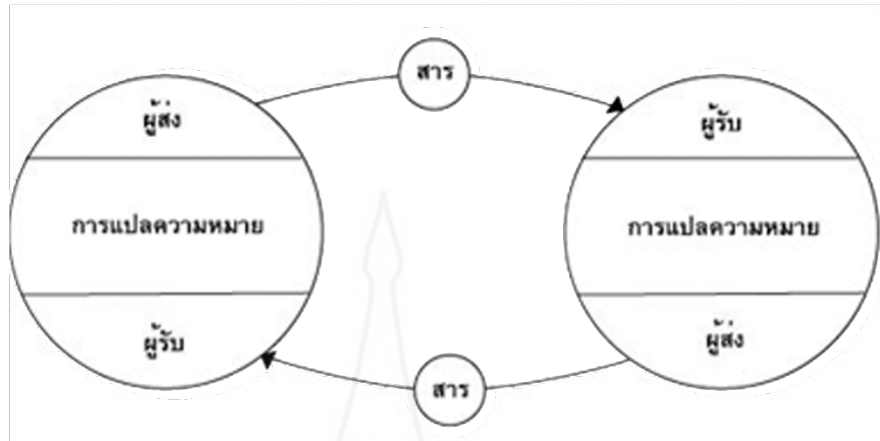
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของลาสเวลล์ (The Lasswell Model)

ที่มา: สุรัตน์ ตรีสุกถ, 2549, หน้า 60

แนวคิดของลาสเวลล์มีพื้นฐานความคิดเช่นเดียวกับแนวคิดของอริสโตเติล ในแง่การสื่อสารเป็นกระบวนการแบบเอกวิถี (one-way process) ซึ่งผู้ส่งสารใช้ในการสร้างอิทธิพลเหนือผู้รับสารผ่านสารที่ส่งไปประเด็นที่ลาสเวลล์ได้นำเสนอแตกต่างจากแนวคิดของ อริสโตเติล คือแนวคิดเรื่องช่องสาร (channel) ซึ่งขยายขอบเขตจากการใช้เพียงคำพูดไปสู่การใช้สื่อประเภทอื่นๆ (Ruben, & Stewart 1998, p.25)

แบบจำลองซึ่งสร้างจากแนวคิดของลาสเวลล์เป็นแบบจำลองที่ใช้อธิบายกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม (the behavioral school of thought) ซึ่งมุ่งศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร กับสาร สื่อที่ใช้ และผลที่เกิดจากการสื่อสาร

1.2.2 แบบจำลองการสื่อสารของวิลเบอร์ แชรรมม์



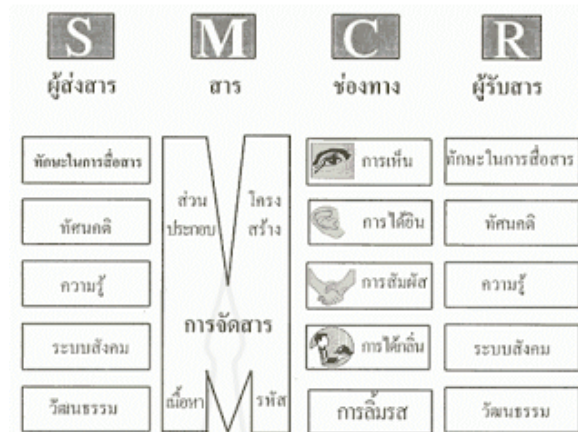
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารของวิลเบอร์ แชรรมม์ และ ชาร์ลส อี ออสกู๊ด
(The Schramm and Osgood Model)

ที่มา : สุรัตน์ ตริสุกถ, 2549, หน้า 67

แบบจำลองนี้แชรรมม์ได้อธิบายไว้ในปี ค.ศ.1954 โดยมีการเปลี่ยนมุมมองกระบวนการสื่อสารจากแบบจำลองเชิงเส้นตรง มาเป็นแบบจำลองแบบวงกลม (circular model) หรือแบบจำลองเชิงปฏิสัมพันธ์ (interactive model) ซึ่งมองว่าการสื่อสารคือกิจกรรมที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้ แบบจำลองนี้ยังแสดงถึงแนวคิดเรื่องปฏิริยาตอบกลับ (feedback) ระหว่างคู่สื่อสารซึ่งถือเป็นแนวคิดสำคัญในพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมนุษย์

1.2.3 แบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล

ในปี ค.ศ. 1960 เบอร์โล (Berlo, 1960) อธิบายทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการสื่อสารของมนุษย์และนำเสนอแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารสำคัญ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Communication source) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver) หรือเรียกอีกชื่อว่า SMCR Model



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล (The Berlo Model/The SMCR Model)
ที่มา: สุรัตน์ ตรีสุกถ, 2549, หน้า 73

เบอร์โล (Berlo, 1960, pp. 40-72) อธิบาย ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะเกิดขึ้นมากหรือน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหรือคุณสมบัติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร (Communication Source) จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 5 ประการ ได้แก่

1.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) 5 ประการ แบ่งเป็นทักษะในการเข้ารหัส 2 ประการคือ การเขียนและการพูด และทักษะในการถอดรหัส 2 ประการ คือ การอ่านและการฟัง ส่วนทักษะที่ 5 คือทักษะในการคิดและการใช้เหตุผลซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการเข้ารหัสและถอดรหัส

1.2 ทักษะคิด (Attitudes) ซึ่งเบอร์โลอธิบายว่าหมายถึง ความโน้มเอียงของคนในการเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงวัตถุหรือบุคคลนั้น มีผลต่อวิธีการสื่อสารของมนุษย์อย่างเห็นได้ชัด ทักษะคิด ในการสื่อสารแบ่งเป็น 3 ประเภทได้แก่ ทักษะคิดต่อตนเอง ทักษะคิดต่อเรื่องหรือประเด็นในการสื่อสาร และทักษะคิดต่อผู้รับสาร

1.3 ความรู้ (Knowledge) ของผู้ส่งสารในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร เรื่องที่จะสื่อสาร ลักษณะของผู้รับสาร ลักษณะของสื่อและวิธีการเลือกใช้สื่อ และทักษะคิดของตนเอง เบอร์โลเน้นว่า ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารจะส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสาร

1.4 ระบบสังคม (Social System) หมายถึง อิทธิพลของสังคมที่ส่งผลต่อบุคคล และ พฤติกรรมสื่อสาร

1.5 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม และความเชื่อซึ่งเป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์

2. สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร ประกอบด้วย

2.1 รหัสของสาร (Message Code) หมายถึงกลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งใช้แทนหรือให้หมายถึงสิ่งต่างๆ ได้ เช่น ภาษาเขียน ภาษาพูด ภาษาท่าทาง รูปภาพ คนตรี ฯลฯ รหัสของสารประกอบด้วยส่วนประกอบ 2 ส่วนได้แก่

1) ส่วนประกอบย่อย (Elements) ได้แก่ พยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ เป็นต้น

2) โครงสร้าง (Structure) หมายถึง การนำส่วนประกอบย่อยของรหัสมารวมกันเป็นคำที่ใช้แทนหรือให้หมายถึงสิ่งต่างๆ เช่น นำพยัญชนะ “ก” มารวมกับ สระ “า” เป็นคำว่า “กา” หมายถึง นกประเภทหนึ่ง เป็นต้น

2.2 เนื้อหาของสาร (Content) หมายถึง ข้อความที่ต้องการจะใช้สื่อความหมายแก่ผู้รับสาร ประกอบด้วยส่วนประกอบ 2 ส่วนดังนี้

1) ส่วนประกอบย่อย (Elements) ได้แก่ กลุ่มคำที่ยังไม่ได้เรียบเรียงตาม โครงสร้างและหน้าที่ทางไวยากรณ์

2) โครงสร้าง (Structure) หมายถึง การเรียบเรียงลำดับของคำตามหลักไวยากรณ์

2.3 การเลือกและจัดลำดับของข่าวสาร หรือจัดเสนอสาร (Treatment) หมายถึง การตัดสินใจเลือกและจัดลำดับของรหัสสารและเนื้อหา ซึ่งได้แก่ ข่าวสารที่จะนำเสนอให้เหมาะสมและสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้ เช่น การพาดหัวข่าวหน้า 1 เพื่อสร้างความน่าสนใจ เป็นต้น การเลือกและจัดลำดับของข่าวสารหรือจัดเสนอสารประกอบด้วยส่วนประกอบ 2 ส่วนได้แก่

1) ส่วนประกอบย่อย (Elements) ได้แก่ รูปแบบ วิธีการ หรือเทคนิคในการนำเสนอสาร

2) โครงสร้าง (Structure) หมายถึง การจัดหรือการเรียงลำดับของรหัส สาร และเนื้อหา หมายถึง สารที่ต้องการส่งให้สอดคล้องกับเทคนิคการนำเสนอที่ผู้ส่งสารใช้หรือเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับสาร เป็นต้น

3. ช่องสาร (Channel) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 ช่องสารที่เป็นตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสาร ได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

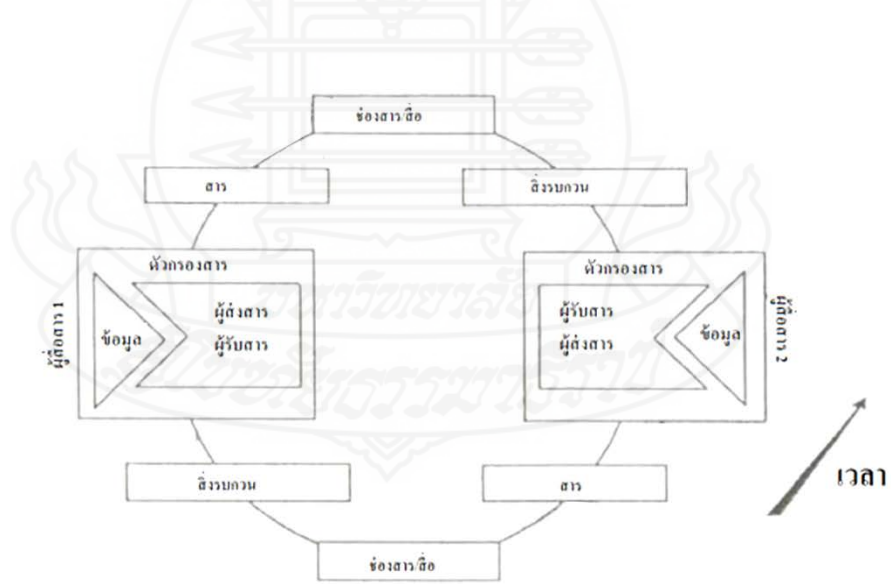
3.2 ช่องสารซึ่งเป็นพาหะของสิ่งที่นำสารไปสู่ประสาทรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส ตัวอย่างเช่น อากาศซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทรับการได้ยิน เป็นต้น

3.3 วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร เช่น การใช้วิธีพูด หรือวิธีเขียน เป็นต้น

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง จุดหมายปลายทางของสารซึ่งต้องประกอบด้วยคุณสมบัติทั้ง 5 ประการเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

1.2.4 แบบจำลองของ สจิว์ท ทับบ์ส

สจิว์ท แอล ทับบ์ส และ ซิลเวีย มอสส์ (Stewart L Tubbs, & Sylvia Moss, 2000, pp. 5-8) นำเสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ในกรอบของการนิยามความหมายของการสื่อสาร หมายถึง “กระบวนการในการสร้างความหมายร่วมกันระหว่างบุคคลสองคนขึ้นไป” และภายใต้แนวคิดพื้นฐานที่ว่า การสื่อสารนั้นไม่ใช่เพียงแค่การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันไปมาระหว่างคู่สื่อสาร โดยผลัดกันเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารเท่านั้น แต่การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นและมีผลต่อคู่สื่อสารหรือบุคคลที่กำลังสื่อสารกันพร้อมกันและต่อเนื่องกัน กล่าวคือ ในขณะที่กำลังสื่อสารกันนั้นคู่สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันต่อเนื่องกันไป และต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกัน พร้อมกัน และต่อเนื่องกัน



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสื่อสารของสจิว์ท ทับบ์ส (The Tubbs Communication Model)

ที่มา: สุรัตน์ ตรีสุกถ, 2549, หน้า 78

ทับบัส และ มอสส์ อธิบายเพิ่มเติมว่า กระบวนการสื่อสารประกอบด้วย องค์ประกอบ และรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้สื่อสาร (Communicator) การสื่อสารเกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคน ได้แก่ ผู้สื่อสารคนที่ 1 (communicator 1) และผู้สื่อสารคนที่ 2 (communicator 2) ซึ่งต่างก็เป็นแหล่งสารหรือต้นกำเนิดของการสื่อสาร (communication source) ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร พร้อมกันไปในสถานการณ์ของการสื่อสารประสาทสัมผัสของผู้สื่อสารทั้งสองจะถูกกระตุ้นอย่างต่อเนื่องด้วยสิ่งเร้า (stimuli) ต่างๆ มากมายทั้งจากภายในและภายนอกร่างกาย สิ่งเร้าดังกล่าว ได้แก่ ความรู้ และประสบการณ์ ในอดีตและปัจจุบันเกี่ยวกับวัตถุและสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งรวมเรียกว่า “ข้อมูลนำเข้า (input)” จะหลั่งไหลเข้าสู่ประสาทสัมผัสและส่งผลต่อการสื่อสาร ด้วยเหตุที่ ความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันจึงส่งผลให้ทักษะความสามารถในการสื่อสารของผู้สื่อสารแตกต่างกันไปด้วย

นอกจากข้อมูลที่แตกต่างกันแล้วคู่สื่อสารยังมี “ตัวกรองสาร (filter)” ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้กระบวนการในการเลือกรับสารและการแปลความหมายสารที่ได้รับ รวมทั้งการสร้างสารแตกต่างกัน ดังนั้น การรับรู้สารและความหมายของสารในแต่ละบุคคล จึงแตกต่างกันด้วย ตัวกรองสารแบ่งเป็น 2 ประเภท คือตัวกรองสารทางกายภาพ (physiology) หรือความสามารถ ทางกายในการรับสาร เช่น ความสามารถในการได้ยิน เป็นต้น และตัวกรองสารทางจิตวิทยา (psychological filter) หมายถึง ความคาดหวัง หรือแนวโน้มในการตอบสนองสิ่งเร้าทั้งที่เป็นวัตถุและบุคคล ด้วยเหตุที่ผู้สื่อสารทั้งสองมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องข้อมูลนำเข้าและตัวกรองสาร ดังนั้น ในกระบวนการสื่อสารผู้สื่อสารทั้งสองต่างต้องเรียนรู้กันและกัน เพื่อสร้างความหมายร่วมกันให้เกิดขึ้นด้วยการทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน

2. สาร (Message) แบ่งเป็น

2.1 วังนสารซึ่งเกิดด้วยความตั้งใจ ได้แก่ การใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน ที่ถูกต้อง และเหมาะสมเพื่อสื่อความหมายที่ต้องการ

2.2 วังนสารซึ่งเกิดด้วยความไม่ตั้งใจ ได้แก่ การใช้ภาษาเขียนหรือภาษาพูดโดยไม่ได้ตั้งใจให้หมายความเช่นที่เขียนหรือพูด ซึ่งอาจเกิดจากการพูดที่มีลักษณะที่เรียกว่า “ลื่นพัน” หรือออกเสียงไม่ชัดเจนโดยไม่เจตนา เช่น พูดคำว่า “บิ๊ดเบือน” เป็น “บิ๊ดเบียน” หรือ การเขียนซึ่งผู้เขียนไม่ได้ระมัดระวังการใช้ถ้อยคำหรือใช้ถ้อยคำผิดความหมาย เช่น นักศึกษาคคนหนึ่งเขียนจดหมายมาถึงอาจารย์เพื่อแสดงความตั้งใจดีว่า หากอาจารย์มีสิ่งใดที่เขาพอช่วยได้ก็ให้อาจารย์โทรไปหา เขายินดีจะช่วยด้วยความเต็มใจ แต่ข้อความที่ปรากฏกลับมีความหมายที่แตกต่าง

จากสิ่งที่เขาต้องการจะสื่อความ เนื่องจากข้อความในจดหมายมีว่า “หากอาจารย์มีสิ่งใดจะรบกวนผม โทรมาหาได้ตลอดเวลาเลยนะครับ ผมยินดีรับใช้อาจารย์เสมอ”

2.3 อวัจนสารซึ่งเกิดด้วยความตั้งใจ ได้แก่ การใช้วัจนภาษาโดยตั้งใจ เพื่อสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร เช่น การพยักหน้า การยิ้ม การโบกมือ ฯลฯ

2.4 อวัจนสารซึ่งเกิดด้วยความไม่ตั้งใจ ได้แก่ อวัจนภาษาที่ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจที่จะสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร แต่เกิดจากลักษณะทางอารมณ์ หรือจิตใจ จึงแสดงออกมาโดยไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ผู้พูดมีความตื่นเต้นในขณะพูดน้ำเสียงที่พูดออกมาจึงสั้นหรือมีสีหน้าเครียดเมื่อได้รับฟังข้อมูลที่ยากต่อการตัดสินใจ ฯลฯ

3. ช่องสาร หรือ สื่อ (Channel) ได้แก่ ประสาทรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ โดยเฉพาะการเห็น การได้ยิน และการสัมผัส รวมทั้งตัวกลาง (Medium / Media) ในการส่งผ่านสารระหว่างคู่สื่อสารด้วย

4. สิ่งรบกวนการสื่อสาร (Interference / Noise) หมายถึง สิ่งที่ทำให้ข้อมูลที่ส่งไปยังคู่สื่อสารบิดเบือนไป หรือทำให้คู่สื่อสารไม่ได้รับสารที่ส่งระหว่างกัน แบ่งเป็น

4.1 สิ่งรบกวนทางด้านเทคนิค (Technical Interference) ได้แก่ ปัจจัยที่ทำให้คู่สื่อสารรับสารที่บิดเบือน มีความหมายเช่นเดียวกับสิ่งรบกวนทางกายภาพ ได้แก่ เสียงอึกทักในขณะสนทนา เป็นต้น

4.2 สิ่งรบกวนทางด้านภาษา (Semantic Interference) ได้แก่ การใช้รหัสหรือสัญลักษณ์ซึ่งไม่สามารถสื่อความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดหรือคลาดเคลื่อน

5. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งช่วยให้คู่สื่อสารสามารถทราบประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารของตนได้

6. เวลา (Time) ดังปรากฏในแบบจำลองแสดงกระบวนการสื่อสารในลักษณะคล้ายขดลวดหมุนวนไป ทับบัส และ มอสส์ ให้ความสำคัญในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง “เวลา” กับกระบวนการสื่อสารเช่นเดียวกับแดนซ์ เนื่องจากเห็นว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการซึ่งเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาและไม่ย้อนกลับ พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์จึงเกี่ยวข้องกับเรื่องเป็นเวลา กล่าวคือ ประสบการณ์ในอดีตจะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารปัจจุบันและในอนาคตต่อไปเรื่อยๆ

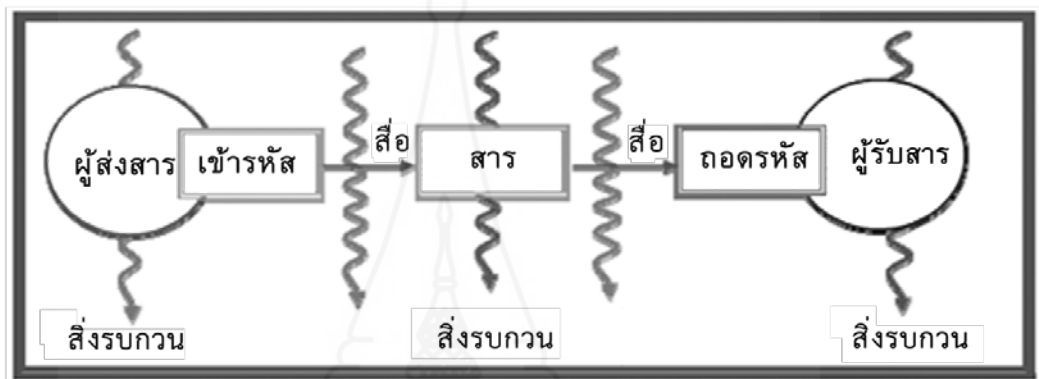
โดยสรุป แบบจำลองของ ทับบัส และ มอสส์ ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบของการสื่อสารและลักษณะธรรมชาติของกระบวนการสื่อสารว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารนั้นไม่ใช่เพียงแค่ผลัดกันเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารในแต่ละครั้งเท่านั้น แต่คู่สื่อสารซึ่งมีความแตกต่าง

กันในเรื่องต่างๆ จะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันเพื่อช่วยกันสร้างความสัมพันธ์และความหมายของสารที่ต้องการสื่อสารให้เกิดขึ้นร่วมกัน

1.2.5 แบบจำลองการสื่อสารอื่นๆ

จากการศึกษาแบบจำลองการสื่อสารของ สุรัตน์ ตรีสุกถ (2549) สามารถแบ่งลักษณะแบบจำลองโดยพิจารณาจากการอธิบายกระบวนการสื่อสาร 3 แบบจำลอง ดังนี้

1) แบบจำลองการสื่อสารเชิงเส้น

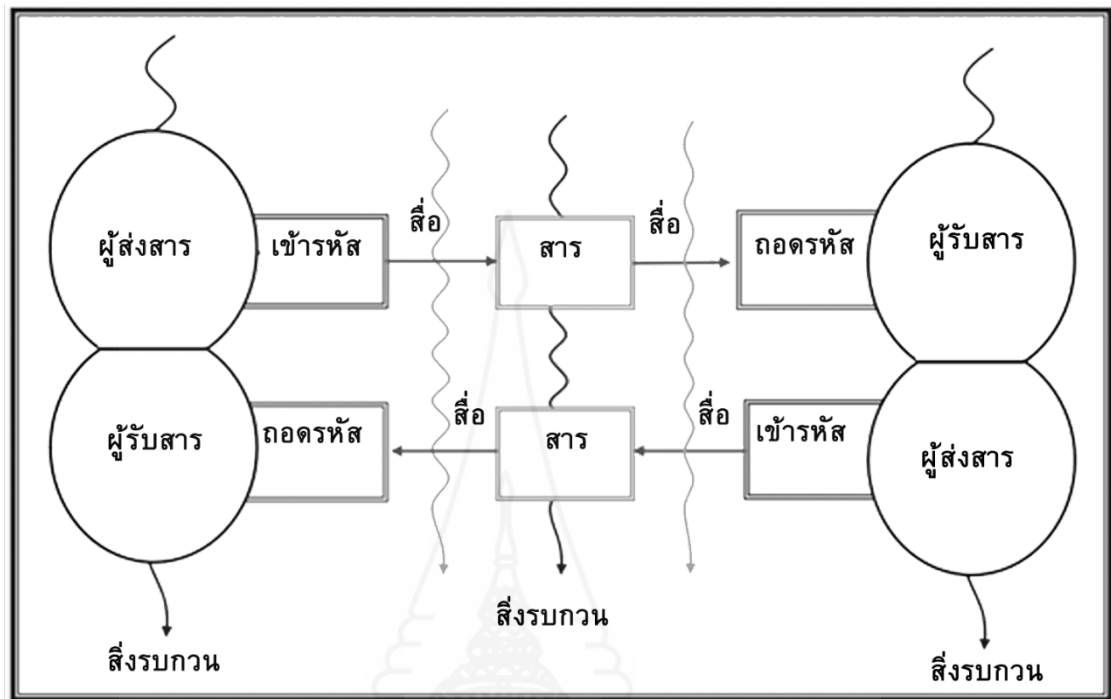


ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการสื่อสารเชิงเส้น (The Linear Model of Communication)

ที่มา: สุรัตน์ ตรีสุกถ, 2549, หน้า 81

แบบจำลองลักษณะนี้เป็นแบบจำลองการสื่อสารในยุคต้น ซึ่งอธิบายกระบวนการสื่อสาร ว่าเป็นการส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร (information or message transfer model) โดยผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เข้ารหัสสารแล้วส่งสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสารซึ่งจะทำหน้าที่ถอดรหัสสารที่ได้รับเพื่อให้เข้าใจความหมายของสารที่ส่งมา กิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นและจบลงตามลำดับในลักษณะคล้ายเส้นตรงจึงได้ชื่อว่า “แบบจำลองเชิงเส้น” การสื่อสารลักษณะดังกล่าวจัดเป็นการสื่อสารแบบเอกวิถีหรือการสื่อสารแบบทิศทางทางเดียว (one-directional communication) ซึ่งเน้นบทบาทของผู้ส่งสารในการใช้สารเพื่อสร้างอิทธิพลเหนือผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยไม่เน้นปฏิกิริยาตอบกลับและการตอบสนองของผู้รับสาร ดังนั้นประสิทธิผลของการสื่อสารจึงอยู่ที่ความสามารถของผู้ส่งสารในการสื่อความหมายที่ชัดเจนไปยังผู้รับสารเพื่อให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมที่ต้องการ

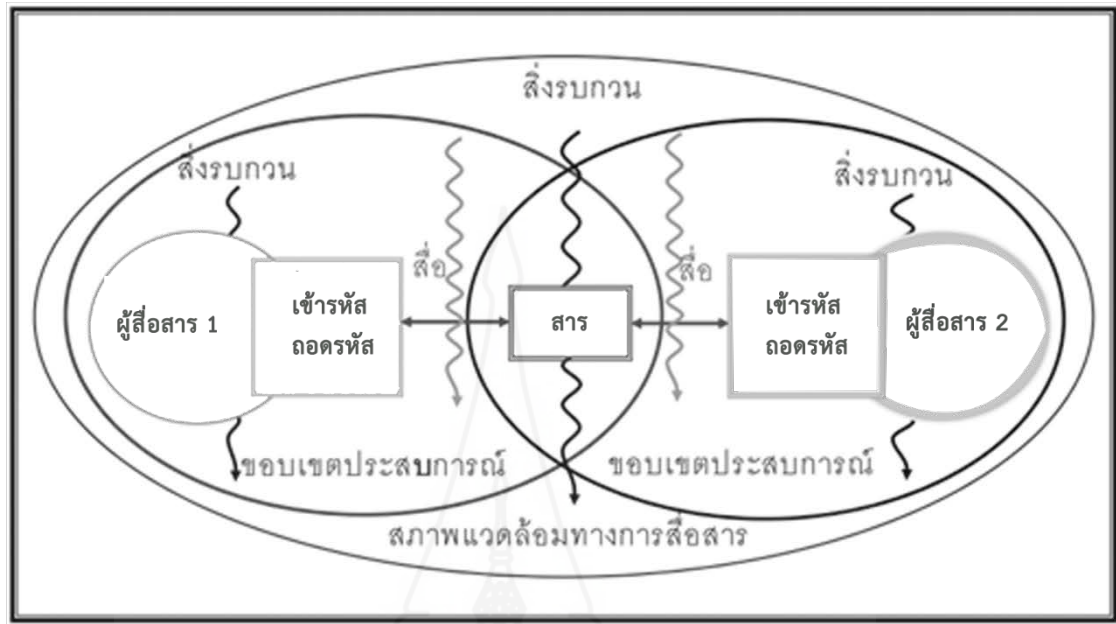
2) แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์



ภาพที่ 2.6 แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์(The Interactional Model of Communication)
ที่มา: สุรัตน์ ตรีสุกถ, 2549, หน้า 81

แบบจำลองดังกล่าวถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารในเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร (interaction perspective) โดยเน้นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน (message) แทนที่การส่งผ่านข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพียงฝ่ายเดียว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการสร้างความหมายและความเข้าใจระหว่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนสารระหว่างคู่สื่อสารโดยผ่านสื่อเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน โดยองค์ประกอบที่เพิ่มจากแบบจำลองเชิงเส้นได้แก่ ปฏิกริยาตอบกลับระหว่างกัน ซึ่งทำให้กระบวนการสื่อสารมีลักษณะของการโต้ตอบไปมาระหว่างคู่สื่อสารในลักษณะยุกยิวหรือการสื่อสารแบบสองทาง(two-directional communication) ซึ่งช่วยให้ผู้ส่งสารทราบถึงความสอดคล้องต้องกันระหว่างข่าวสารที่ตั้งใจส่งกับข่าวสารที่ผู้รับได้รับ (isomorphism) ซึ่งหมายถึงประสิทธิผลของการสื่อสารนั่นเอง นอกจากนี้แบบจำลองลักษณะนี้ยังเน้นให้เห็นว่าคู่สื่อสารจะทำหน้าที่เข้ารหัสและถอดรหัสสลับกันไปมาระหว่างการสื่อสาร

3) แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.7 แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง

(The Transactional Model of Communication)

ที่มา: สุรัตน์ ตรีสุกต, 2549, หน้า 81

แบบจำลองการสื่อสารลักษณะนี้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่สลับซับซ้อนหลายๆ ระดับของกระบวนการสื่อสารซึ่งต่างมีปฏิสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน ในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไป ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบลักษณะนี้ส่งผลให้การสื่อสารเป็นกระบวนการซึ่งคู่สื่อสารต่างทำหน้าที่เป็นผู้เข้ารหัสสารและถอดรหัสสารทั้งวัจนสารและอวัจนสารในเวลาเดียวกันต่อเนื่องกันไป และต่างมีอิทธิพลต่อกันในด้านต่างๆ ดังนั้นคู่สื่อสารจะ เปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด พฤติกรรม อารมณ์ความรู้สึก ความสัมพันธ์ระหว่างกัน ฯลฯ ตลอดเวลาที่เกิดพฤติกรรมสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อสร้างความหมายหรือความเข้าใจให้เกิดขึ้นระหว่างกัน

จากลักษณะดังกล่าวจะเห็นภาพของการสื่อสารแบบหลายทิศทาง (multi-directional communication) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน ในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไปของคู่สื่อสารและองค์ประกอบอื่นๆ ในกระบวนการสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น ตามความหมายของนิยาม “การสื่อสารหมายถึงกระบวนการ ในการสร้างความหมายร่วมกันระหว่างคู่สื่อสารซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันต่อเนื่องตลอดกิจกรรมการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจระหว่างกัน”

1.2 รูปแบบการสื่อสาร

ในทุกสังคมจะมีการสื่อสารเป็น 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารที่เป็นทางการ และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ดังนี้

1) การสื่อสารที่เป็นทางการ (formal communication)

- ช่องทางการสื่อสารควรประกาศให้รู้อย่างชัดเจนและแน่นอน
- อำนาจหน้าที่ปรากฏอยู่ในช่องทางของการสื่อสารอย่างเป็นทางการ
- เส้นทางของการสื่อสาร (line of communication) ต้องสั้นและตรงประเด็น
- ผู้ที่มีความสามารถจะเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ หัวหน้างาน
- เมื่อองค์กรกำลังดำเนินการ ไม่ควรขัดขวางเส้นทางของการสื่อสาร
- ระบบการสื่อสารทุกระบบต้องเชื่อถือได้

2) การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (informal communication)

- ตอบสนองความต้องการและความรู้สึกของปัจเจกบุคคลในเรื่องของการรวมตัวกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การเคารพตนเอง และการตัดสินใจเลือกที่เป็นอิสระ
- ก่อให้เกิดความสามัคคีภายในองค์กร

2. หลักสำคัญและแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

2.1 หลักสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับหลักสำคัญ 7 ประการ คือ ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม การเข้าถึงสื่อ ความเชื่อมั่นในศักยภาพของประชาชน ความโดดเด่นของสาร การปรึกษาหารือร่วมกัน การสนับสนุน และกระบวนการเชิงประชาธิปไตย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1 ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม (Various Participants)

Grey – Felder (2001) กล่าวว่าสิ่งที่สำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่ใช่ “สื่อ” แต่เป็น “เสียง” ของบุคคลที่หลากหลาย ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นหนักในการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผู้เข้าร่วม และกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วม กล่าวคือ ยิ่งบุคคลมีความหลากหลายในระดับต่างๆ มากเท่าไร ไม่ว่าจะเป็นอายุ วรรณะ ประสบการณ์ หน้าที่การงาน เป็นต้น ความหลากหลายดังกล่าวจะส่งผลให้เสียงของประชาชนที่มากความหลากหลายสะท้อนความต้องการต่างๆ ร่วมกันได้ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการสื่อสารต่างๆ เน้นความหลากหลายของผู้เข้าร่วม จำเป็นต้องดำเนินการบนพื้นฐานของความ “สมัครใจ” มิจากการบังคับเพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ความสมัครใจ เกิดจากการที่ผู้เข้าร่วมมีความสนใจ หรือมีความศรัทธาในประเด็น หรือกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วม นอกจากนี้ความสมัครใจเกิดจากการที่ผู้เข้าร่วมมี “แรงกดดัน” ต่างๆ เช่น ความกังวล ความเคียดแค้น หรือความไม่พอใจในผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นต้น

ดังนั้น กลุ่มผู้จัดกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ อาทิ การประชุม การเสวนา หรือการจัดกิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ จำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับความหลากหลายของประชาชนหรือกลุ่มบุคคล ตลอดจนออกแบบกิจกรรมในลักษณะที่เปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลที่หลากหลาย ได้มีโอกาสเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตลอดจนดำเนินการสื่อสารกันบนพื้นฐานของการเคารพสิทธิและความเท่าเทียมกัน การกระทำดังกล่าวคาดว่าจะส่ง “ผล” ให้การพัฒนาต่างๆ เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของบุคคลที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ เช่น ความภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมของตน ตลอดจนอุทิศแรงกาย/ใจ ในการดำเนินการต่างๆ อย่างเต็มความสามารถ

2.1.2 การเข้าถึงสื่อ (Media Accessibility)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับโอกาสของบุคคลในการเข้าถึงสื่อหรือช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยแนวคิดดังกล่าวมีการพัฒนาจากทฤษฎี Democratic Participatory Media ซึ่งย้ำให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกัน ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อประเภทต่างๆ ตลอดจนบ่งชี้ให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิในการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ และมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ

“การเข้าถึงสื่อ” ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้บริการหารสื่อ

1) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค หมายถึง บุคคลมีโอกาสนในการใช้สื่อในฐานะ “ผู้ฟัง” คือ บุคคลสามารถเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลาย และมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิต

2) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสร่วมในเชิงกระบวนการผลิต อาทิ การเข้าร่วมเป็นแขกในรายการ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นนำเสนอ

3) การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบการตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรด้านสื่อ อาทิ การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน/ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงาน

และนโยบายต่างๆ การกำหนดแนวทางในการจัดการและวิธีแสวงหาแหล่งทุน ตลอดจนการกำหนดแผนการสื่อสารต่างๆ ทั้งในระดับชุมชน ภูมิภาค และระดับชาติ

กาญจนา แก้วเทพ(2547) ชี้ให้เห็นว่า การเข้าถึงสื่อยังสามารถพิจารณาได้จากมิติเชิงกายภาพ จิตใจ เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ดังนี้

1) มิติเชิงกายภาพ กล่าวคือ มิติเชิงกายภาพอาจมีส่วนในการอำนวยความสะดวก หรือเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เช่น พื้นที่ห่างไกล โอกาสในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอาจน้อยกว่าพื้นที่อื่น ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดทางเทคโนโลยีการสื่อสาร

2) มิติเชิงจิตใจ กล่าวคือ ความรู้สึกผูกพันกับประเด็นปัญหา อาจมีผลต่อการที่บุคคล/กลุ่มบุคคลจะให้ความสำคัญกับการแสวงหาช่องทางในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในบางประเด็นอย่างจริงจัง

3) มิติเชิงเศรษฐกิจ กิจกรรมสื่อสารบางประการ อาจจะต้องใช้ “เงิน” หรือ “เวลา” ที่จะต้องใช้จ่ายหากต้องการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเต็มที่ เช่น บุคคลบางกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือเวลา

4) มิติเชิงวัฒนธรรม กล่าวคือ วัฒนธรรมองค์กร หรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นอุปสรรคต่อความกล้าของบุคคลในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ อย่างอิสระ

การเข้าถึงสื่อ นับว่าเป็นหลักการที่สำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้เนื่องจากการเข้าถึงสื่อ นำไปสู่การที่ผู้เกี่ยวข้องได้พัฒนาความรู้สึกผูกพันกับประเด็นปัญหา เกิดความตระหนักร่วม ความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ นอกจากนั้นการเข้าถึงสื่อ ยังเป็นการถ่วงดุลอำนาจกับกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ตลอดจนการเพิ่มอำนาจและความเสมอภาคแก่ประชาชน

2.1.3 ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ (Human Potential)

ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

White (1994) กล่าวว่า บุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาหนึ่งๆ จำเป็นต้องมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับศักยภาพของบุคคลกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นว่าทุกคนมีความสามารถเชิงสติปัญญา และความสามารถในการสื่อสารในการจัดการวิถีชีวิตของตนอย่างเป็นอิสระ

Singhal (2001) ได้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะไม่เกิดขึ้น หากบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์

ในทางกลับกัน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะไม่เกิดขึ้น หากบุคคลที่เกี่ยวข้อง คำนึงเสมอว่า “ทุกคนมีสิทธิ และมีหน้าที่ในการกำกับ ดูแล และติดตามกระบวนการตัดสินใจใน ประเด็นสาธารณะต่างๆ อย่างใกล้ชิด ตลอดจนการร่วมรับผลต่างๆ ที่สืบเนื่องจากการตัดสินใจเหล่านั้น” (Singhal, 2001)

2.1.4 ความโดดเด่นของสาร (Salient Messages)

ประเด็นการสื่อสาร มักเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกระตุ้นให้บุคคลต่างๆ เกิดความสนใจและมีความรู้สึกอยากที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

ประเด็นที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ได้แก่ ประเด็นที่มีเนื้อหาใน ลักษณะ liberative content หมายถึง ประเด็นที่มีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับวิถีของชุมชนหรือ ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน หรือการเป็นประเด็นที่ชุมชนสามารถนำเนื้อหาสาระดังกล่าวไป ใช้ประโยชน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

Grey-Felder (2001) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของประเด็นท้องถิ่นว่ายิ่งสมาชิก ในชุมชนมีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ (owners) สาระสำคัญในประเด็นหนึ่งๆ หรือมีความรู้สึก คุ้นเคย มีความผูกพัน หรือมีความเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์หรือผลกระทบที่อาจจะได้รับภายหลัง ตลอดจนเห็นคุณค่าประโยชน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมากเท่าไร สิ่งมักเกิดตามมาก็คือ บุคคลเข้ามามีส่วนร่วม จะมีความจริงจังมากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น บุคคลที่รับผิดชอบจากการจัดเตรียมข้อมูลต่างๆ จำเป็นต้อง ให้ความสำคัญกับข้อมูลในด้านกว้างขวางและข้อมูลด้านลึก ตลอดจนการเปิดโอกาสให้บุคคลที่ เกี่ยวข้องได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆ และแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ร่วมกัน การกระทำดังกล่าวเป็นสิ่งที่สำคัญที่ช่วยให้บุคคลที่เกี่ยวข้องสามารถเห็นความเชื่อมโยงระหว่าง ประเด็นต่างๆ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาที่ไปของประเด็นและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตน คนอื่นๆ และพื้นที่แวดล้อม นอกจากนั้นยังช่วยให้บุคคลกล้านำเสนอมุมมองของตนอย่างเต็มที่

ดังนั้น ในการออกแบบกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม บุคคลที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพิจารณาประเด็นซึ่งมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสาธารณชนกลุ่ม ต่างๆ อย่างรอบคอบ

2.1.5 การปรึกษาหารือ (Dialogue)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมิใช่การ โน้มน้าวใจบุคคลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ไปในทิศทางที่พึงประสงค์ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ ผู้เกี่ยวข้องหันหน้าเข้าหากัน และดำเนินการปรึกษาหารือร่วมกัน (dialogue) เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ในที่นี้การปรึกษาหารือ (dialogue) ไม่ใช่การให้คำปรึกษา (consultation) ทั้งนี้เนื่องจากการให้คำปรึกษา

มุ่งเน้นการถ่ายทอดข้อมูล มุมมอง และข้อเสนอแนะ จากบุคคลหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีสถานภาพสูงกว่า หรือมีประสบการณ์ที่สูงกว่า ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามข้อเสนอแนะต่างๆ ข้างต้น ในทางกลับกันการปรึกษาหารือเป็นกระบวนการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันโดยกระบวนการดังกล่าวให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ในทิศทางกระบวนการแบบแนวระนาบ (horizontal communication) ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลที่เกี่ยวข้องได้แลกเปลี่ยนข้อมูล มุมมอง และทัศนะต่างๆ อย่างสมดุลง (symmetry) (Rahi, 1999) และที่สำคัญคือ การดำเนินการดังกล่าวดำเนินการบนพื้นฐานของการเคารพความคิดของทุกฝ่าย และความเชื่อที่ว่าทุกฝ่ายต่างมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่ลึกซึ้งต่อประเด็นปัญหาด้วยกันทั้งสิ้น

สิ่งที่สำคัญก็คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปรึกษาหารือ มิได้มีความหมายครอบคลุมเฉพาะ “ผู้กำหนดนโยบายต่างๆ” เท่านั้น แต่บุคคลที่เกี่ยวข้องยังหมายถึงบุคคลที่อาจได้รับผลกระทบจาก นโยบายต่างๆ หรือสมาชิกในชุมชนระดับท้องถิ่นด้วย ซึ่ง Gumucio Dagron (2001) เรียกบุคคล เหล่านี้ว่า กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์จากนโยบายต่าง ๆ (beneficiaries)

แนวคิดสำคัญที่มีการสนับสนุนให้เห็นบทบาทของการปรึกษาหารือในการพัฒนา ได้แก่ แนวคิดของ Paulo Freire นักวิชาการชาวบราซิลที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะ (public conscientization) ของบุคคล ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมักเกิดขึ้นในระหว่างที่บุคคลกลุ่มต่างๆ ได้ดำเนินการสื่อสารแบบปรึกษาหารือในลักษณะเผชิญหน้ากัน (face-to-face communication) อย่างไรก็ตาม Freire ย้ำว่ากระบวนการพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะจะเกิดขึ้นได้ในกระบวนการปรึกษาหารือหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับผู้ที่ “ผู้สื่อสาร” (communicators) หรือ “ผู้มีส่วนร่วม” (participants) ในกระบวนการสื่อสารได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร่วมกัน Freire ยังเชื่อว่าการปรึกษาหารือเกี่ยวข้องกับการสลับบทบาท (role shift) ระหว่างผู้มีส่วนร่วม (participants) โดยบุคคลทุกฝ่าย จะผลัดกันเล่นบทบาทเป็น “ผู้ถาม” และ “ผู้ตอบ” ในประเด็น ที่พวกเขาต่างมีประสบการณ์และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงและบนพื้นฐานที่พวกเขาเชื่อว่าทุกคนมีสิทธิและมีความเท่าเทียมกันในการสื่อสาร ตลอดจนมีประสบการณ์ต่อประเด็นปัญหาในมุมมองที่มีคุณค่าด้วยกันทั้งสิ้น

การสลับบทบาทกันถามและตอบในประเด็นต่างๆ มักนำไปสู่การฟังอย่างตั้งใจและการได้ยินข้อมูลที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจอันส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ร่วมกันอย่างลึกซึ้งหรือการวิพากษ์กันอย่างมีเหตุผลและการช่วยให้บุคคลเกิดความตระหนักเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างปัญหาแวดล้อมต่างๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นและที่สำคัญกระบวนการดังกล่าวยังนำไปสู่การฟังความรอบด้านและการร่วมกันตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ อย่างรอบคอบบนพื้นฐานของข้อมูลที่ครบถ้วน

แนวคิดเรื่องการปรึกษาหารือยังเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างสูงในหมู่นักวิชาการด้าน การบริหารธุรกิจ (Issacs, 1993, 1994, Senge, 1994) โดยนักวิชาการกลุ่มนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากนักปรัชญาอย่าง Martin Burber (1998) นักจิตวิทยาอย่าง Patrick DeMare (1991) และนักฟิสิกส์อย่าง David Bohm (1989) ซึ่งได้อุทิศตนในการศึกษาเกี่ยวกับการปรึกษาหารือร่วมกัน

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับกระบวนการปรึกษาหารือแบบ dialogue อย่างจริงจัง นำไปสู่การที่ Issacs (1993) ยืนยันว่า การปรึกษาหารือร่วมกันไม่ใช่การโต้ตอบหรือโต้ว่าทีกัน (debate) แต่เป็นกระบวนการที่บุคคลผู้เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับหลักการสำคัญ 6 ประการในการดำเนินการปรึกษาหารือกัน นั่นก็คือ

- ก. การรู้จักแขวนข้อสันนิษฐานที่ได้เคยคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า
- ข. การสังเกตผู้สังเกตการณ์หรือการติดตามคูปฏิกริยาของบุคคลที่เข้าร่วมกระบวนการปรึกษาหารือ
- ค. การรับฟังมุมมองจากบุคคลต่าง ๆ ที่เล่นบทบาทเป็นผู้ฟัง
- ง. การชะลอความเร่งด่วนในการหาข้อสรุปต่างๆ
- จ. การตระหนักถึงการนำแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาพิจารณาร่วมอย่างรอบคอบ

ฉ. การติดตามแนวคิดเชิงสรุปอย่างใกล้ชิด

โดยการกระทำดังกล่าว คาดว่าจะทำให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงมุมมองของบุคคลที่หลากหลายและการตัดสินใจต่างๆ อย่างรอบคอบบนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น ที่สำคัญ Issac เชื่อว่าการดำเนินการดังกล่าวทำให้บุคคลที่เข้าร่วมการปรึกษาหารือได้มีโอกาสพัฒนากระบวนการคิดร่วมกัน (collective thinking) และร่วมกันดำเนินการต่างๆ (collective action) อย่างมีประสิทธิภาพ

Thomas (1994) เป็นอีกบุคคลหนึ่งซึ่งให้ความสนใจกับการปรึกษาหารือ เขาได้ประยุกต์มุมมองเรื่อง I-Thou ของ Buber ในการอธิบายให้เห็นว่า หัวใจสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในเชิงการปรึกษาหารือกัน (dialogue) ได้แก่ การเคารพความคิดเห็นของกันและกัน (mutual respect) การเปิดเผยตนเอง (openness) ตลอดจนการให้ (give) และรับ (take) ทั้งในเชิงข้อมูลข่าวสาร และความรู้สึกต่างๆ ร่วมกันนั่นเอง

หลักคิดต่างๆ ที่ได้นำเสนอข้างต้นชี้ให้เห็นว่า การปรึกษาหารือมิใช่เป็นเพียงแค่กระบวนการที่เน้นเฉพาะการหันหน้าเข้ามาจับเข้าพูดคุยกันหรือปรึกษาหารือกันเท่านั้น

แต่เป็นกระบวนการที่สนับสนุนให้บุคคลที่เกี่ยวข้องดำเนินการปรึกษาหารือกันอย่างต่อเนื่อง และตัดสินใจลงมือกระทำกรต่างๆ ร่วมกัน (collective action) อย่างรอบคอบ

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมต่างๆ ที่กระทำร่วมกันจะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ บุคคลต้องดำเนินการหารือร่วมกันได้ตลอดทุกขั้นตอน อาทิ การรับรู้ข้อมูลร่วมกัน การพัฒนาความเข้าใจต่อ ประเด็นปัญหาาร่วมกัน การร่วมกันค้นหาจุดยืน การวางแผนงาน การตัดสินใจการดำเนินการ และการประเมินผลโครงการ เป็นต้น

ดังนั้น การปรึกษาหารือ นับเป็นแก่นหลักของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมักนำไปสู่ความรู้สึกผูกพัน (concerns) กับประเด็น ความรู้สึกเป็นเจ้าของประเด็น (Ownership) และการมีพันธสัญญา (Commitment) ในกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเหมาะสมต่อไป

2.1.6 การสนับสนุน (Facilitation)

สืบเนื่องจากกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนให้บุคคลที่หลากหลายได้มีโอกาสสื่อสารในลักษณะของการ “ปรึกษาหารือ” ร่วมกันในประเด็นปัญหาที่ซับซ้อนและส่งผลกระทบ ดังนั้นการดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องเกิดขึ้นภายใต้การออกแบบระบบสนับสนุนต่างๆ และการกำหนดบทบาทให้บุคคลกลุ่มหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนกระบวนการมีส่วนร่วมให้ไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะแบ่งบทบาทของกลุ่มผู้สนับสนุนออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงเวทีประชุมแบบเห็นหน้าตากัน กลุ่มผู้สนับสนุนผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และกลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ก. กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงเวทีประชุมแบบเห็นหน้าตากัน

การออกแบบเวทีการประชุมอาจเน้นดำเนินการในรูปแบบของการจัดการประชุมอย่างทางการ และไม่ใช่วางการ โดยมีบุคคลกลุ่มหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการประชุม ซึ่งเรามักนิยมเรียก บุคคลกลุ่มดังกล่าวว่า “วิทยากรกระบวนการ” (ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ และปรีชาตสถาปิตานนท์, 2547) หน้าที่ของวิทยากรกระบวนการมักได้แก่ การออกแบบกระบวนการประชุม การสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมประชุมปรึกษาหารือกันบนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน การจุดประกายให้ผู้เข้าร่วมประชุมร่วมมือกันต่อไปหลังการประชุมสิ้นสุด การสนับสนุนให้บุคคลที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการประเมินและการอธิบายแนวปฏิบัติการต่างๆ ตลอดจนการสนับสนุนให้เกิดการสะท้อนผลการปฏิบัติการหรือการถอดบทเรียนร่วมกัน เป็นต้น

White (1999) มองว่า วิทยากรกระบวนการทำหน้าที่เป็นกุญแจสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจกันและยกย่องความเป็นจริงของผู้อื่น เขาอธิบายว่า การดำเนินการต้อง

อาศัยศิลปะในการกระตุ้นพลังสร้างสรรค์ภายในบุคคลที่จะนำไปสู่การจุดพลังแห่งความคิดและการกระทำตลอดจนการสนับสนุนให้บุคคลทุกฝ่ายได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและเรียนรู้ข้อมูลระหว่างกันและกัน อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นง่ายๆ หากวิทยากรกระบวนการไม่สามารถทำให้ผู้เข้าร่วมการประชุมอยู่ในสภาพซึ่ง White (1999) เรียกว่า “teaming selves” หรือสภาพของการก้าวออกจากจุดยืนของตนไปสู่ความเป็นทีมร่วมกันและพร้อมที่จะร่วมมือกันในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ White (1999) ยังเน้นย้ำว่า กระบวนการดังกล่าว จำเป็นต้องดำเนินการบนพื้นฐานของความใส่ใจกับความหลากหลายของคนและการมีพันธสัญญาที่จะให้การสนับสนุนให้คนที่อ่อนแอหรืออยู่ในสภาพกดดันต่างๆ ให้สามารถมีพลังในการร่วมมือได้อย่างเต็มที่บนพื้นฐานของศักดิ์ศรีและความเท่าเทียมกัน

ในทางปฏิบัติวิทยากรกระบวนการจำเป็นต้องมีคุณสมบัติเป็น “นักการสื่อสารเชิงกระตุ้นเร้า” (catalyst communicator หรือ CC) ที่จะให้ทุกฝ่ายหันหน้าเข้าหากัน และร่วมมือกันมากที่สุด ซึ่งนั่น หมายความว่า บุคคลดังกล่าวจะต้องสามารถพุดจาเชิญชวนให้สมาชิกในชุมชนตื่นตัวในการค้นหาหาข้อมูลต่างๆ สามารถกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนเกิดการตั้งคำถามเชิงสร้างสรรค์และการพุดคุยกันเพื่อค้นหาคำตอบหรือทางออกที่เหมาะสมตลอดกระบวนการเรียนรู้และการปฏิบัติการในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้กระบวนการสนับสนุนการประชุมผ่านวิทยากรกระบวนการเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเป็นอย่างยิ่งและที่สำคัญกระบวนการดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับการกระตุ้นในมิติเชิงอารมณ์ ความรู้สึก และความเข้าใจประเด็นปัญหาของทุกฝ่าย

ดังนั้น หากสามารถสนับสนุนได้อย่างเหมาะสมจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกเป็น ชุมชนเดียวกัน (sense of Community) เกิดความไว้วางใจกัน (trust) และการตื่นภายในตน (awaken of self) และการเปิดใจกว้างกับความเข้าใจในสิ่งใหม่ๆ (open to new understanding) ได้เป็นอย่างดี ซึ่งนั่นหมายความว่า ระดับการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการสื่อสารและการพัฒนาที่ย่อมจะสูงขึ้นด้วย

ข. กลุ่มผู้สนับสนุนผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

อีกแนวทางหนึ่งของกลุ่มผู้สนับสนุนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ การนำกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) หรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เข้าไปเพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินการต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเกิดกระบวนการการเรียนรู้ร่วมกันในด้านต่างๆ อาทิ การสนับสนุนให้พัฒนาทักษะการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ร่วมกัน และการฝึกปฏิบัติการคิดวิเคราะห์ในเชิงที่สามารถเชื่อมโยงปัญหา ระดับบุคคลกับ

ปัญหาเชิงโครงสร้างในระบบตลอดจนการพิจารณาร่วมกันเกี่ยวกับทางเลือกที่หลากหลายที่ใช้ประกอบการตัดสินใจแก้ไขปัญหาและการประเมินผลการปฏิบัติการในพื้นที่ นอกจากนั้น การวิจัยเชิงปฏิบัติการยังส่งผลต่อบุคคลในด้านการสนับสนุนให้บุคคลพบความเป็นจริงแห่งชีวิต อาทิ การได้รับประสบการณ์ในการเข้าถึงข้อมูลในระดับกว้างและระดับลึก ตลอดจนได้มีโอกาสเรียนรู้ประสบการณ์ของผู้อื่นและพัฒนาประสบการณ์ร่วม ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนที่สุดในกรณีนี้บุคคลที่ทำหน้าที่หลักในการสนับสนุนการสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม คือ นักวิจัย จะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในด้านต่างๆ เพื่อการดำเนินการแสวงหาแนวทางในการเข้าถึงกลุ่มบุคคลในพื้นที่ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาของกลุ่มบุคคลในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมกับการบวนการวิจัย และการแก้ไขปัญหาในพื้นที่

นอกจากนี้นักวิจัยยังดำเนินการดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ และร่วมกับสมาชิกในชุมชนลงมือปฏิบัติการในพื้นที่ ตลอดจนการติดตามการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ภายหลังจากเริ่มต้นลงมือปฏิบัติการ

การสนับสนุนในลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ทุกฝ่ายได้มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลด้วยความเท่าเทียมกัน ได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ร่วมกัน ได้ร่วมมือกันตัดสินใจดำเนินการต่างๆ บนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่และเปิดกว้าง ตลอดจนได้ร่วมมือกันติดตามความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในพื้นที่และการนำข้อมูลเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องระวังในเรื่องการเลือกบุคคล (ผู้นำชุมชน/ ผู้รับผิดชอบ) การกำหนดบทบาทที่ชัดเจนของนักวิจัย ในฐานะคนสนับสนุนกระบวนการและสมาชิก ในชุมชนในฐานะคนตัดสินใจ และลงมือกระทำ ตลอดจนการตั้งคำถามใหญ่ๆ ที่ท้าทายในการแสวงหาคำตอบ และสามารถแก้ไขปัญหาในสังคมให้สำเร็จลุล่วง

ค. กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงโครงสร้างของระบบสังคม

กลุ่มผู้สนับสนุนในเชิงโครงสร้างนั้นคือหน่วยงานภายนอก ซึ่งได้แก่หน่วยงานภาครัฐจะมีบทบาทเป็นผู้สนับสนุน ในขณะที่ประชาชนมีบทบาทเป็นผู้ริเริ่มโครงการต่างๆ โดยการสนับสนุนของหน่วยงานภายนอกมักปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ

- การสนับสนุนด้านแหล่งทุนในการดำเนินการ
- การสนับสนุนเชิงนโยบาย และกฎระเบียบต่างๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินงาน
- การสนับสนุนในเชิงพื้นที่ทางกายภาพ หรือพื้นที่ในอากาศ (เช่น

รายการต่างๆ ที่ออกอากาศในสื่อมวลชน) และพื้นที่ในโลกไซเบอร์สเปส เพื่อให้บุคคลกลุ่มต่างๆ ได้มีโอกาสเข้าร่วมกับกิจกรรมการสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่

ดังนั้น หากพิจารณาในเชิงภาพรวมการสนับสนุนขององค์กรภายนอก นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในเชิงการกระตุ้นให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถก่อให้เกิดการเคลื่อนความคิดร่วมกัน (collective thinking) ไปสู่การลงมือกระทำต่าง ๆ ร่วมกัน (collective action) อย่างเต็มที่นั่นเอง

2.1.7 กระบวนการเชิงประชาธิปไตย (Democratic Process)

Deetz (1999) ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการเชิงประชาธิปไตย ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการประชาธิปไตย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนอุดมการณ์ การปรึกษาหารือร่วมกัน การพัฒนาความเข้าใจซึ่งกันและกัน การใช้วาทกรรม และการแสวงหาทางออกต่างๆ ร่วมกัน

ในเชิงหลักแนวคิดพื้นฐานที่สนับสนุนบทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในฐานะ กระบวนการเชิงประชาธิปไตย แนวคิดของ Habermas นักวิชาการชาวเยอรมัน มองว่าการปรึกษาหารือกัน (dialogue process) มีบทบาทต่อการสร้างสรรค์สังคมประชาธิปไตย ทั้งนี้เนื่องจากเขาเชื่อว่า การปรึกษาหารือกันมักทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ต่างๆ ในเชิงการกระจายอำนาจ (decentralized identities) นั้นหมายความว่า บุคคลกลุ่มต่างๆ จะได้ฝึกฝนการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของตนในการเข้าร่วมปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (Communicative action) บนพื้นฐานของจริยธรรมด้วยหลักการประชาธิปไตย (democratic ethics) ยิ่งไปกว่านั้น Habermas ยังมองว่าปฏิบัติการสื่อสารดังกล่าวยังเกี่ยวข้องกับการประสานความร่วมมือแบบต่างๆ ที่มิได้ประเมินความสำเร็จแบบอิงอัตตา (egocentric) ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นการที่บุคคลกลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญกับการกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทิศทางที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding)

ถึงแม้ว่า Habermas จะไม่ได้กล่าวถึงแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แต่นักวิชาการชาวอเมริกันอย่าง Storey และ Jacobson (2004) มองว่า แนวคิดเรื่องปฏิบัติการสื่อสาร (Communicative action) ของ Habermas คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั่นเอง Storey และ Jacobson กล่าวว่า แนวคิดของ Habermas ได้ชี้ให้เห็นถึงการกระทำกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งบุคคลสามารถดำเนินการผ่านการพบปะหารือบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันได้อย่างเป็นอิสระในช่องทางต่างๆ อาทิ เวทีสาธารณะหรือการพูดคุยกันอย่างเป็นกันเองเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่สำคัญและมีผลกระทบต่อสาธารณชน บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน

ดังนั้น กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มิได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อแนวคิดเรื่องอำนาจ (power) ในชุมชน กล่าวคือ กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการกระจายอำนาจจากบุคคลที่เคยมีอำนาจลงไปสู่ประชาชนในระดับชุมชน ซึ่งนั่น หมายถึง การเพิ่มพลังอำนาจให้กับชุมชน (Community empowerment) และการฝึกฝนให้

สมาชิกในชุมชนเรียนรู้การพึ่งกันเองในระดับกลุ่ม (collective self-reliance) และการจัดการกันเอง (self-management) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (equality) ทั้งในด้านการแสดงความคิดเห็น การพิจารณาปัญหาและทางเลือกต่างๆ การตัดสินใจเกี่ยวกับทางออกที่เหมาะสม และการรับผิดชอบ ต่อผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกันในภายหลัง

2.2 แบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

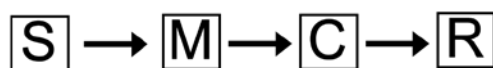
แบบจำลอง (models) เป็นเสมือนแนวทางพื้นฐานสำหรับการทำความเข้าใจเกี่ยวกับ แนวคิด/ ทฤษฎีต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แบบจำลองมักนำเสนอองค์ประกอบหลัก (main elements) ของ โครงสร้าง (structure) และกระบวนการ (process) ตลอดจนการชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ (relationship) ขององค์ประกอบต่างๆ ในลักษณะที่ชัดเจน และสามารถรับรู้ภาพรวมต่างๆ ได้ร่วมกันนักวิชาการหลายท่าน ได้พัฒนาและนำเสนอแบบจำลองต่างๆ เพื่ออธิบายองค์ประกอบการ สื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.2.1 Transmission vs Ritualistic Models

ในปี ค.ศ. 1975 James Carey นักวิชาการด้านการสื่อสารและวัฒนธรรมได้นำเสนอแนวทางในการทำความเข้าใจกับกระบวนการสื่อสารในสังคม เขาพยายามชี้ให้เห็นว่า กระบวนการ สื่อสารในสังคมดำเนินไปใน 2 ลักษณะ คือ **Transmission approach** เชื่อว่า การสื่อสาร คือ การถ่ายทอดสัญญาณ (Signal) และสาร (message) จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งซึ่งอยู่ห่างไกลกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการควบคุม (Control) และ **Ritual approach** เชื่อว่า การสื่อสารไม่ได้มีวัตถุประสงค์ เพียงแค่การขยายขอบเขตของสารให้ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ อย่างกว้างขวาง หรือเป็นแค่ความพยายาม ในการ ส่งข้อมูลข่าวสารให้แพร่กระจายออกไปในวงกว้าง แต่การสื่อสารมีความสำคัญในสังคม ในฐานะที่เกี่ยวข้องกับการดำรงรักษาสังคมให้คงอยู่ (maintenance) ภายใต้วงระยะเวลา เวลาหนึ่งๆ ทั้งนี้ เนื่องจากการสื่อสารเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมมีส่วนร่วม (share beliefs)

กาญจนา แก้วเทพ (2547) ได้ได้อธิบายแนวคิดดังกล่าวข้างต้นผ่านแบบจำลอง การสื่อสาร เชิงการถ่ายทอด หรือที่เรียกว่า transmission model และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม หรือ ritualistic model ดังนี้

1) แบบจำลองเชิงถ่ายทอด (transmission model)

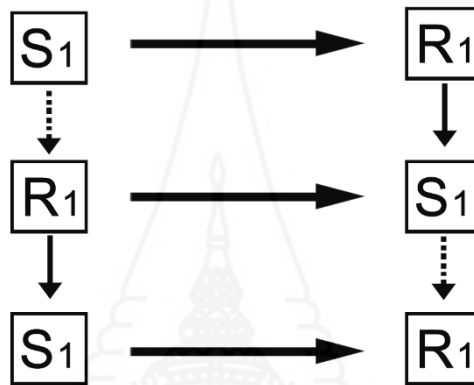


ภาพที่ 2.8 แบบจำลองเชิงถ่ายทอด

ที่มา: ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) อ้างอิงจาก กาญจนา แก้วเทพ (2547)

แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดเน้นการสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยบทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความ “ตายตัว” กล่าวคือ ภายหลังจากการรับสารแล้ว ผู้รับสารก็จะรับรู้หรือคิดตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ส่งสารทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ผู้รับสารมีบทบาทและมีส่วนร่วมเป็นเพียงผู้รองรับข่าวสารที่ถูกถ่ายทอดเท่านั้น

2) แบบจำลองเชิงพิธีกรรม (ritualistic model)



ภาพที่ 2.9 แบบจำลองเชิงพิธีกรรม

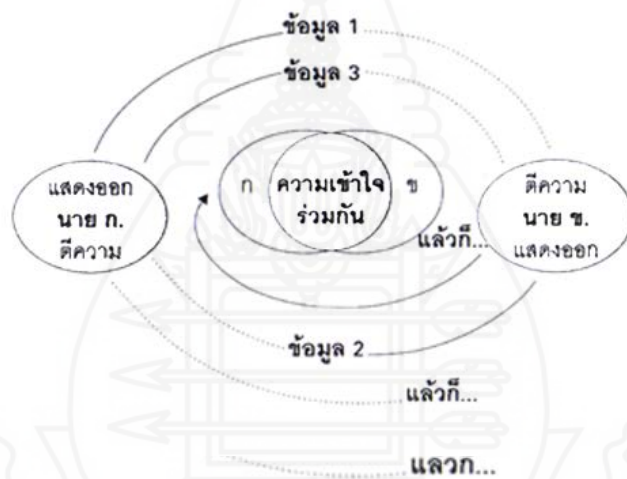
ที่มา : ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ (2549) อ้างอิงจาก กาญจนา แก้วเทพ (2547)

แบบจำลองเชิงพิธีกรรมเน้นการสื่อสารสองทางโดยผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสลับบทบาทไปมาในการสนทนาและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร่วมกัน ดังนั้นหลังจากที่คู่สื่อสารได้ดำเนินการสื่อสารกันเป็นระยะหนึ่งแล้ว สิ่งทีคาดว่าจะเกิดขึ้นตามมา คือ การที่คู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทาง (shared meaning) ซึ่งหมายความว่า กระบวนการดังกล่าว คือ การเปิดโอกาสให้ทั้ง 2 ฝ่ายได้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากกว่าแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสารนั่นเอง

หากประยุกต์แบบจำลองทั้ง 2 ในแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กาญจนา (2547) กล่าวคือ “หากเป็นการสื่อสารที่จะใช้ในกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมต้องเป็นการสื่อสารแบบจำลองเชิงพิธีกรรมเท่านั้น จึงจะเรียกว่าเป็น “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication)”

2.2.2 Transmission vs Convergence Models

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ นำมาสู่การปรับเปลี่ยนความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับแบบจำลองด้านการสื่อสาร เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้ปรับเปลี่ยนสภาพจากการสื่อสารแบบทางเดียว ที่มีผู้ส่งสาร-ผู้รับสารชัดเจนไปสู่สภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (interactive communication technology) ระหว่างบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ระบบการสื่อสารผ่านโทรศัพท์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือการเชื่อมต่อระหว่างระบบโทรศัพท์กับโทรทัศน์ วิทยุ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ความยากลำบากในการวิเคราะห์ข้อมูล และการบ่งชี้ให้เห็นว่าใครคือ “แหล่งสาร” (Source) และใครคือ “ผู้รับสาร” (receiver) ทั้งนี้เนื่องจากบุคคล ฝายต่างๆ ได้มีบทบาทเป็น “ผู้มีส่วนร่วม” (participants) ในกระบวนการสื่อสารร่วมกัน (Rogers, Kincaid, 1981 ; Rogers, 1986) ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.10 แบบจำลองการสื่อสารและความเข้าใจร่วมกัน

ที่มา: ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2549) ปรับปรุงจาก Rogers & Kincaid 1981

แผนภาพดังกล่าว เป็นแบบจำลองที่ Rogers และ Kincaid (1981) ได้สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารมิใช่เกี่ยวข้องกับ “การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร” หรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ แหล่งสาร (Source) - สาร (Message) - ช่องทางการสื่อสาร (Channel) - ผู้รับสาร (Receiver) เท่านั้น แต่ในโลกแห่งเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ Rogers และ Kincaid มองว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออก (expression) และการตีความระหว่าง (participants) ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding)

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเชิงองค์รวมแล้ว ความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) เป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง (participants) ทั้งนี้ เนื่องจาก Rogers & Kincaid (1981) มองว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง “ความจริงทางสังคม” (social reality) ซึ่งเชื่อมโยงกับบทบาทของข้อมูลข่าวสาร (information) การเห็นพ้องต้องกัน (mutual understanding) และการกระทำร่วมกัน (collective action)

Rogers & Kincaid (1981) ได้อธิบายแนวคิดดังกล่าวในรูปแบบของแบบจำลอง (model) ว่าด้วย “การชนกันพลัง” (Convergence model) ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 2.11 แบบจำลองการชนกันพลัง (Convergence model)

ที่มา: ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) ปรับปรุงจาก Rogers & Kincaid 1981

แผนภาพดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการสื่อสารของ “คู่สื่อสาร” โดยสมมุติว่า นาย ก. และ นาย ข. เป็นคู่สื่อสาร กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อ นาย ก. และ นาย ข. ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (information) ในสถานการณ์การสื่อสารหนึ่งๆ (a communication situation) ในกระบวนการสื่อสาร ทั้ง นาย ก. และ นาย ข. ซึ่งเป็นคู่สื่อสารกัน ต่างรับรู้ (perceive) ตีความ (interpret) และทำความเข้าใจ (understand) กับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

Rogers และ Kincaid (1981) เชื่อว่า กระบวนการดังกล่าวจะส่งผลต่อความเชื่อ (belief) และการกระทำ (action) โดย Rogers & Kincaid (1981) ได้เชื่อมโยงให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารยังเกี่ยวข้องกับการพิจารณา ความจริงทางกายภาพ (physical reality) จากการใช้มุมมองในเชิง

จิตวิทยา อาทิ บุคลิกภาพ (personality) และภูมิหลัง (background) ของคู่สื่อสาร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ บุคคลมักมีการรับรู้ความจริงในเชิงจิตวิทยา (psychological reality) มากกว่าความจริงในเชิงกายภาพที่ปรากฏจริงๆ ซึ่งบริบทดังกล่าวส่งผลต่อระดับความแม่นยำในการรับรู้ (perception) การตีความ (interpretation) ความเข้าใจ (understanding) หรือความเชื่อ (belief) เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ไปในทิศทางที่ถูกต้องหรือบิดเบือนไปได้

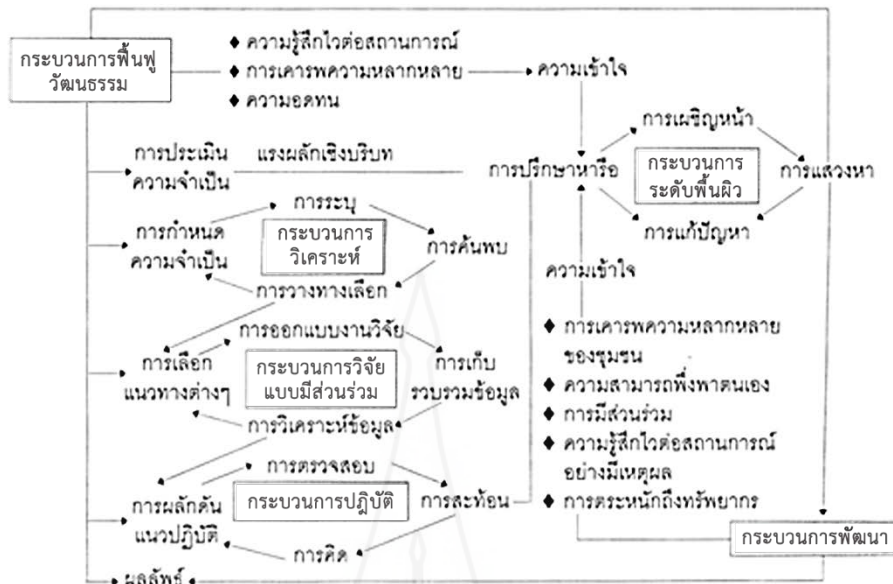
นอกจากนั้น กระบวนการดังกล่าวยังนำไปสู่การที่คู่สื่อสารอาจเกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) และความเห็นพ้องต้องกัน (mutual agreement) ตลอดจนการตัดสินใจ กระทำร่วมกัน (collective action) ได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม กระบวนการดังกล่าวไม่ได้รับประกันว่า การสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกัน การเห็นพ้องต้องกัน หรือการตัดสินใจกระทำสิ่งต่างๆ ร่วมกันเสมอไป เนื่องจากกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (information exchange) และการให้ความหมาย (meaning) กับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ดังนั้น คู่สื่อสารอาจยุติกระบวนการดังกล่าวได้ทุกจังหวะเวลา หากมีการรับรู้หรือตีความหมายต่างๆ คลาดเคลื่อนไปจากเจตจำนงของอีกฝ่าย หรือเกิดความไม่ไว้วางใจคู่สื่อสารขึ้นในระหว่าง ที่สื่อสารกัน ถึงแม้ว่าแบบจำลองเชิงผนึกพลัง (convergence model) ไม่ได้ย้ำให้เห็นถึงแนวคิดของ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” โดยตรง แต่แบบจำลองดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นบทบาทของการสื่อสารที่เชื่อมโยงกับกระบวนการมีส่วนร่วมของบุคคลในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมร่วมกัน (collective action) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แบบจำลองดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของตัวแปรต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมหรือยุติการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสังคม ได้แก่ การรับรู้ การตีความ การทำความเข้าใจ และความเชื่อที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และบริบทแวดล้อมต่างๆ

2.2.3 Cultural Renewal Model

แบบจำลอง Cultural Renewal Model หรือ “การฟื้นฟูเชิงวัฒนธรรม” ได้รับการพัฒนาขึ้นโดย Nair & White (1994)



ภาพที่ 2.12 แบบจำลองการฟื้นฟูเชิงวัฒนธรรม (Cultural Renewal Model)

ที่มา: ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ (2549)

- สัมพันธภาพซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ สนับสนุน และสมดุลย์
- การสร้างสรรค์และการสงวนรักษาวัฒนธรรม
- การปฏิบัติสื่อสารในเชิงทางเลือกกับบุคคลต่างๆ
- การกำหนดเป้าหมายในการพัฒนา (สังคม/เศรษฐกิจ การเมือง) ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมร่วมกัน

• การวางรากฐานชุมชนที่เข้มแข็งสำหรับการลงมือปฏิบัติการให้บรรลุเป้าหมายการปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องในโครงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

Nair & White ได้ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการพัฒนามิได้ดำเนินการเฉพาะในเชิงประเด็นปัญหา แต่เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างและเชิงวัฒนธรรมของบุคคลแวดล้อม สภาพการณ์ดังกล่าวไม่ได้หมายความว่า กระบวนการพัฒนานำไปสู่การเผยแพร่วัฒนธรรมใหม่ในชุมชนหรือการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งหมด แต่ในทางกลับกันการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ “การนำเงื่อนไขเดิมๆ ในเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและแข็งแรงกลับคืนมาพร้อมๆ กับการผนวกคุณค่าต่างๆ ที่เป็นสากลเข้าไปในกระบวนการพัฒนา”

Nair & White ระบุว่า การสื่อสารในลักษณะของ “การปรึกษาหารือกัน” (dialogical process) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาที่เน้นการฟื้นฟูวัฒนธรรมเดิม เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมมือกันกำหนด “ความจำเป็น” ในการ

เปลี่ยนแปลงในขณะเดียวกันก็ “เรียนรู้” เกี่ยวกับการเผชิญหน้ากับแรงกดดันต่างๆ ซึ่งมักเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงยิ่งไปกว่านั้นกระบวนการดังกล่าวยังนำไปสู่การร่วมมือกัน “สร้างทางเลือกใหม่ๆ” กับการปฏิบัติการในพื้นที่และ “การสร้างแนวทางปฏิบัติต่างๆ” เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุเป้าหมาย

หากพิจารณาจากแบบจำลองการฟื้นฟูเชิงวัฒนธรรม (Cultural Renewal Model) จะเห็นได้ว่า กระบวนการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูวัฒนธรรม (cultural renewal) และการแสวงหา (search) ทางออกต่างๆ ที่จะนำไปสู่การลงมือพัฒนา (development process) และการเกิดผลลัพธ์ (Outcome) ขึ้น

Nair & White พยายามชี้ให้เห็นว่า ในกระบวนการระดับพื้นผิว (interface process) บุคคล ต่างๆ ต้องมีการปรึกษาหารือกัน (dialogue) ควบคู่ไปกับการแสวงหา และการลงมือพัฒนา

ในช่วงจังหวะดังกล่าว บุคคลมักหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญหน้า (confront) กับบุคคลที่หลากหลายและความคิดหลากหลาย ในขณะเดียวกันบุคคลก็ต้องพยายามแสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา (cope) ไปพร้อมๆ กัน

Nair & White มองว่า หน้าที่ของนักสื่อสารพัฒนา คือ การสนับสนุนให้เกิดการปรึกษาหารือกัน (dialogue) บนพื้นฐานของความรู้สึกไวต่อสถานการณ์ (sensitivity) การเคารพความหลากหลาย (respects diversity) และความอดทน (tolerant) การดำเนินการดังกล่าวจะทำให้บุคคลที่เข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาเกิดความเข้าใจ (understanding) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากความเคารพความหลากหลายของชุมชน (respects Community diversity) ความสามารถพึ่งพิงตนเอง (enables self-reliance) การมีส่วนร่วม (participative) การรู้สึกไวต่อสถานะแวดล้อมอย่างมีเหตุมีผล (ecologically sensitive) ตลอดจนการตระหนักถึง ทรัพยากรต่างๆ (resource aware)

อย่างไรก็ตาม Nair & White อธิบายว่า ภายใต้อิทธิพลแรงผลักดันเชิงบริบท (Contextual force) กระบวนการปรึกษาหารือเป็นการดำเนินการบนพื้นฐานของการประเมินความจำเป็นต่างๆ (assess needs) ซึ่งเชื่อมโยงกับกระบวนการวิเคราะห์ (diagnostic process) กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research process) และกระบวนการปฏิบัติการ (action process) ที่มักมีการดำเนินการควบคู่กันไปกับการปรึกษาหารือกันอย่างต่อเนื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) กระบวนการวิเคราะห์ (diagnostic process)

เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดความจำเป็นต่างๆ (articulate needs) การระบุ (Identify) ตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องและการระบุประเด็นปัญหาการค้นพบ (discovery) ข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นและการทำแผนที่ทางเลือกต่างๆ ที่สำคัญ

2) กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research process)

เป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องจากกระบวนการวิเคราะห์ โดยเริ่มต้นจากการคัดเลือกแนวทางต่างๆ ที่สำคัญ (select alternatives) การออกแบบการวิจัย (design research) การเก็บรวบรวมข้อมูล (gather data) และการวิเคราะห์ข้อมูล (analyze data)

3) กระบวนการปฏิบัติการ (action process)

เป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อหลังจากที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยกระบวนการปฏิบัติการเกี่ยวข้องกับการผลักดันแนวปฏิบัติ (pursue action) การตรวจสอบ (account) การสะท้อน (reflect) และการคิด (think) ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการกลั่นกรองจากกระบวนการปฏิบัติการมักจะถูกสะท้อนเข้าไปสู่การปรึกษาหารือกันและการผลักดันสู่กระบวนการพัฒนาต่อไป

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) ได้อธิบายถึงแนวคิดทั้งหมดที่ได้เสนอข้างต้น ช่วยสะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ครอบคลุมขอบเขตที่กว้างขวางและลึกซึ้งกว่าสิ่งที่ปรากฏในระดับสายตา หมายความว่า ในกรณีที่บุคคลกลุ่มต่างๆ ได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง การกระทำดังกล่าวมิได้รับประกันว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นเสมอไป แต่กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้นบุคคลผู้เกี่ยวข้องจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกต่างๆ ประกอบด้วย

- เป้าหมายของการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านั้น เน้นการทำความเข้าใจร่วมกันของทุกฝ่ายหรือไม่

- ข้อมูลข่าวสารมีการไหลแบบสองทิศทางในแนวระนาบหรือไม่

- ทุกฝ่ายมีโอกาสอย่างเท่าเทียมในการเป็นผู้ส่ง-ผู้รับสารหรือไม่ หรือมีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผูกขาดบทบาทการเป็นผู้ส่งสารหรือไม่

- เมื่อกิจกรรมสิ้นสุดทุกฝ่ายได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกัน บนพื้นฐานของการเข้าใจและการตัดสินใจร่วมกันหรือไม่

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นหากกิจกรรมมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนได้และให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้ทำความเข้าใจร่วมกันผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ในแนวระนาบอย่างรอบคอบ รอบด้าน และอิสระ โดยปราศจากการผูกขาด

บทบาทของผู้ส่งสารไว้ที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ตลอดจนนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญ นั่นก็คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการร่วมกันบนพื้นฐานของความเข้าใจร่วมกัน

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับรับสื่อ

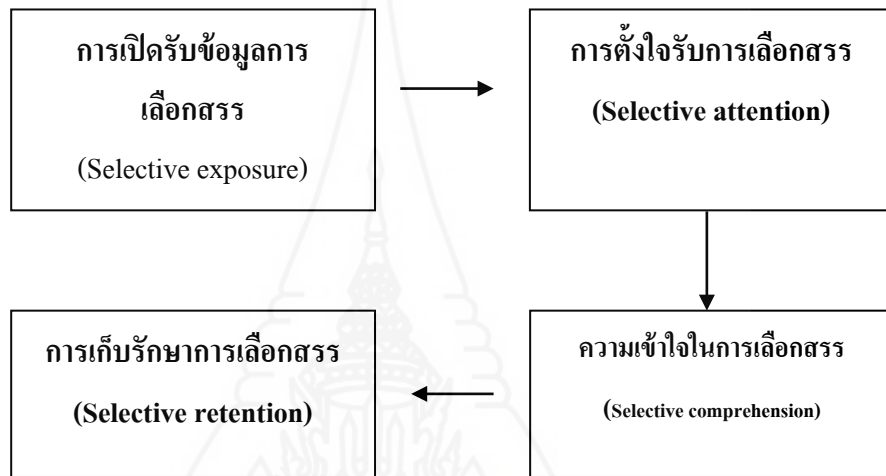
แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, pp. 19-25 อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 9) ได้กล่าวว่าขั้นตอนกระบวนการเลือกสรรข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารของบุคคลจากสื่อต่างๆ เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารด้วยการกลั่นกรองมี 4 ขั้นตอน โดยลำดับ ดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกของกระบวนการกลั่นกรองในการเลือกช่องทางการสื่อสาร (Channel) บุคคลนั้นจะเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่งหลายช่องทางตามความถนัดและความสนใจ รวมไปถึงทักษะและความชำนาญในการรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลนั้น ๆ เช่น บางคนถนัดฟังมากกว่าอ่าน บุคคลนั้นก็เลือกรับสารจากการฟังทางวิทยุมากกว่าการอ่านจากสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ หรือบางคนมีทักษะความชำนาญการใช้อินเทอร์เน็ต บุคคลนั้นก็เลือกใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลเป็นต้น

2) การเลือกข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ (Selective Attention) เป็นขั้นที่สองของขั้นตอนการเลือกสรรในการเปิดรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้เปิดรับข่าวสารมักเลือกข้อมูลข่าวสารตามความคิดเห็นความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และเลือกที่จะหลีกเลี่ยงรับข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีความสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Cognitive Dissonance) เพื่อไม่ให้เกิดความไม่สบายใจหรือขัดแย้งกับความคิดของตน

3) การเลือกรับรู้และตีความหมายของข่าวสาร (Selective Perception and Interpretation) เป็นขั้นที่สามของขั้นตอนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารได้ทำการเปิดรับและให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารนั้นแล้ว ก็เชื่อว่าเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารนั้นจะถูกผู้รับสารตีความหมายตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะผู้รับสารมักจะเลือกรับรู้ข่าวสารและตีความหมายของเนื้อหาของข้อมูลนั้นตามทัศนคติความเชื่อ อารมณ์ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นผู้รับสารแต่ละคนก็จะตีความหมายของสารที่ได้รับแตกต่างกันออกไป ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ข้อมูลข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป และความหมายของข้อมูลข่าวสารยังถูกบิดเบือนไปตามแต่ความพอใจ ทัศนคติของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจากข้อมูลข่าวสารที่ได้เปิดรับ (Selective Retention) เป็นกระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสารขั้นสุดท้าย กล่าวคือ ผู้เปิดรับสารนั้นจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารในส่วนที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น ข่าวสารที่ตนเองนั้นเลือกที่จะจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่ช่วยสนับสนุนความต้องการ ความคิดทัศนคติ ค่านิยมหรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่ก่อนแล้ว เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเดิมนั้นมีความมั่นคง ชัดเจนยิ่งขึ้นซึ่งจะทำให้ยากต่อการเปลี่ยนแปลง สำหรับข้อมูลที่มีความขัดแย้งในส่วนที่ตนเองไม่เห็นด้วย หรือไม่สนใจ ข้อมูลเหล่านั้นก็จะถูกลืมและไม่ได้กล่าวถึงหรือนำไปถ่ายทอดต่อไป



ภาพที่ 2.13 แสดงขั้นตอนการรับรู้

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540: 41)

อย่างไรก็ตามบุคคลจะทำการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้น เพราะปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารมากมาย จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น โดยในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้กระบวนการเปิดรับข่าวสารขั้นที่ 1 การเปิดรับ (Selective Exposure) และขั้นที่ 2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เป็นตัวแปรในการวัดพฤติกรรมกรการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะต้องการศึกษาเพียงช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการเลือกสนใจข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

4. แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์เข้าใจในสิ่งเร้ากับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของมนุษย์ นอกจากนี้การรับรู้ยังเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการแรงจูงใจ และทัศนคติของผู้รับสาร (อ้างถึงใน ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย, 2556)

สุปัญญา ไชยชาญ (2543) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ (Perception) คือกระบวนการที่มนุษย์ติดต่อสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมรอบๆตัว โดยมนุษย์จะทำการตีความสิ่งแวดล้อมที่สัมผัสได้ แล้วตอบสนองกลับไปอย่างเหมาะสม แต่ละคนอาจจะตีความในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกันออกไปในทางต่างๆกัน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางจิตใจและความคิดของแต่ละคน

Mowen and Minor (1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร ตั้งใจรับข้อมูลนั้นและทำความเข้าใจความหมาย” และอธิบายเพิ่มเติมว่า ในขั้นเปิดรับ (exposure stage) ผู้บริโภคจะรับข้อมูล โดยผ่านประสาทสัมผัสในขั้นตั้งใจรับ (attention stage) ผู้บริโภคจะแบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้านั้น และขั้นสุดท้ายคือ ขั้นเข้าใจความหมาย (comprehension stage)

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman & Kanuk, 2000 : 146) การรับรู้คือกระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือกการประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา

อุบลวรรณภวากานันท์และคณะผู้เขียน (2554) ให้ความหมายการรู้สึกและการรับรู้คือการที่อวัยวะรับความรู้สึกมีหน้าที่รับรู้ข้อมูลที่อยู่รอบๆ ตัวเราส่งผ่านเส้นประสาทขึ้นสู่สมองข้อมูลจะอยู่ในรูปของพลังงานต่างๆ เช่นความร้อนแสงเสียง ฯลฯ อวัยวะรับความรู้สึกแต่ละชนิดจะรับพลังงานได้เฉพาะเช่นตารับแสงหูรับเสียงผิวหนังรับอุณหภูมิสัมผัส ฯลฯ ข้อมูลเร้าอวัยวะรับความรู้สึกให้แปรพลังงานเหล่านี้เป็นกระแสประสาทเดินทางสู่สมองจะเกิดความรู้สึกเช่นมองเห็นได้ยินนั่นคือการรับรู้จึงเป็นขบวนการ

ลักขณา สริวัฒน์ (2549) ให้ความหมายการรับรู้หมายถึงการเกิดสัมผัสอย่างมีความหมายและเป็นประสาทสัมผัสเกิดการสัมผัสขึ้นและตีความแห่งการสัมผัสได้รับออกมาเป็นหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายอันเป็นสิ่งที่รู้จักและเข้าใจกันและในการแปลความหมายของการสัมผัสนั้นจำเป็นที่อินทรีย์จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมดังนั้นหากคนเราไม่มีความรู้เดิมหรือสิ่งเร้าสิ่งนั้นๆไปก็จะมีไม่มีการรับรู้ในสิ่งนั้นๆแต่จะเกิดเฉพาะการสัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546 : 84) กล่าวว่า การรับรู้คือกระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัสกระบวนการนี้เริ่มต้นจากการ

ใช้วิธีสัมผัสจากสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมองจากนั้นจะแปลสิ่งเร้าที่รับสัมผัสว่าสิ่งเร้า นั้นคืออะไรขึ้นแปลความหมายนี้เป็นขั้นที่มีการใช้ประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานของการแปลความหมาย

บรยองค์ โดจินดา (2543: 287) ให้ความหมายการรับรู้ว่าหมายถึงการที่บุคคลได้รับตีความและตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นการรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรมคือการรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามความเข้าใจการรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ความสนใจและประสบการณ์จึงสามารถทำให้แปลความถูกต้อง

Assael (1998) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรับรู้” หมายถึง กระบวนการซึ่งผู้บริโภกลือกรับ จัดองค์ประกอบ และแปลความหมายสิ่งเร้าต่างๆ ออกมาเพื่อให้มีความหมายเข้าใจได้” และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า สิ่งเร้าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการรับรู้มากขึ้น หากสิ่งเร้าเหล่านั้นมีลักษณะดังนี้ คือ

1. สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภค
2. สอดคล้องกับความเชื่อในปัจจุบันของผู้บริโภคต่อตราสินค้า
3. ไม่มีความสลับซับซ้อนมากเกินไป
4. เชื่อถือได้
5. มีความสัมพันธ์กับความจำเป็นหรือความต้องการในปัจจุบัน
6. ไม่ก่อให้เกิดความกลัวและความกังวลใจมากเกินไป

แอส แซล กล่าวเสริมว่า ผู้บริโภคเปิดรับต่อสิ่งเร้าและเลือกรับรู้ โฆษณาที่สอดคล้องสนับสนุนกับความเชื่อและประสบการณ์เดิมของผู้บริโภคจะได้รับความสนใจและจดจำมากเป็นพิเศษ และมีแนวโน้มค่อนข้างมากที่จะไม่ให้ความสนใจต่อโฆษณาที่ขัดแย้งกับประสบการณ์ และความเชื่อเดิมของเขามืออยู่กับผลิตภัณฑ์ตรา นั้น และเหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคเลือกรับรู้สิ่งเร้า ไม่รับรู้สิ่งเร้าที่เข้ามากระทบทุกอย่าง ก็เพราะว่าผู้บริโภคพยายามที่จะรักษา “สภาวะสมดุลทางจิตวิทยา” (Psychological equilibrium) ของเขาให้เป็นปกติ นั่นคือสภาวะที่ไม่ต้องรับข้อมูลที่มีความขัดแย้ง (Conflict information) และจะหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความคิดของตน

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่าการรับรู้ (Perception) หมายถึงกระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่รับเข้ามาผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจำความรู้ผสมผสานกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 79) ได้กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) ต้องกล่าวคู่กันระหว่างการรับรู้ (Perception) และการรับสัมผัส (Sensation) แต่ต่างกันตรงที่การรับรู้ นำเอาความคิดเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น เมื่อตาคุณได้เห็น เรียกว่า การรับสัมผัส แต่เมื่อคุณได้เห็นว่าสิ่งนั้นสวยหรือไม่สวย

คิดว่ามีค่าหรือไม่มีค่า เรียกว่าเป็นการรับรู้ ซึ่งประสาทสัมผัสทั้ง 5 ประกอบด้วย ตา หู จมูก ลิ้นและ กายสัมผัส มีหน้าที่รับสัมผัส แต่ประสาทที่ 6 คือ ความคิด เมื่อนำไปผนวกกับการรับสัมผัส (Sensation) จะกลายเป็นการรับรู้ (Perception) ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

การรับรู้ (Perception) = ความคิด (Thinking) + การรับสัมผัส (Sensation)

ภาพที่ 2.14 การรับรู้ (Perception)

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา (2542: 79)

จากภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความคิดที่มีอยู่ในสมองบวกด้วยประสาทสัมผัสที่เราสัมผัสได้จึงจะเกิดเป็นการรับรู้ ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงเรื่องการรับรู้เมื่อใดจะต้องกล่าวถึงความพยายามของมนุษย์ในการสร้างภาพในสมองของตัวเองให้ดูสวยงามและสอดคล้องกัน การรับสัมผัส (Sensation) เป็นเรื่องของการตอบสนองแบบทันทีทันใด ตรงไปตรงมา เช่น เมื่อมีใครดับไฟก็จะรู้ทันทีว่าเมื่อนำการรับสัมผัสมารวมกับสิ่งที่มีอยู่ในสมองมาก่อนก็จะกลายเป็นการรับรู้ดังแผนภาพต่อไปนี้

การรับสัมผัส (Sensation) + สิ่งที่มีในสมองมาก่อน (Predisposition) = การรับรู้

ภาพที่ 2.15 การรับรู้ (Perception)

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา (2542: 79)

จะเห็นได้ว่าสิ่งที่อยู่ในสมองเรามาก่อน ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ทักษะค่านิยมและ ประสบการณ์ เช่น การแต่งชุดดำสายตาวัยรุ่นกับสายตาผู้สูงอายุที่เห็นการแต่งชุดดำเหมือนกัน แต่ในความเชื่อของผู้สูงอายุจะบอกว่าสีดำเป็นสีอัปมงคล แต่ความเชื่อของวัยรุ่นยุคใหม่สีดำกลายเป็นสีที่ทันสมัย เพราะฉะนั้น การมองว่าสีดำเป็นสีที่ทันสมัยหรืออัปมงคลนั้น คือ การรับรู้ (Perception)

5. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร

ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด และตามวันที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการในการเลือกรับรู้ข่าวสารนั้น เรียกว่า กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ในการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง บุคคลจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยแสวงหาข่าวสารตามความคิด หรือความสนใจที่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม จะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ

2) การเลือกรับรู้ หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) หมายถึง ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะมีการเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง โดยบิดเบือนข่าวสารให้เป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม นั่นคือ ผู้รับสารแต่ละคนอาจรับรู้หรือตีความข่าวสารขึ้นเดียวกันต่างกันได้

3) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง ผู้รับสารมีแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของตนเอง โดยสารนี้มักเกิดขึ้นกับบุคคลที่ให้ความสนใจและพร้อมที่จะเข้าใจด้วย และในขณะที่เดียวกันยังพร้อมที่จะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจที่จะรับรู้ หรือไม่เห็นด้วย Wilbur Schramm (1973, pp. 121-122) ยังชี้ให้เห็นองค์ประกอบอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ที่เกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสาร ดังนี้

1) อายุ นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ใจร้อน ยึดอุดมการณ์ ในขณะที่คนอายุมาก จะมีความคิดอนุรักษนิยม ระมัดระวัง ยึดถือการปฏิบัติ เนื่องจากเคยผ่านปัญหาต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าโดยลักษณะการใช้สื่อมวลชนของเด็กและวัยรุ่น จะใช้เพื่อความบันเทิง และนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าการดูโทรทัศน์ สำหรับวัย

ผู้ใหญ่ การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ มีมากพอๆกัน แต่เมื่ออายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์ลดลง ในขณะที่การดูโทรทัศน์จะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งคนที่มีอายุมาก มักจะใช้สื่อในการแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าความบันเทิง

2) เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของผู้หญิงและชายไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และมักถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย โดยพฤติกรรมเล็กรับสื่อของเพศหญิงนั้น จะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า และเด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและโจรกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด

3) การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ระบบการศึกษาและสาขาที่ต่างกัน ย่อมจะมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคลด้วย คนที่มีการศึกษาสูง ความรู้ดีจะเป็นคนที่มีความรู้กว้างขวางในหลายๆ เรื่อง และมักใช้สื่อในการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง เช่น เปิดรับฟังรายการวิทยุเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ดี มีประโยชน์ให้กับตนเอง และสามารถนำเอาสาระความรู้เหล่านั้นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง

ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังของครอบครัว มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน จะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวที่ต่างกัน ย่อมมีความคิด ค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมต่อสิ่งต่างๆ ต่างกัน ทำให้ความต้องการในการรับรู้ข่าวสาร มีความแตกต่างกันไปด้วย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา เขียววิทย์การและทศพล คุ่มสุพรรณ (2557) ศึกษาความต้องการทางการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่ม ดิจิตอล เนทีฟ ค้นพบว่าเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ล้วนมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ ข้อค้นพบดังกล่าวชี้สะท้อนถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มเยาวชนซึ่งล้วนพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งจากระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่และสัญญาณ WIFI ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถตอบสนองความต้องการทางการสื่อสารด้าน

ข้อมูลข่าวสารได้ทันทีทันใด แต่กลับไม่ได้ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบเนื้อหาที่บริโภค กล่าวคือ หากเป็นข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดซึ่งเป็นอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ที่ต้องอาศัยยอดไลค์หรือผู้ติดตามจำนวนมาก จะมีผลต่อความน่าเชื่อถือ แต่ในทางตรงกันข้ามหากเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร สถานการณ์ในชีวิตประจำวัน เยาวชนยังคงความต้องการข้อมูลที่มีความเชื่อถือและไว้วางใจจากสื่อกระแสหลักมากกว่าเพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นแหล่งอ้างอิงข้อเท็จจริงได้ เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อโลกแห่งเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าไปไกล ชนิดก้าวกระโดด ทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ในพริบตา เว็บบล็อกสังคมออนไลน์หรือเว็บที่นำเสนอไฟล์วิดีโออย่าง YouTube ได้รับความนิยมอย่างมากและได้ถูกใช้เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตก็สามารถใช้งานและโต้ตอบด้วยการกดไลค์ การแสดงความคิดเห็น รวมทั้งการแชร์ข้อมูลต่อได้ทันที เนื่องจากโซเชียลมีเดีย เป็นสื่อที่สามารถเปลี่ยนผู้รับสารจากผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวเป็นผู้สร้างเนื้อหาด้วยตนเอง (User Generated Content) คำถามคือ เยาวชนดิจิทัล เนทีฟ ที่กำลังศึกษาอยู่ในระบบและนอกระบบการศึกษาจะมีกระบวนการไตร่ตรอง เลือกรับ เลือกประเมินค่า อย่างมีเหตุผล มากกว่าการใช้อารมณ์ความรู้สึกหรือไม่

ขั้วลักษณะ คุณาธิกรกิจ (2557) ศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวไทยเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในฐานะผู้กำหนดนโยบาย พบว่า แนวทางการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวไทยเชิงสร้างสรรค์ให้ก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ การสัมมนา การประชาสัมพันธ์ สื่อโทรทัศน์เป็นสำคัญ และหน่วยงานภาคเอกชนใช้การประชุมและการสัมมนาเป็นหลัก ในส่วนของการประสานงานกันหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐมีการประสานงานระหว่างกันเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวไทยเชิงสร้างสรรค์ในการเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาทิ ระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬากับหน่วยงานต่างๆหรือการประสานงานระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศต่างๆ

พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์ (2556) ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก เพราะเชื่อว่าแต่ละสังคมต่างมีอัตลักษณ์และมีเส้นทางพัฒนาที่แตกต่างกัน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาจึงเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สามารถเป็นกลไกในการขับเคลื่อนจากแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มี 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1) การวางแผน นักพัฒนาจะต้องเห็นศักยภาพของชุมชนในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมกัน เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่การระบุปัญหา การค้นคว้าวิธีแก้ การดำเนินการ แก้ไข โดยนักพัฒนาอยู่ในฐานะของผู้สนับสนุนและที่ปรึกษา

2) ชั้นปฏิบัติงาน ชั้นนี้จำเป็นต้องนำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเข้ามาใช้ ทั้งด้านการ สื่อสารเพื่อชักนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในงานพัฒนา รวมถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วน ร่วมในกระบวนการสื่อสารเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนา อันนำมาสู่การเสริมสร้างพลังชุมชนในที่สุด

3) ชั้นการตรวจสอบและการประเมินผล จำเป็นต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้ เกิดการตรวจสอบและประเมินผลจากสายตาของคนในชุมชนร่วมกับนักพัฒนา การตรวจสอบและ ประเมินผลดังกล่าวทำให้ชุมชนและนักพัฒนาเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน อันนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพ ของชุมชนในการทำงานด้านพัฒนาด้วยตนเองในที่สุด

กรวรรณ เวชชานุเคราะห์ (2556) ศึกษาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ ชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโดน จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลในชุมชนนั้น แกนนำชุมชนมักเป็นผู้ส่งสารหลัก การสื่อสารระหว่าง แกนนำชุมชนกับชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ Informal Communication โดยเน้นการพูดคุย แลกเปลี่ยนแนวคิด และปรึกษาปัญหากันระหว่างกลุ่มสมาชิก โดยมีองค์ประกอบ คือ SMCR ซึ่ง (S) คือ ผู้นำทางความคิด Opinion Leader ทำการแพร่กระจายข้อมูลนวัตกรรม ซึ่งคือ (M) ผ่านสื่อต่างๆที่ใช้ (C) ได้แก่ สื่อบุคคล, สื่อการประชุม, เสียงตามสาย และสื่อกิจกรรมไปยังผู้รับ สาร (R) ในที่นี้คือชาวบ้านชุมชนคลองโดน จังหวัดสมุทรสงคราม ผลที่เกิดจากองค์ประกอบ การ สื่อสารในชุมชนจะทำให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือและการมีส่วนร่วม เมื่อชาวบ้านส่วนใหญ่ ยอมรับนวัตกรรมแล้วนำไปปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จ จึงมีการชักชวนผู้อื่นทำให้เกิดความคล้อยตาม และเปิดรับนวัตกรรมรูปแบบการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสนับสนุน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้อริบทการร่วมรับปัญหา ร่วมคิดและร่วมปฏิบัติของชุมชน ในท้องถิ่น และการกระจายรายได้ ซึ่งการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนมีรูปแบบการสื่อสาร 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. การปลูกจิตสำนึกและให้ความรู้กับชาวบ้านในชุมชนผ่านสื่อประเภทต่างๆ 2. การจัดกิจกรรมอาสา และ 3. การสอนสาธิตการเป็นไกด์

บุษบา หินเระว้ (2555) ศึกษารูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการ จัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิฐ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเป็นการสื่อสารสองทาง ได้แก่ การสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการสื่อสารผ่านกระบวนการทบทวนปัญหาตนเองของชาวบ้านที่มีต่อ ป่าชุมชนทำอิฐเพื่อนำเสนอต่อคณะทำงานรักษาพื้นที่ป่าชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบล

ทำอัญญา และการสื่อสารแนวราบ โดยเป็นการสื่อสารผ่านทางกิจกรรมเพื่อสังคม และพบว่าชาวบ้านมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการสร้างเสริมศักยภาพสื่อสารชุมชนด้วยกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ คือ การมอบสื่อ การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดรายการ หอกระจายข่าว การสร้างสื่อเฉพาะกิจ และการจัดค่ายเยาวชนเพื่อป่าชุมชน โดยรูปแบบการสื่อสารที่ดีที่สุดในการสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม คือ สื่อเฉพาะกิจ

สมฤทัย เสือปาน (2549) ศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ภายใต้สถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ และรูปแบบการสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ แต่ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างบุคคล

- 1) การสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนในรูปแบบการให้สัมภาษณ์ ใช้สื่อบุคคล การสื่อสารแบบปากต่อปาก
- 2) การสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ การส่งจดหมายเชิญสื่อมวลชน ประสานงานอย่างเป็นทางการ
- 3) การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยคณะกรรมการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา
คู่มือเมืองมรดกโลกเป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ด้วยการใช้องค์ความรู้เชิงคุณภาพและการ
วิจัยเชิงสำรวจโดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา
คู่มือเมืองมรดกโลกมีผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 6 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลไว้ทั้งสิ้น 10 คน แต่เมื่อมี
การสัมภาษณ์ถึงบุคคลที่ 5-6 ข้อมูลหนึ่งและให้ข้อมูลครบคลุมแล้วจึงยุติการสัมภาษณ์ ซึ่งทั้ง 6 คน
เป็นคณะทำงานและมีหน้าที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมือง
เก่าสงขลาคู่มือเมืองมรดกโลก

1.2 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีลักษณะคำถาม ดังนี้

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ด้านการทำงานเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา
 - 1) ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
 - 2) ตำแหน่ง
 - 3) เพศ
 - 4) อายุ
 - 5) ระดับการศึกษา
 - 6) ภูมิลำเนา
 - 7) ประสบการณ์การทำงาน โดยย่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา

คู่มือเมืองมรดกโลก

- 7.1) ตำแหน่งการทำงานเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา

คู่มือเมืองมรดกโลก

- 7.2) ภาระหน้าที่การปฏิบัติงาน/บทบาทที่ท่านได้รับมอบหมายให้ทำ

หน้าที่การยกระดับย่านเมืองเก่า

7.3) ระยะเวลาในการปฏิบัติหน้าที่หรือการเข้ามามีบทบาทในการยกระดับ
ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

2) การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ

การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกมีวิธีการในการ
สื่อสารอย่างไรบ้าง (ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว)

- 1) สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร
- 2) เนื้อหาที่ใช้สื่อสาร
- 3) กลุ่มเป้าหมายที่สื่อสาร
- 4) ผลของการสื่อสารเป็นอย่างไร
- 5) มีหลักเกณฑ์การเลือกช่องทางการสื่อสารอย่างไร
- 6) มีการประเมินคุณภาพการสื่อสารหรือไม่
- 7) อุปสรรคในการสื่อสาร
- 8) ยกตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

3) การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ

การให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ
ยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

1) การสื่อสารที่ได้ดำเนินไปแล้วนั้นเคยมีการเปิดโอกาสให้ชุมชน/
ประชาชน ในพื้นที่ อ.เมือง จ.สงขลา เข้ามามีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมือง
มรดกโลกหรือไม่

หากเปิดโอกาสประชาชนมีส่วนร่วม

2) กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการยกระดับ
ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเป็นอย่างไร

- 2.1) การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารมีความชัดเจนหรือไม่
- 2.2) ระบุผู้ส่งสาร ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพหรือไม่
- 2.3) การเลือกประเภทของเนื้อหาสาร มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย
อย่างเหมาะสมหรือไม่
- 2.4) สามารถเลือกช่องทางสื่อได้อย่างหลากหลายและทั่วถึงหรือไม่.
- 2.5) ผลของการสื่อสารเป็นอย่างไร
- 2.6) ผู้รับสาร เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและเปิดโอกาสให้มีช่องทาง
ปฏิสัมพันธ์ตอบกลับมายังผู้ดำเนินการหรือไม่ (Feedback)

หากประชาชนยังไม่มีส่วนร่วม

3) มีการวางแผนงานกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม หรือไม่ อย่างไร

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัว โดยดำเนินการดังนี้

1.3.1 ผู้วิจัยทำการติดต่อประสานงานกับคณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการยกระดับย่านเมืองเก่าสู่เมืองมรดกโลกเป็นอย่างดี

1.3.2 ดำเนินการสัมภาษณ์ตามเวลาและสถานที่นัดหมาย

1.3.3 นำข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้อง ความเข้าใจ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาพรรณนาเชิงวิเคราะห์โดยการจำแนกถ้อยคำ หรือข้อความที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น และนำมาตีความ สังเคราะห์ และวิเคราะห์ ด้วยหลักแห่งเหตุผล สร้างข้อสรุปแบบพรรณนาความ อภิปรายถึงข้อเท็จจริงที่ค้นพบตามสภาพการณ์ ปรากฏการณ์ความสัมพันธ์ และประเด็นที่สำคัญ เพื่อตอบคำถามการศึกษา

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา โดยแบ่งเป็นตำบลทั้งหมด 6 เทศบาลตำบล ได้แก่ เทศบาลนครสงขลา (ตำบลบ่อยาง) เทศบาลเมืองเขารูปช้าง เทศบาลตำบลเกาะเต่า เทศบาลตำบลพะวง เทศบาลตำบลทุ่งหวัง และเทศบาลตำบลเกาะยอ รวมทั้งสิ้น 158,618 คน

2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่ 6 เทศบาลตำบล อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ตามสูตรของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้
 N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า (ในที่นี้ = 158,618)
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้ ซึ่งทางสังคมศาสตร์จะกำหนด
 ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะใช้ค่า 0.05
 สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{158,618}{1 + 158,618(0.05)^2}$$

$$= 398.99 \text{ คน}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้สุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) แบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อยๆ หรือแบ่งเป็นชั้นภูมิก่อน โดยหน่วยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกัน (homogenous) แล้วสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร โดยเลือกสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนประชากร จำนวน 400 คน และได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของพื้นที่ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

พื้นที่	จำนวนประชากร	สัดส่วน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
บ่อยาง	71,272	0.45	180
เขารูปช้าง	34,850	0.22	88
เกาะแต้ว	12,802	0.08	32
พะวง	24,426	0.15	62
ทุ่งหวัง	10,436	0.07	26
เกาะยอ	4,832	0.03	12
รวม	158,618	100	400

ที่มา: ข้อมูลจำนวนประชากรอำเภอเมืองสงขลา (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2562)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม

2.2.1 ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัยโดยแบ่ง โครงสร้างของคำถามออกเป็น 4 ส่วน
ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย
ลักษณะของคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วน
การประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดน้ำหนักของการประเมิน 5 ระดับ ดังนี้

การเปิดรับสื่อ	คะแนน
ไม่เคย	0
แทบจะไม่	1
บางครั้ง	2
บ่อยครั้ง	3
สม่ำเสมอ	4

และการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่า ของคนสงขลาสังเกตความ
สม่ำเสมอในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่างๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบ
รายการ (Check - List)

ส่วนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่
เมืองมรดกโลกลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การ
กำหนดน้ำหนักของการประเมิน 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ได้แก่

ระดับการรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา	คะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

และสื่อที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List)

ส่วนที่ 4 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดน้ำหนักของการประเมิน 4 ระดับ

ระดับการมีส่วนร่วมการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา	คะแนน
ไม่มีส่วนร่วม	0
น้อย	1
ปานกลาง	2
มาก	3

และความต้องการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List)

2.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยมีรายละเอียดขั้นตอนการสร้างเครื่องมือแบ่งเป็น 7 ขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษากรอบแนวคิดในการวิจัยที่ได้กำหนดขึ้น
- 2) กำหนดประเด็นและขอบเขตคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย
- 3) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
- 4) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมใบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีประสบการณ์ในการพิจารณาแบบสอบถาม และความถูกต้องในการใช้ภาษา เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีการประเมินแล้ว ผู้วิจัยนำแบบประเมินไปคำนวณหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งทางด้านความเหมาะสมของเนื้อหาและความถูกต้องของการใช้สำนวนภาษา พร้อมแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม
- 5) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด
- 6) คำนวณหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตรวจสอบรายการจะคำนวณหาค่าอำนาจจำแนก ด้วยวิธีวิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)
- 7) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผลจากการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.3.1 ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่โดยการติดต่อผ่านผู้นำท้องถิ่นตามสัดส่วนของประชากรของแต่ละเขตพื้นที่เทศบาลตำบล

2.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว จำนวน 400 ฉบับ ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำไปแจกจ่ายให้กับประชาชนในแต่ละเขตพื้นที่ และขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม โดยชี้แจงถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องการศึกษาให้ประชาชนได้ทราบก่อนลงมือกรอกแบบสอบถาม

2.3.3 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปต่อไป

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การประมวลผลข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางคณิตศาสตร์ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

2.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อที่มีการสื่อสารข้อมูลทั่วไป การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าของนครสงขลา สื่อที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้ข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก และความต้องการในการมีส่วนร่วมการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อนำมาอธิบายและแปลผลข้อมูลข้างต้น

2.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดน้ำหนักของการประเมิน ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

เกณฑ์การแปลผลคะแนนค่าเฉลี่ยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การแปลผลความการเปิดรับสื่อที่มีการสื่อสารข้อมูลทั่วไป แบ่งเป็น 5 ระดับ

คะแนน	การแปลความ
0.00-0.80	น้อยที่สุด

0.81-1.60	น้อย
1.61-2.40	ปานกลาง
2.41-3.20	มาก
3.21-4.00	มากที่สุด

2) การแปลความการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก แบ่งเป็น 5 ระดับ

คะแนน	การแปลความ
1.00-1.80	น้อยที่สุด
1.81-2.60	น้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	มาก
4.21-5.00	มากที่สุด

3) การแปลความการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกแบ่งเป็น 4 ระดับ

คะแนน	การแปลความ
0.00-0.75	ไม่มีส่วนร่วม
0.76-1.50	น้อย
1.51-2.25	ปานกลาง
2.26-3.00	มาก



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของประชาชนใน อ.เมือง จ.สงขลา
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของประชาชนใน อ.เมือง จ.สงขลา
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมด้วยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน คือ คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ส่วนการวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตพื้นที่ อ.เมืองสงขลา จ.สงขลา จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะมีดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กลุ่มผู้นำซึ่งเป็นผู้ส่งสาร 2) ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่า 3) สื่อต่างๆ ที่ใช้ และ 4) ประชาชนเมืองสงขลา ดังมีรายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มผู้นำ

กลุ่มผู้นำ คือ ผู้ส่งสารที่เป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารในทุกองค์ประกอบ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และความน่าเชื่อถือ เป็นผู้ที่มีความคิดในการพัฒนา ซึ่งได้แก่ นักวิชาการ ผู้บริหาร การพัฒนาท้องถิ่น ผู้นำชุมชนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา ที่ทำการกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ย่านเมืองเก่าสงขลา การยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา และกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการอนุรักษ์ วัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยการให้ความรู้ รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ ย่านเมืองเก่าสงขลาแก่เด็กนักเรียนด้วย ซึ่งกลุ่มผู้นำเองก็ได้มีการกำหนดเป้าที่จะให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวที่มีความเข้าใจและรับรู้ร่วมกันกับเทศบาล กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา 100 % แต่ทั้งนี้ กลุ่มของผู้นำก็ยังมิได้กำหนดหรือระบุผู้ที่ต้องทำการสื่อสารอย่างชัดเจน เพียงแต่ใช้วิธีการว่า ใครที่มีโอกาสในการที่จะให้ข้อมูลได้ก็ทำ

2) ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่า

ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งเป็นสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม คือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ จุดเด่นและลักษณะเฉพาะ สถานที่ท่องเที่ยว ของย่านเมืองเก่าสงขลา ข้อมูลแนวทางปฏิบัติที่ออกเป็นเทศบัญญัติของเทศบาล แนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสู่เมืองมรดกโลก หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านกิจกรรมและการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก และข้อมูลด้านกิจกรรมที่มีการดำเนินเกิดขึ้นในบริเวณพื้นที่ย่านเมืองเก่า โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ เรื่องราวความเป็นมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ในสถานที่ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป วิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในอดีตจนทำให้เป็นย่านเมืองเก่าสงขลาในปัจจุบัน โดยผ่านการเล่าเรื่องของบุคคลผู้มีความรู้ รวมไปถึงการนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งในรายวิชา หน้าที่พลเมืองของ โรงเรียนในสังกัดเทศบาลด้วยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้เด็กและเยาวชนมีความรู้ย่านเมืองเก่าสงขลาและสามารถนำไปถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้

- ข้อมูลจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งจะอธิบายถึงจุดเด่นความเก่าแก่ของตึก อาคารสถาปัตยกรรมต่างชาติ ทั้งสถาปัตยกรรมแบบชิโนโปรตุกีส แบบจีน ที่เป็นสถาปัตยกรรมตามกาลเวลา

- ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นข้อมูลที่กล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองสงขลา ขนมนพื้นเมืองที่หาทานที่ไหนไม่ได้ โดยนำเสนอผ่านรายการและการนำเที่ยวเพื่อให้ได้สัมผัสได้ด้วยตนเอง

- ข้อมูลทางด้านเทศบัญญัติของเทศบาล ข้อมูลทางด้านนี้จะเป็นการกล่าวถึงการอนุรักษ์ย่านเมืองเก่าสงขลาและแนวทางในการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาซึ่งข้อมูลเหล่านี้เทศบาลนครสงขลาได้จัดทำเป็นหนังสือที่มีลายลักษณ์อักษร และมีการส่งถึงผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง

- ข้อมูลแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เป็นข้อมูลที่เสนอออกมาเพื่อให้ประชาชนในบริเวณพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลามีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นเพื่ออนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นอัตลักษณ์ให้คงอยู่ อีกทั้งกลุ่มผู้นำได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่าคิด บวก ดี เพื่อเป็นเวทีกลางในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน สนับสนุนการร่วมคิดร่วมทำการเสนอความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่การพัฒนา พื้นฟู ดูแลย่านเมืองเก่าสงขลาต่อไป เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ย่านเมืองเก่าสงขลา

- ข้อมูลหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและการให้ความร่วมมือในกิจกรรมกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนา รวมถึงการมีความต้องการร่วมในการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกต่อไป

- ข้อมูลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา จะนำประเด็นกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาต่างๆ มาสื่อสาร เช่น กิจกรรมวันสงขลาเคอะเฟรช กิจกรรมโครงการวิ่งชิงกอร์ร่า ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ที่มีดึงดูดให้คนที่อยู่ในพื้นที่และต่างพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ซึ่งแฝงด้วยความรู้ที่เกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกมากกว่าแค่การมาเที่ยวชม ซึ่งมันเป็นการซึมซับความเป็นสงขลา

3) สื่อที่ใช้

สื่อต่างๆ ที่กลุ่มผู้นำเลือกใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างกลุ่มผู้นำและประชาชนเมืองสงขลาในการแพร่กระจายข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีดังนี้

1) สื่อบุคคล โดยการใช้นักท่องเที่ยวหรือผู้ฟังบรรยายโดยตรง กิจกรรมการสื่อสารผ่านบุคคลจะจัดขึ้นที่บริเวณ โรงสีแดงซึ่งเป็นจุดสำคัญของย่านเมืองเก่าสงขลา และบนรถรางชมเมืองที่จะพานักท่องเที่ยวสัมผัสกับย่านเมืองเก่าสงขลาที่เห็นเป็นรูปธรรม รวมถึงการนำเสนอหาข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาให้คุณครูบรรยายในบทเรียนของรายวิชาน้ำที่ของพลเมือง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลคือนักวิชาการและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลนครสงขลาและคุณครูในโรงเรียนเทศบาล รวมไปถึงการร่วมประชุมของบุคคลเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่จัดขึ้นบนเวทีที่เทศบาลจัดขึ้น

2) สื่อใหม่ เป็นสื่อที่ย่านเมืองเก่าสงขลาใช้เป็นสื่อหลักในการสื่อสารข้อมูลให้แก่ประชาชนผ่านสื่อ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ของกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา รวมไปถึงเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ส่วนตัวของสมาชิกกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา และเว็บไซต์ (Website) ของเทศบาลเมืองสงขลา

3) สื่อสิ่งพิมพ์ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลา ได้แก่ แผ่นพับ 3 ภาษา ซึ่งทางกลุ่มผู้นำจัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการบรรยายในรณรงค์แห่ชมเมืองเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ต้องการความรู้ได้เห็นสถานที่จริงไปพร้อมกับข้อมูลที่บรรยายไว้ 3 ภาษา คือภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน รวมไปถึงภาพวาดฝาผนังที่สื่อถึงวัฒนธรรมของคนสงขลาสมัยอดีต นอกจากนี้ได้จัดทำจุลสารเมื่อต้องการสื่อสารถึงความก้าวหน้าในการดำเนินการนำย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสื่อสารการดำเนินรายการผ่านทางวิทยุชุมชน และผ่านทางคลื่นวิทยุของ สวท. สงขลา โดยมีผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้เกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นผู้ดำเนินรายการวิทยุ อีกสื่ออิเล็กทรอนิกส์กลุ่มผู้นำจะสื่อสารแต่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย คือ การใช้สื่อโทรทัศน์ การทำสารคดี และสื่อกราฟิกผ่านจออิเล็กทรอนิกส์ LED สื่อเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญหรือมีข้อมูลสำคัญที่ต้องการสื่อสารก็จะนำเอาสื่อเหล่านี้มารวมด้วย

5) สื่ออื่นๆ ประกอบด้วย สื่อกิจกรรม สื่อการแสดง และรถแห่ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในช่วงเทศกาลและวันสำคัญ ซึ่งกลุ่มผู้นำต้องการจะสื่อให้ประชาชนรักภรรระบบนิเวศน์ ปลูกจิตสำนึกให้เกิดการอนุรักษ์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ทั้งนี้โดยสื่อต่างๆที่กลุ่มผู้นำได้กำหนดขึ้นในระบบการสื่อสารมีการพัฒนาช่องทางและการเชื่อมต่อประสานระหว่างช่องทางการสื่อสารพื้นฐานต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนนำไปสู่การเกิดระบบการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ข้อมูลสามารถหมุนเวียนภายในชุมชนได้อย่างทั่วถึง และเป็นระบบพื้นฐานที่สำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มต่างๆในชุมชน ซึ่งในการพัฒนากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนไม่จำเป็นต้องเลือกช่องทางที่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือสองทางเท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติแล้วการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมช่องทางการสื่อสารต่างๆในพื้นที่แบบทิศทางที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลในชุมชนได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน จึงทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลายและทั่วถึง

4) ประชาชน

ในองค์ประกอบการสื่อสารของการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ผู้รับสาร คือ ประชาชน เมื่อประชาชนได้รับสารจากกลุ่มผู้นำ แล้วนั้นในมุมมองของกลุ่มผู้นำนั้น ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมเวทีต่างๆ รวมถึงมีประชาชนบางส่วนที่เข้ามาเป็น

อาสาสมัครในการร่วมทำกิจกรรมต่างๆที่กลุ่มผู้นำจัดขึ้นส่งผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระดับชุมชน เกิดการเปิดพื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และการกระชับสัมพันธ์ภาพ ระหว่างสมาชิกในชุมชน ความภาคภูมิใจและความรู้สึกการเป็นเจ้าของร่วมกัน จนทำให้ชุมชนเกิดการถ่ายทอดข้อมูลที่แสดงถึงย่านเมืองเก่าสงขลาให้แก่ผู้อื่นได้

ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารของกลุ่มผู้นำข้างต้น ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในระดับปานกลางเท่านั้น ส่วนกระบวนการทำความเข้าใจ กระบวนการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินการ และกระบวนการในการรับผลที่เกิดขึ้นร่วมกันเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับน้อย ทั้งนี้ประชาชนส่วนใหญ่มีความต้องการเพียงเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รองลงมาคือขั้นมีส่วนร่วมในการทำความเข้าใจ ขั้นการตัดสินใจร่วมกัน และขั้นรับผลที่เกิดขึ้นร่วมกัน ตามลำดับ ส่วนขั้นการดำเนินการร่วมกันมีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ดังนั้นจากการศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกสามารถสรุปองค์ประกอบสื่อสารและผลที่เกิดขึ้นได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 5.1 สรุปองค์ประกอบการสื่อสารและผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลา
สู่เมืองมรดกโลก

องค์ประกอบของการสื่อสาร	การสื่อสาร	ผลที่ได้รับ
กลุ่มผู้นำ (S)	ผู้ส่งสารมีความรู้และความน่าเชื่อถือ เป็นผู้ที่ ที่มีทัศนคติในการพัฒนา	ผู้ส่งสารทุกท่านเป็นผู้ที่มี ความรู้และมีข้อมูลของย่าน เมืองเก่าสงขลาเป็นอย่างดี
ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ย่านเมืองเก่า (M)	1) ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบัน	มีการรับรู้ข้อมูลใน ระดับมาก
	2) ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่าน เมืองเก่าสงขลา	
3) ข้อมูลเกี่ยวกับจุดเด่นและลักษณะเฉพาะ ของย่านเมืองเก่าสงขลา	มีการรับรู้ข้อมูลใน ระดับปานกลาง	
4) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมือง เก่าสงขลา		
ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ย่านเมืองเก่า (M) (ต่อ)	5) ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่อง เทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบล เกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่ เมืองมรดกโลก	มีการรับรู้ข้อมูลใน ระดับปานกลาง
	6) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่าน เมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	
ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ย่านเมืองเก่า (M) (ต่อ)	7) หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่าน เมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	มีการรับรู้ข้อมูลใน ระดับปานกลาง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

องค์ประกอบของการสื่อสาร	การส่งสาร	ผลที่ได้รับ
สื่อต่างๆ ที่ใช้(C)	1) สื่อบุคคล ได้แก่ วิทยากรให้ความรู้ โรงเรียน/รกรางชมเมือง เวทีการประชุม 2) สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ของกลุ่มภาคีคนรักเมือง สงขลา รวม และเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ส่วนตัวของสมาชิกกลุ่มภาคีคนรัก เมืองสงขลา และเว็บไซต์ (Website) ของ เทศบาลเมืองสงขลา 3) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ 3 ภาษา จุลสาร ภาพวาดบนผนัง โปสเตอร์ 4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุชุมชน วิทยุของ สวท. สงขลา หอกระจายข่าว โทรศัพท์ กราฟิกผ่านจออิเล็กทรอนิกส์ LED (ใช้ยามเมื่อเกิดกิจกรรม) 5) สื่ออื่นๆ ประกอบด้วย สื่อกิจกรรม สื่อการแสดง และรถแห่	สื่อที่ประชาชนพบเห็นโดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 1) เฟซบุ๊ก (Facebook) 2) ภาพวาดบนผนัง 3) อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์ 4) ไลน์ (Line) 5) โปสเตอร์ 6) วิทยุชุมชน 7) เว็บไซต์ (Website)เทศบาล นครสงขลาและไวนิล 8) แผ่นพับ 3 ภาษา 9) สื่อบุคคล (การฟังบรรยาย) 10) วิทยุ 11) จออิเล็กทรอนิกส์ LED 12) จุลสาร 13) หอกระจายข่าว
ประชาชน (R)	1) ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ในเวทีการประชุมต่างๆ 2) ประชาชนบางส่วนที่เข้ามาเป็นอาสาสมัคร ในการรวมทำกิจกรรม	ประชาชนมีส่วนร่วมในการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นส่วน ใหญ่

1.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

จากการศึกษาถึงการเปิดรับสื่อข้อมูลข่าวสารต่างๆของคนสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อที่เป็นข้อมูลข่าวสารทั่วไปโดยมีการเปิดรับผ่าน โทรศัพท์ และ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในระดับมาก ในขณะที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง ไลน์ (Line) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) อินสตาแกรม (Instagram) และวิทยุ ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อวิทยุชุมชน จออิเล็กทรอนิกส์ LED ทวิตเตอร์ (Twitter) โปสเตอร์/ไวนิล/ป้ายไฟวิ่ง/ป้ายโฆษณาแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว

และโปรซัวร์ มีการเปิดรับในระดับน้อย และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากจุลสารและรณแห่งเลข ในระดับน้อยที่สุด

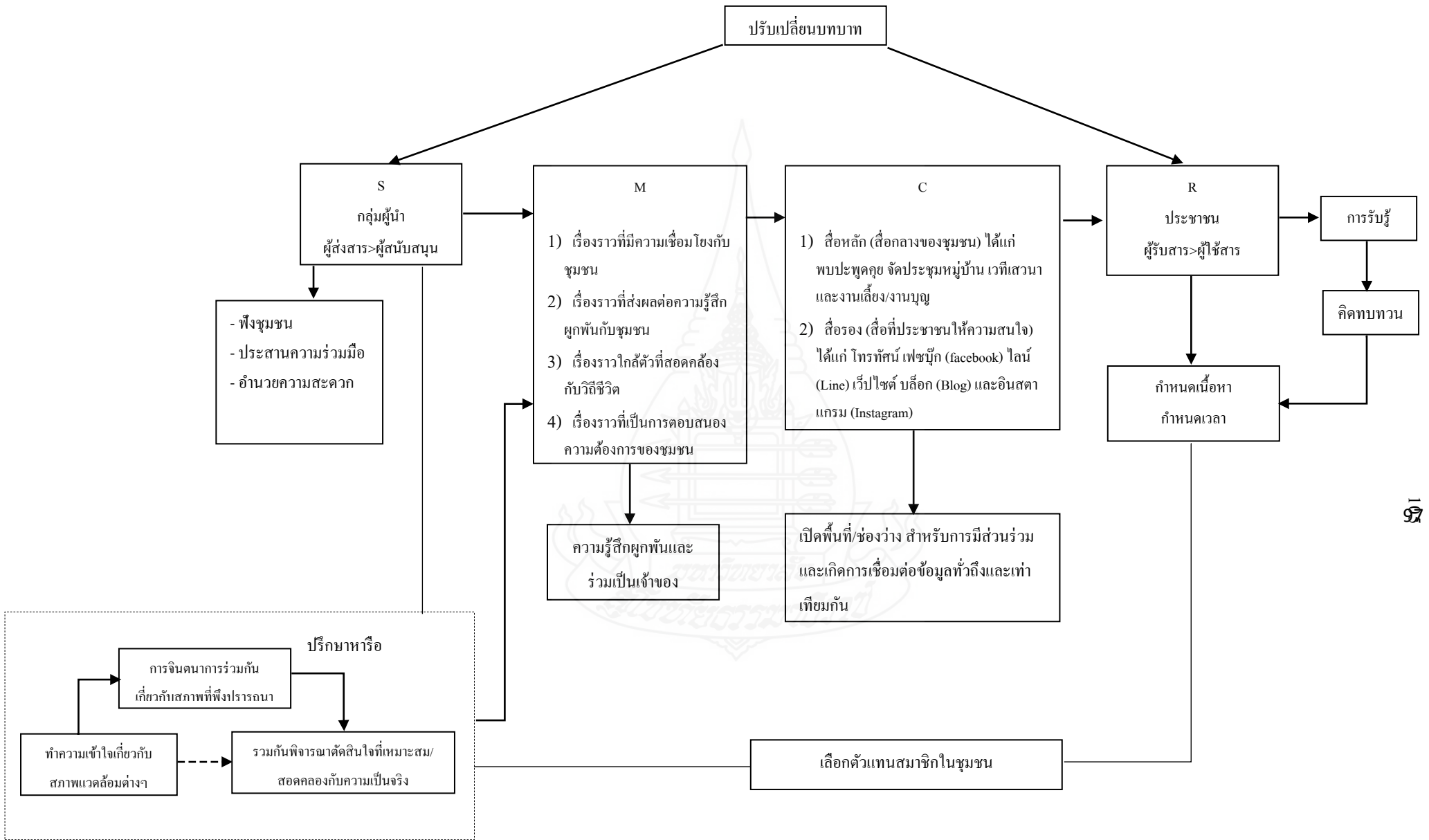
นอกจากนี้การศึกษาถึงการเปิดรับสื่อของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ ในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ประชาชนมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาภาพวาดบนผนัง (Street Art) คิดเป็นร้อยละ 38.50 และเคยรับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านหอกระจายข่าวน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.80

1.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในภาพรวมมีการรับรู้ข้อมูลในระดับมาก เมื่อแจกแจงการรับรู้ข้อมูลในแต่ละด้าน พบว่า ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบันมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ข้อมูลที่เป็นจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา และข้อมูลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา ในระดับมากและการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก รวมไปถึงรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตน เกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกและหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้หากต้องการใช้สื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก นั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อที่เหมาะสมในการใช้สื่อสารข้อมูลในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก คือ สื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 39.8 สื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 34.5 และการสื่อสารข้อมูลผ่านหอกระจายข่าวประชาชนให้ความเห็นว่าเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุดสำหรับการนำมาใช้เป็นสื่อกลางในการส่งข่าวสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก คิดเป็นร้อยละ 5 ของประชาชนทั้งหมด

1.4 เสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก



ภาพที่ 5.1 เสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกและการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และได้มีการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยมีการเสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ดังนี้

1) การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกลุ่มผู้นำจะต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาทของคนในชุมชน โดยใช้สื่อกลางของชุมชนเป็นตัวจุดประกายความคิดและเป็นช่องทางที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลประชาชนไม่ได้มีบทบาทเป็นเพียงผู้รับสารแต่ประชาชนควรจะมีบทบาทเป็นผู้ใช้สารด้วย กล่าวคือ ประชาชนนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากกลุ่มผู้นำไปใช้ประโยชน์ส่วนบุคคล และจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดเนื้อหาสาระต่างๆ ที่จะนำเสนอข้อมูล ทั้งนี้รวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในการสื่อสาร และผู้ส่งสารจะมีบทบาทในการบริหารข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในชุมชน ผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารให้ตรงกับความต้องการของประชาชนนั่นเอง

นอกจากนี้ในฐานะของกลุ่มผู้นำจะต้องมีการสร้างสัมพันธภาพกับสมาชิกในชุมชน โดยการพบปะผู้นำชุมชนเพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในวิถีปฏิบัติและวัฒนธรรมต่างๆ ในพื้นที่ รวมไปถึงกลุ่มผู้นำจะได้มีโอกาสในการทำความเข้าใจร่วมกันกับผู้นำชุมชน ก่อให้เกิดการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกกับประชาชนสามารถดำเนินต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมได้นั้น จะต้องเกิดจากความร่วมมือกัน ความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างประชาชนทั้งชุมชนและตัวแทนชุมชน โดยในระยะแรกกลุ่มผู้นำจะต้องให้ประชาชนที่มีการเปิดรับเรื่องราวเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเกิดกระบวนการรับรู้ มีส่วนร่วมในการคิดทบทวนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนเลือกตัวแทนในการสนับสนุน เสนอแนวคิดร่วมใช้สิทธิในการตัดสินใจและสะท้อนแนวทางร่วมกันพัฒนา ย่านเมืองเก่าสงขลา โดยผู้แทนของชุมชนจะต้องกระตือรือร้นและมีใจรักในการพัฒนา ย่านเมืองเก่าสงขลา

3) ช่องทางสื่อสารในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องเป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทางในแนวระนาบแต่ควรเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้กับประชาชนสามารถได้ตอบหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เจอหน้ากัน ในระหว่างการประชุม เสวนา กิจกรรมอื่นๆ หรือสถานการณ์ที่ต้องใช้ช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์เป็นสื่อกลางในการตอบโต้ข้อมูลข่าวสารกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

ประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อส่วนใหญ่ผ่าน โทรศัพท์ผ่าน โทททัศน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) อินสตาแกรม (Instagram) และวิทยุ

ปัจจุบันในการสื่อสารของกลุ่มผู้นำอาจมีช่องทางหลักในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอาจเกิดขึ้นได้หากมีการออกแบบการสื่อสารที่มีการพัฒนาช่องทางใหม่ที่มีความชัดเจนในการเปิดโอกาสให้บุคคลฝ่ายต่างๆ และบุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมให้เกิดกระบวนการไหลเวียนของข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนมีช่องทางในการเชื่อมต่อข้อมูลของแต่ละชุมชนเข้าด้วยกันอย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกัน

4) สารหรือเนื้อหาสาระ ต้องเป็นเรื่องราว/เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สถานการณ์ หรือแม้แต่เรื่องราวภายนอกที่เชื่อมโยงกับชุมชน เรื่องราวที่สื่อสารนั้นต้องเป็นเรื่องราวที่ ใกล้ตัว สอดคล้องกับวิถีชีวิต และตอบสนองความต้องการของชุมชน เพื่อให้เรื่องราวเหล่านี้ส่งผลต่อ ความรู้สึกผูกพันและรวมเป็นเจ้าของ กล่าวคือ เนื้อหาที่กลุ่มผู้นำสื่อสารออกไป ซึ่งได้แก่ ข้อมูลด้าน ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบันมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ข้อมูลเกี่ยวกับ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา และข้อมูลหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ควรจะเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกัน ผูกพัน และรวมเป็นเจ้าของ เนื้อหาดังกล่าว จะช่วยให้การเข้าร่วมของประชาชนในชุมชนดีมากยิ่งขึ้น

5) สนับสนุนให้ชุมชนเกิดการปรึกษาหารือกันผ่านกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น การพูดคุยตัวต่อตัวการนั่งคุยกันในกลุ่มย่อย การปรึกษาหารือในเวทีเสวนา และเวที ประชุมรูปแบบอื่น เป็นต้น ทั้งนี้ การปรึกษาหารือกันจะทำหน้าที่เป็นส่วนขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงภายในตัวประชาชนและกลุ่มประชาชน โดยนำสภาพการแห่งความเป็นจริงที่เกิดขึ้นมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์และมุมมองกับผู้อื่น อันนำไปสู่การรับฟังและเห็นสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น หลังจากนั้นจะเกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองซึ่งกันและกัน โดยนำเอาข้อมูลจากประสบการณ์ที่เคยพบเห็นจากที่อื่น ๆ มาแลกเปลี่ยนและสร้างสรรค์จินตนาการในทิศทางที่มีความเป็นไปได้และเป็นแนวทางเลือกที่เหมาะสม

2. อภิปรายผล

2.1 ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของกลุ่มผู้นำมีการใช้กระบวนการสื่อสาร 3 รูปแบบดังนี้กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เกิดขึ้นจากกลุ่มผู้นำ ได้แก่ เทศบาลนครสงขลา กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาและคณะทำงาน ซึ่งกลุ่มผู้นำได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารในยุคปัจจุบันรวมไปถึงการสื่อสารยังเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารข้อมูลให้ประชาชนชาวสงขลามีความรู้ มีการสืบทอด การรับรู้วัฒนธรรมของสังคม โดยการสื่อสารข้อมูลในการยกระดับ

1) การใช้การสื่อสารขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวโดยกระบวนการสื่อสารดังกล่าวกลุ่มผู้นำจะเป็นผู้ควบคุมการสื่อสารเป็นหลัก ส่วนใหญ่รูปแบบการสื่อสารดังกล่าวจะใช้สื่อที่ประชาชนไม่สามารถสะท้อนข้อเสนอแนะและแนวคิดกลับมายังกลุ่มผู้นำได้ทันทีทันใด อาทิเช่น รถแห่ สื่อประกาศเสียงตามสาย วิทยู จอกราฟิก และการสื่อสารข้อมูลผ่านการแสดง โดยวัตถุประสงค์หลักในการสื่อสารรูปแบบนี้เพื่อเป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมให้กับประชาชนได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองการสื่อสาร SMCR Model ของเควิด เค เบอร์ โล (1960)ซึ่งได้อธิบายว่าในการสื่อสารแบบ SMCR ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ข้อมูลข่าวสารจะเป็นไปในลักษณะเป็นเนื้อหา เป็นสัญลักษณ์ โดยผ่านช่องทางที่ผู้รับสารมีการรับข่าวสารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง โดยที่ผู้ส่งสารมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการส่งสารที่ชัดเจนและเหมาะสมกับช่องทางการสื่อสารนั้นด้วย และอุปสรรค ภาวการณ์และคณะผู้เขียน (2554) ได้ให้อธิบายว่า ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการสัมผัสด้วยอวัยวะจะทำให้มนุษย์เกิดการมองเห็นและได้ยิน นั่นคือการรับรู้ที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mowen and Minor (1998) ที่ได้อธิบายว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผู้บริโภครับข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสที่ผู้บริโภครู้สึกสนใจดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารทางเดียวที่กลุ่มผู้นำสื่อสารในรูปแบบ SMCR โดยเป็นการสื่อสารที่ต้องการให้ประชาชนเกิดการรับรู้ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเท่านั้น

2) การสื่อสารในรูปแบบที่สามารถสลับบทบาทกันได้โดยผ่านการประชุมที่จัดขึ้นเพื่อให้ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้นำได้ ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองการสื่อสาร (The Schramm and Osgood Model) ของวิลเบอร์ แชมรม์ และ ชารลส อีออสกูต (1954) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า แบบจำลองเป็นกิจกรรมที่เกิดจาก

การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดเรื่องปฏิกริยาตอบกลับของคู่สื่อสารที่เป็นพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์

3) การสื่อสารโดยการใช้สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารมีการเชื่อมโยงกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) โดยบุคคลต่างๆ ที่อยู่ใ้กระบวนการสื่อสารมีบทบาทเป็นผู้มีส่วนร่วมผ่านการปฏิสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อ เช่น การให้ข้อเสนอแนะผ่านการพิมพ์ข้อความได้โพสต์ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) เพื่อให้กลุ่มผู้นำได้คิด ทบทวน หรือปรับปรุงการดำเนินการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกหรือบางครั้งผู้รับสารก็จะทำหน้าที่ในการเป็นผู้ส่งสารต่อไปยังผู้รับสารคนอื่นๆ โดยการแชร์เนื้อหาความหรือข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ได้รับรู้ซึ่งคล้ายคลึงกับแบบจำลองการสื่อสาร (The Tubbs Communication Model) ของสจิว์ท แอล ทับบ์ส และ ซิลเวีย มอสส์ (2000) ซึ่งได้อธิบายว่า กระบวนการสื่อสารเป็นการสร้างความหมายร่วมกันระหว่างบุคคลสองคนขึ้นไป โดยการสื่อสารนั้น ไม่ใช่เพียงการมีปฏิกริยาที่ตอบโต้กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่การสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวมีผลต่อคู่สื่อสารหรือบุคคลที่กำลังสื่อสารพร้อมกันและต่อเนื่องกัน

จากการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารของกลุ่มผู้นำเพื่อสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดก โดยกระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วย (1) กลุ่มผู้นำ (2) ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่า (3) สื่อต่างๆ ที่ใช้ (4) ประชาชน มีรายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มผู้นำ

กลุ่มผู้นำ คือ ผู้ส่งสารที่เป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารในทุกองค์ประกอบ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และความน่าเชื่อถือ เป็นผู้ที่มีทัศนคติในการพัฒนา ซึ่งได้แก่ นักวิชาการ ผู้บริหาร การพัฒนาท้องถิ่น ผู้นำชุมชนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา ที่ทำการกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลา การยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา และกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยการให้ความรู้ รวมไปถึงการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ย่านเมืองเก่าสงขลาแก่เด็กนักเรียนด้วยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสาร SMCR Model ของเดวิด เค เบอร์โล (1960 อ้างในสุรัตน์ ตรีสุกต (2549, หน้า 73) ซึ่งได้อธิบายว่าผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบในการส่งเสริมประสิทธิภาพการสื่อสาร จะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับกนกวรรณ เวชชานูเคราะห์ (2556) ได้อธิบายว่า ผู้ส่งสารในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโดน จังหวัดสมุทรสงคราม นั่นคือ ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นในด้านทัศนคติและพฤติกรรม เนื่องจากผู้ส่งสารเป็นผู้มีคุณสมบัติ คือ มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้ในลักษณะผู้เชี่ยวชาญ มีจิตสาธารณะทำเพื่อส่วนรวม ทันสมัยเปิดรับสิ่ง

ใหม่ๆ และมีทัศนคติเปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นซึ่งกลุ่มผู้นำเองก็ได้มีการกำหนดเป้าที่จะให้ประชาชนหรือนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและรับรู้ร่วมกันกับเทศบาล กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา 100 % แต่ทั้งนี้กลุ่มของผู้นำก็ยังมิได้กำหนดหรือระบุผู้ที่ต้องทำการสื่อสารอย่างชัดเจน เพียงแต่ใช้วิธีการว่า ใครที่มีโอกาสในการที่จะให้ข้อมูลได้ก็ทำ

2) ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่า

ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งเป็นสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม คือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ จุดเด่นและลักษณะเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยว ของย่านเมืองเก่าสงขลา ข้อมูลแนวทางปฏิบัติที่ออกเป็นเทศบัญญัติของเทศบาล แนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสู่เมืองมรดกโลก หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านกิจกรรมและการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก และข้อมูลด้านกิจกรรมที่มีการดำเนินเกิดขึ้นในบริเวณพื้นที่ย่านเมืองเก่า ซึ่งสอดคล้องกับการถอดบทเรียนของปาริชาต สถาปิตานนท์ (2549 หน้า 211) ที่ได้กล่าวว่า “สาร” ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม : สาร “ของ” ชุมชน “โดย” ชุมชน และเพื่อ “ชุมชน” อธิบายคือ เนื้อหาของสารต้องมิได้ตอบสนองความต้องการของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่เป็นเนื้อหาที่นำไปสู่ความรู้สึกร่วมถึงความเป็นเจ้าของ (owners) สารสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น หรือมีความคุ้นเคย ความผูกพัน เนื้อหาดังกล่าวจะช่วยให้การเข้าร่วมของบุคคลในชุมชนเต็มไปด้วยความเข้มข้นและตั้งใจมากขึ้น

3) สื่อที่ใช้

สื่อต่างๆ ที่กลุ่มผู้นำเลือกใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างกลุ่มผู้นำและประชาชนเมืองสงขลาในการแพร่กระจายข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีดังนี้

- สื่อบุคคล โดยการใช้นักท่องเที่ยวที่มีความรู้บรรยายและเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ฟังบรรยายโดยตรง

- สื่อใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ของกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา รวมไปถึงเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ส่วนตัวของสมาชิกกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา และเว็บไซต์ (Website) ของเทศบาลเมืองสงขลา

- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ 3 ภาษา คือภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน นอกจากนี้ได้จัดทำจุลสารในการแจ้งความก้าวหน้าในการดำเนินการนำย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสื่อสารการดำเนินรายการผ่านทางวิทยุชุมชนและผ่านทางคลื่นวิทยุของ สวท. สงขลา รวมถึงสื่อที่ไม่ได้ใช้บ่อย คือการทำสารคดีผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อกราฟิกผ่านจออิเล็กทรอนิกส์ LED

- สื่ออื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย สื่อกิจกรรม สื่อการแสดง และรถแห่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในช่วงเทศกาลและวันสำคัญ ซึ่งกลุ่มผู้นำต้องการจะสื่อให้ประชาชนรักษาระบบนิเวศน์ปลูกจิตสำนึกให้เกิดการอนุรักษ์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ทั้งนี้โดยสื่อต่างๆ ที่กลุ่มผู้นำได้กำหนดขึ้นในระบบการสื่อสารมีการพัฒนาช่องทางและการเชื่อมต่อประสานระหว่างช่องทางการสื่อสารพื้นฐานต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนนำไปสู่การเกิดระบบการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ข้อมูลสามารถหมุนเวียนภายในชุมชน ได้อย่างทั่วถึง และเป็นระบบพื้นฐานที่สำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน ซึ่งในการพัฒนากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนไม่จำเป็นต้องเลือกช่องทางที่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือสองทางเท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติแล้วการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมช่องทางสื่อสารต่างๆ ในพื้นที่แบบทิศทางที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลในชุมชนได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน จึงทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลายและทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับปาริชาต สถาปิตานนท์ (2549 หน้า 205) ที่ได้อธิบาย ช่องทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่า สื่อบางประเภท เช่น หอกระจายข่าว โทรทัศน์ เป็นช่องทางการไหลของข่าวสารแบบทางเดียว (one-way-communication) เป็นช่องทางการสื่อสารทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยตรงและเปิดโอกาสให้ผู้รับสารทำหน้าที่สะท้อนข้อมูลกลับในระดับน้อยหรือเรียกว่าไม่สมดุล แต่ในขณะที่เดียวกันสื่อบางประเภท เช่น สื่อชุมชน สื่ออินเทอร์เน็ต มักถูกมองว่าเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way-communication) และเป็นช่องทางเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถเข้ามาตอบโต้กันได้ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกิดขึ้นได้จะขึ้นอยู่กับการออกแบบกระบวนการสื่อสาร โดยเน้นพัฒนาช่องทางใหม่ที่เปิดโอกาสให้บุคคลฝ่ายต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมและพัฒนาช่องทางการสื่อสารเดิมเพื่อให้เกิดกระบวนการไหลเวียนของข้อมูล ตลอดจนเชื่อมต่อช่องทางการสื่อสารอื่นที่มีอยู่เข้าด้วยกัน เพื่อเกิดการกระจายและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

4) ประชาชน

ในองค์ประกอบการสื่อสารของการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ผู้รับสาร คือ ประชาชน เมื่อประชาชนได้รับสารจากกลุ่มผู้นำ แล้วนั้นในมุมมองของกลุ่มผู้นำนั้น ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมเวทีต่างๆ รวมถึงมีประชาชนบางส่วนที่เข้ามาเป็นอาสาสมัครในการร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ที่กลุ่มผู้นำจัดขึ้นส่งผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระดับชุมชน

เกิดการเปิดพื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และการกระชับสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในชุมชน ความภาคภูมิใจและความรู้สึกการเป็นเจ้าของร่วมกัน จนทำให้ชุมชนเกิดการถ่ายทอดข้อมูลที่แสดงถึงย่านเมืองเก่าสงขลาให้แก่ผู้อื่นได้สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของ Nair&White (1993 อ้างถึงในปรีชาต สถาปิตานนท์, 2549) ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการออกแบบการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถสื่อสารกันได้ในลักษณะของ “การปรึกษาหารือ”(dialogue) ร่วมกัน

ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารของกลุ่มผู้นำข้างต้น ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่เกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ทั้งนี้ประชาชนส่วนใหญ่มีความต้องการเพียงเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนไม่ได้ให้ความสนใจและให้ความตระหนักถึงส่วนได้ส่วนเสียในระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ดังเช่นที่ กรวรรณ เวชชานูเคราะห์ (2556) ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารในชุมชนจะทำให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือและการมีส่วนร่วม เมื่อชาวบ้านส่วนใหญ่ยอมรับนวัตกรรมแล้วนำไปปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จ จึงมีการชักชวนผู้อื่นทำให้เกิดความคล้อยตามและเปิดรับนวัตกรรมรูปแบบการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้บริบทการร่วมรับปัญหา ร่วมคิดและร่วมปฏิบัติของชุมชนในท้องถิ่น และการกระจายรายได้

2.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อที่เป็นข้อมูลข่าวสารทั่วไปมีการเปิดรับสื่อผ่านโทรทัศน์ และ เฟซบุ๊ก (Facebook) บ่อยครั้ง บางครั้งมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง ไลน์ (Line) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) อินสตาแกรม (Instagram) และวิทยุ สื่อที่แทบจะไม่เปิดรับข้อมูลเลย ได้แก่ วิทยุชุมชน จออิเล็กทรอนิกส์ LED ทวิตเตอร์ (Twitter) โปสเตอร์/ไวเนล/ป้ายไฟ วิ่ง/ป้ายโฆษณาแผ่นพับ หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว และโปรซัวร์ และไม่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากจุดสารและรถแห่เลย นอกจากนี้เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกประชาชนมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด รองลงมาภาพวาดบนผนัง (Street Art) และเคยรับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านหอกระจายข่าว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมในกระบวนการเลือกสรรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้วยการกลั่นกรองขั้นที่ 1 ของ Klapper (1960, อ้างถึงใน ศิวัช จันทนาสุภภรณ์ 2554, หน้า 9) ที่ได้ อธิบายไว้ว่า การเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจะเป็นขั้นแรกในกระบวนการของการเลือกช่องทาง

สื่อสารที่บุคคลจะปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่งหลายช่องทาง ตามความถนัดและความสนใจ รวมไปถึงทักษะและความชำนาญในการรับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลนั้นๆ เช่น บางคนถนัดฟังมากกว่าอ่าน บุคคลนั้นก็เลือกรับสารจากการฟังทางวิทยุมากกว่าการอ่านจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ

ทั้งนี้จากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาให้ความสนใจในการเปิดรับสื่อผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Facebook) อยู่บ่อยครั้ง บางครั้งมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง ไลน์ (Line) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) อินสตาแกรม (Instagram) และวิทยุ ทั้งนี้อาจเกิดจากในยุคปัจจุบันมีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นตัวแปรที่ทำให้การสื่อสารต่างๆ สามารถสื่อสารเข้าถึงได้อย่างเร็วขึ้น และสะดวกจึงเป็นจุดเด่นในการสร้างความสนใจแก่ผู้รับสารให้มีพฤติกรรมที่เปิดรับในสื่อต่างๆ ได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ชูศักดิ์ เพรสคอตท์ และสินี กิตติชนมวรกุล (2557) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีการเปิดรับอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) การที่ได้ข้อสรุปดังกล่าวนี้ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั่วทุกสังคมโลก โดยเฉพาะเมื่อมีสื่อออนไลน์เกิดมาจากการพัฒนาการทางการสื่อสารที่ก้าวหน้าก่อให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ๆ สื่อรองลงมา คือ วิทยุโทรทัศน์ โดยมีการเปิดรับอย่างสม่ำเสมอซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมข่าวสารทางการเมืองมากเป็นอันดับแรกคือ ช่องสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ซึ่งมีคุณสมบัติที่สามารถรับได้ด้วยการฟังการมองเห็นภาพ จึงมีส่วนช่วยอย่างมากต่อการรับรู้และความเข้าใจของผู้รับสาร และสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของ สถาพร สิงหะ (2556) ที่พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีการเปิดรับเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทันสมัย ง่ายต่อการเข้าถึง และสามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างน่าสนใจ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้และสะดวกที่จะเปิดรับมากที่สุดและเป็นสื่อที่มีการเปิดรับเป็นประจำ

2.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบันมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ข้อมูลที่เป็นจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่าสงขลา และข้อมูลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา ในระดับมาก และการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก รวมไปถึงรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตน

เกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกและหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก อยู่ในระดับปานกลางจะเห็นได้ว่าการรับรู้ข้อมูลที่เป็นเรื่องที่คุ้นเคยและเป็นความรู้ดั้งเดิมที่เคยจดจำประชาชนจะสามารถรับรู้ได้ในระดับที่คิดว่าข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องราวใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และเป็นข้อมูลเชิงนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับ Assael (1998) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ผู้บริโภคจะเลือกรับรู้โฆษณาหรือข้อมูลข่าวสารที่สนับสนุนกับความเชื่อและประสบการณ์เดิม จะทำให้ผู้บริโภคนั้นให้ความสนใจและจดจำมากเป็นพิเศษกว่าสิ่งที่ไม่เคยผ่านเข้ามาเป็นประสบการณ์มาก่อน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคหรือผู้รับสารพยายามจะไม่รับรู้ในสารใหม่ เพราะผู้รับสารพยายามที่จะรักษา “สภาวะสมดุลทางจิตวิทยา” (Psychological equilibrium) ของเขาให้เป็นปกตินั่นเอง ซึ่งได้สอดคล้องกับ กิรติ คชนทวา (2555) ที่ได้อธิบายการรับรู้ข่าวสารไว้ว่า ลักษณะการรับรู้ข่าวสารผู้รับสารต้องอาศัยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในกรณีที่ผู้รับข่าวสารมีความผูกพันกับวัตถุนานและมีเป้าหมายของการรับรู้อยู่แล้ว

ทั้งนี้หากต้องการใช้สื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก นั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อที่เหมาะสมในการใช้สื่อสารข้อมูลในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก คือ สื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ และการสื่อสารข้อมูลผ่านหอกระจายข่าวประชาชนให้มีความเห็นว่าเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุดสำหรับการนำมาใช้เป็นสื่อกลางในการส่งข่าวสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก โดยจะเห็นได้ว่าประชาชนจะเลือกการสื่อสารที่มีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาเป็นสื่อที่เหมาะสมในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเป็นสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งมีความทันสมัย ง่ายต่อการเข้าถึง และสามารถย่อระยะเวลาในการส่งสารได้ ซึ่งสอดคล้องกับการอธิบายงานของกาญจนา เขียววิทย์การและทศพล คุ่มสุพรรณ (2557) ที่ว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารล้วนพึ่งพาโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองความต้องการสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารได้ทันทีทันใด ซึ่ง สถาพร สิงหะ (2556) ก็ได้อธิบายแบบเดียวกันว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทันสมัย ง่ายต่อการเข้าถึง และสามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างน่าสนใจ ซึ่งจะส่งผลต่อผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหาได้และสะดวกที่จะเปิดรับมากที่สุดและเป็นสื่อที่มีการเปิดรับเป็นประจำ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณและสร้างกิจกรรมส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ของสมาชิกชุมชนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนบทบาทให้ชุมชนมาเป็นผู้ใช้สารให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคล และสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมฝึกฝนและร่วมกันบริหารการสื่อสารในชุมชนร่วมกัน เช่น การกำหนดข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกที่คาดว่าชุมชนให้ความสนใจการปรึกษาหารือบนพื้นฐานความเป็นประชาธิปไตยในระดับชุมชน

2) คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ในฐานะผู้มีบทบาทสำคัญทางด้านการสื่อสารควรสร้างสัมพันธภาพกับผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชนเพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลในวิถีปฏิบัติและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เพื่อให้ได้รับโอกาสในการทำความเข้าใจร่วมกันกับผู้นำชุมชนในเป้าหมายของการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

3) คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ควรเลือกสมาชิกในชุมชนมาทำหน้าที่เป็นตัวแทนชุมชน โดยลักษณะของตัวแทนชุมชนต้องเป็นผู้ที่มีความ “กระตือรือร้น” และ “มีใจรัก” มาทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง โดยสมาชิกชุมชนได้มีส่วนร่วมในการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก และตัวแทนชุมชน จะต้องกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

4) คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ควรกำหนดเนื้อหาสาระที่ทำให้ชุมชนรู้สึกถึงผลได้และผลเสียที่เกิดขึ้นจากการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลา รวมไปถึงเกี่ยวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อชุมชนโดยตรง

5) สื่อที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ดี ควรเป็นสื่อ โทททัศน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งสื่อเหล่านี้เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้ง่ายที่สุด แต่ทั้งนี้ควรกำหนดพื้นที่เฉพาะในการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนให้ชัดเจน

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งต่อไปเนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผู้รับสารเป็นลักษณะเชิงสำรวจ ดังนั้นควรมีการศึกษากลุ่มผู้รับสารด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกหรืออาจทำการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมาสู่กระบวนการในการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกต่อไป

2) ควรมีการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อติดตามและประเมินผลการสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาเป็นเมืองมรดกโลก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการสื่อสารย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในฐานะผู้ส่งสาร ได้แก่ (1) การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก (2) การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่การพัฒนาเป็นเมืองมรดกโลก

เมืองสงขลาตั้งเดิมขึ้นตั้งอยู่บริเวณ “หัวเขาแดง” โดยมีชาวมุสลิมเป็นผู้ปกครอง ในขณะนั้นเมืองสงขลาหัวเขาแดงเป็นศูนย์กลางการค้าในระดับนานาชาติจนสามารถผลิตสกุลเงิน “ชิงกอร่า” ขึ้นใช้เองได้เจ้าเมืองสงขลาในขณะนั้น ได้สร้างกำแพงเมืองป้อมค่ายที่แข็งแรงและประกาศตัวเป็นอิสลามไม่ขึ้นกับทางกรุงศรีอยุธยา กรุงศรีอยุธยาจึงส่งกองทัพมาปราบปรามจนราบคาบ ชาวสงขลา ณ ขณะนั้นจึงย้ายเมืองไปอยู่ที่ “แหลมสน” ซึ่งมีสภาพภูมิทัศน์ที่ยากต่อการขยายเมือง ลักษณะของอาคารบ้านเรือนหลังสงครามก็จะใช้วัสดุที่ไม่คงทนถาวร ทำให้ปัจจุบันการหาหลักฐานทางสถาปัตยกรรมหรือ โบราณสถานบริเวณย่านตั้งถิ่นฐานใหม่ (แห่งที่สอง) นี้ ทำได้น้อยมาก ช่วงเวลาในการตั้งถิ่นฐานของย่านเมืองเก่าสงขลา นั้น น่าจะมีความสอดคล้องกับการย้ายที่ตั้งเมืองจาก “แหลมสน” ซึ่งมีเจ้าเมืองเป็นคนจีนมาเป็น “สงขลาบ่อยาง” ในปี พ.ศ. 2385 (ตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 3) ภูมิทัศน์ของ “สงขลาบ่อยาง” นั้น มีลักษณะโดดเด่นเนื่องจากโดนขนานด้วยทะเลทั้งสองด้าน คือ “ทะเลสาบสงขลา” ทางทิศตะวันตกและ “ทะเลอ่าวไทย” ทางทิศตะวันออกตำแหน่งที่ตั้งของเมืองสงขลา นั้น อยู่บนจุดศูนย์กลางของการเดินเรือในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงทำให้สงขลาเป็นเมืองท่าที่สำคัญมาตั้งแต่สมัยโบราณเป็นที่รวบรวมแลกเปลี่ยนสินค้าผลิตจากในฝั่งแผ่นดินกับสินค้าจากต่างเมืองอื่นๆ ทำให้มีพ่อค้าและผู้คน

หลากหลายชาติพันธุ์มีการผสมผสานรูปแบบวัฒนธรรมที่หลากหลายโดยสะท้อนออกมาให้เห็นในรูปแบบของสิ่งปลูกสร้างทางสถาปัตยกรรมได้อย่างชัดเจน

ในปี พ.ศ.2553 รัฐบาลนำโดยคณะรัฐมนตรี ได้มีมติยกให้เมืองสงขลาเป็นเมืองมรดกของชาติจึงเกิดกระแสที่ทำให้ชาวสงขลาได้กลับมามองและสำรวจเมืองของตนเองอย่างจริงจัง พบว่าเมืองเก่าสงขลานั้นมีคุณค่าสมควรอย่างยิ่งแก่การอนุรักษ์และมีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาต่อไปเพื่อให้เป็นเมืองมรดกโลก โดยทางเทศบาลเมืองสงขลามีนโยบายในการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองเก่าสงขลาอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการเพิ่มชีวิตชีวาให้กับเมืองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเมืองเก่าอย่างสนุกและเสริมความรู้ความเข้าใจเมืองเก่าแก่บรรดาเหล่านักท่องเที่ยวผ่านการเรียนรู้องค์ประกอบของเมือง การเดินชมเมืองตามเส้นทางวัฒนธรรมต่างๆ จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และซาบซึ้งประทับใจกับคุณค่าของเมืองเก่าสงขลา ซึ่งผ่านเหตุการณ์ต่างๆ ทางประวัติศาสตร์มากกว่า 200 ปี

ความเคลื่อนไหวและทิศทางภาครัฐในปัจจุบันต่อเมืองเก่าสงขลา “แผนการฟื้นฟูย่านเก่าเมืองสงขลา มีเป้าหมายสำคัญในอนาคต คือ การมุ่งศึกษาถึงความเป็นไปได้และผลักดันเมืองบางส่วนเข้าสู่ฐานะเมืองมรดกโลกตามเกณฑ์ของ UNESCO” นายพีระ ตันติเศรณี ในขณะนั้น ได้จัดทำแผนการพัฒนาเมืองสงขลาในช่วงระยะเวลา ที่ผ่านมาทางภาครัฐเริ่มเข้ามาให้ความสนใจ โดยการวางนโยบายรวมถึงกระตุ้นให้ย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ความพยายามที่จะยกระดับย่านนี้มีความชัดเจนขึ้นจากช่วงปี พ.ศ. 2553 โดยทาง กรม. ได้มีมติให้เมืองสงขลาเป็น 1 ใน 10 เมืองเก่า ซึ่งเป็นเมืองมรดกชาติที่ต้องร่วมกันอนุรักษ์จนเกิดความตื่นตัวทั้งในระดับภาครัฐและประชาสังคม มีการรวมกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาโดยมีเป้าหมายในการพัฒนาพื้นที่เชิงอนุรักษ์และผลักดันให้ย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นเมืองมรดกโลกในอนาคต การผลักดันในยุคแรกได้เกิดขึ้นในสมัยการดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีนครสงขลาของคุณพีระ ตันติเศรณี และมีการสานต่อโดยคุณสมศักดิ์ ตันติเศรณี

การขับเคลื่อนพันธกิจการนำสงขลาไปสู่เมืองมรดกโลกเป็นการประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในพื้นที่ ทั้งกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (RMUTSV) เทศบาลนครสงขลา และ ปตท.สผ. โดยมีการเน้นย้ำถึงย่านเมืองเก่า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ยกให้เป็นพื้นที่ไ้แดงที่จะร่วมอนุรักษ์ไว้ ถนน 3 สายหลัก คือ ถนนนครนอก นครใน และถนนนางงาม ที่เป็นศูนย์รวมหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สืบสานกันมายาวนานกว่า 200 ปี เอาไว้ซึ่งเทศบาลนครสงขลาได้มีการเตรียมงบประมาณไว้เพื่อใช้ในการผลักดันโครงการดังกล่าว ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนานครสงขลาจนกว่าจะประสบความสำเร็จ แต่เนื่องจากการก้าวไปสู่เป้าหมายมรดกโลกนั้นต้องอาศัยขั้นตอนและความร่วมมือจากภาคประชาชนในพื้นที่อย่างจริงจัง ทั้งนี้ อาจต้องใช้เวลามากกว่า 15 ปี

การยื่นหนังสือเพื่อขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ทางภาครัฐได้มีการยื่นหนังสือในช่วงแรกไปในปีพ.ศ. 2558 โดยการเสนอเมืองสงขลาสู่มรดกโลกได้ยกจุดเด่นของความเป็นเมืองที่มีภูมิวัฒนธรรมหรือลักษณะเมืองหรือพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่อยู่ร่วมกับพื้นที่ทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ขอบเขตของตัวพื้นที่ในการยื่นขอขึ้นทะเบียนได้ครอบคลุมโดยตัวเมืองเก่าฝั่งบ่อและโดยรอบทะเลสาบสงขลาไปจนถึงเมืองเก่าสองยุคก่อน หน้าทั้งส่วนหัวเขาแดงและแหลมสนที่ยังคงปรากฏร่องรอยโบราณสถานทั้งสุสานป้อมปราการดั้งเดิม การยกขอบเขตของพื้นที่มรดกที่ค่อนข้างกว้างนั้นเข้าใจว่าเป็นความพยายามที่จะนำเสนอและเชื่อมโยงประวัติศาสตร์รากฐานความเป็นเมืองดั้งเดิมที่มีการสืบเนื่องมาจนปัจจุบัน แต่ความสำคัญยังคงมีเมืองเก่าสงขลาฝั่งบ่ออย่างใจหลักของพื้นที่ชุมชนประวัติศาสตร์ซึ่งภาครัฐได้มีการมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ขอขึ้นทะเบียนชั่วคราวแล้วนั้น ทำให้ลักษณะทางกายภาพของอาคาร สถาปัตยกรรม และบริบทต่างๆ จะได้รับการอนุรักษ์และดูแลจากตัวภาครัฐและภาคประชาคมพร้อมไปกับการกำหนดแผนพัฒนาและจัดการเชิงอนุรักษ์ย่านเมืองเก่า นโยบายที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่าจากแผนนโยบายช่วง ปีพ.ศ. 2556 มีการวางนโยบายดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้เวลาอยู่ในเมืองสงขลาเพิ่มมากขึ้น โดยการดึงเอาตัวกิจกรรมในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมาประกอบรวมเพื่อยกระดับรายได้ของประชาชนในพื้นที่ อาทิเช่น ยกยกระดับถนนคนเดินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ พัฒนาการท่องเที่ยวแบบครบวงจร จัดเทศกาลอาหารสองทะเลและเทศกาลอาหารฮาลาล จัดงานประจำปี “สมิหลา ย้อนยุค” การปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่เชิงกายภาพภายใน

นิยามของมรดก หมายถึง แหล่งมรดกที่เป็นแหล่งที่รวบรวมความหลากหลายด้านต่างๆ ของโลกใบนี้เอาไว้โดยสะท้อนให้เห็นถึงความทรงจำ ความงดงาม และมีความหมายต่อมวลมนุษยชาติ ซึ่งไม่จำกัดอยู่เพียงมรดกทางสังคมหรือวัฒนธรรมมนุษย์เพียงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงแหล่งทางธรรมชาติที่สำคัญด้วยความแตกต่างระหว่างการถูกยกหรือคุณค่าในฐานะความเป็นมรดกโลกและมรดกชาติ สำหรับความเป็นตัวมรดกของชาติได้นั้นมักจะอิงอยู่ภายใต้ นิยามมรดกในฐานะเกียรติภูมิของประเทศหรือการเป็นเครื่องยืนยันถึงรากฐานความเป็นชาติ ในขณะที่คุณค่าในระดับโลก มรดกนั้นจะไม่จำกัดคุณค่าหรือการถือครองให้เป็นของ ชนชาติ ชาติพันธุ์ หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ความสำคัญของสถานที่นั้นจะถือให้เป็นสมบัติสากลร่วมกันของมวลมนุษยชาติที่เหนือไปกว่าพรมแดนของรัฐชาติความสำคัญต่อการได้ประกาศให้เป็นมรดกโลก นอกเหนือไปจากการได้รับการสนับสนุนทางการปกป้องรักษา และอนุรักษ์ตัวพื้นที่มรดกแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมและเผยแพร่คุณค่าของแหล่งมรดกที่จะยัง International Conference on Research and Design in Architecture and Related Fields 2016 สามารถยกสถานะจากความสำเร็จระดับ

ท้องถิ่นให้มีความสำคัญในระดับโลกหรือภูมิภาคด้วยเช่นกัน สิ่งที่จะส่งประโยชน์ต่อแหล่งมรดกที่ได้รับมากมายและสิ่งที่สำคัญคือการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในสงขลานั้น มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการยกระดับเมืองเก่าสงขลาไปสู่การเป็นเมืองมรดกภูมิภาคอาเซียนและมรดกโลก

ดังที่ปรากฏในตัวนโยบายของสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และโครงการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ในหัวข้อ “International Symposium on livable Old Town Tourism” ได้มีการวางบทบาทเมืองสงขลา และภูเก็ต ในฐานะจังหวัดนำร่องในการยกระดับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (IMG-GT) ภายใต้ยุทธศาสตร์ Old Town Tourism เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบ่งปันประสบการณ์และสร้างความร่วมมือ 6 เมืองเก่าใน 3 ประเทศ คือ

1. เมืองสงขลา และเมืองภูเก็ต ประเทศไทย
2. เมืองปาล์มบัง และเมืองโกตา ซาวาลุน โด ประเทศอินโดนีเซีย
3. เมืองมะละกาและเมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย

ลักษณะการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับภูมิภาคเช่นนี้ เห็นได้ว่าการเชื่อมโยงแหล่งมรดกในภูมิภาคเข้าด้วยกัน นอกเหนือไปจากสร้างการแลกเปลี่ยนในระดับวิชาการที่มีต่อพื้นที่เมืองประวัติศาสตร์ยังส่งผลต่อการขยายพื้นที่เศรษฐกิจและธุรกิจการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคด้วย

แนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐและเอกชนที่ได้พยายามที่จะยกระดับเมืองเก่าสงขลาทั้งสามจุดนี้รวมไปถึงภูมิทัศน์ทางธรรมชาติโดยรอบให้ได้รับการขึ้นทะเบียนระดับโลกได้ส่งผลอย่างมากต่อการขยายตัวทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสร้างแนวโน้มนการพัฒนาตัวพื้นที่และอาคารเพื่อรองรับความต้องการจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกภูมิภาค

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากคณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนหลักในการการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ในฐานะผู้ส่งสาร จำนวน 6 ท่าน ดังนี้

1. **คุณสืบสกุล ศรีสุข** ตำแหน่ง ผู้อำนวยการภาคินรักเมืองสงขลา
2. **คุณชนินทร์ สาครินทร์** ตำแหน่ง ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสงขลาและรองนายกภาคินรักเมืองสงขลาสมาคม
3. **คุณสุนทรณ์ พัฒนาญกุล** ตำแหน่ง มัคคุเทศก์อาสาสมัคร คณะกรรมการของภาคินรักเมือง

สงขลาสมาคม

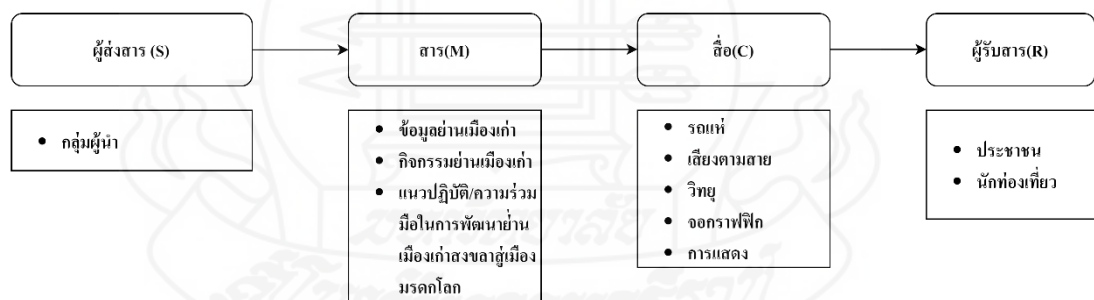
4. **คุณจักรกฤษณ์ ภัทรนิษฐ์** ตำแหน่ง คณะกรรมการของภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม ที่ปรึกษา
นายกของสมาคมมกเคียน
5. **คุณปาริตา แก่นพลอย** ตำแหน่ง คณะทำงานด้านประชาสัมพันธ์กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา
6. **ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี** ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีนครสงขลา คณะกรรมการด้านรัฐที่ให้การ
สนับสนุน

2.1 การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญต่อบุคคลและองค์กร เพราะยุคปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารจะทำให้คนมีความรู้และมีโลกทัศน์ที่กว้างขึ้น การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมสามารถสืบทอด พัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของสังคมได้ โดยแต่ละสังคมก็จะมี การสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป

ดังนั้น สำหรับการสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสู่เมืองมรดกโลกจึงเป็นกลไกสำคัญในการสื่อสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกให้คนสงขลา มีความรู้ มีการสืบทอด การรับรู้วัฒนธรรมของสังคม

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกใช้กระบวนการสื่อสาร 3 รูปแบบ ดังนี้

1) กระบวนการสื่อสารที่เน้นการสื่อสารขั้นพื้นฐาน สามารถเขียนเป็นแผนผังกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 กระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเน้นการสื่อสารทางเดียว

กลุ่มผู้นำทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ประชาชนเป็นผู้รับข่าวสารที่ถูกถ่ายทอดเท่านั้น เป็นเพียงการรับรู้แต่ไม่ได้แสดงความคิดเห็น ซึ่งการสื่อสารของกลุ่มผู้นำได้สื่อสารเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารของการพัฒนาย่านเมืองเก่า

โดยใช้สื่อรณรงค์ สื่อประกาศเสียงตามสาย วิทยุ จอกราฟิก และการสื่อสารข้อมูลผ่านการแสดง ล้วนแล้วแต่เป็นการสื่อสารทางเดียวทั้งสิ้น

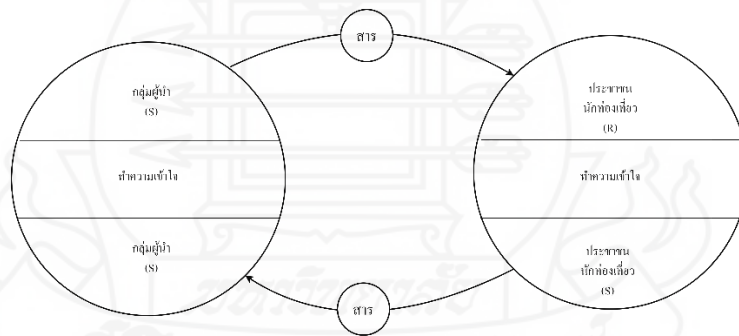
“การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับและการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา โดยการใช้รณรงค์ ประกาศเสียงตามสาย วิทยุชุมชน และจอกราฟิก ที่เป็นช่องทางการสื่อสารของเทศบาลทั้งหมด”

(ดร. สมศักดิ์ ดันติเสรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ในการสื่อสารข้อมูลย่านเมืองเก่านั้น ผมได้รับโอกาสในการจัดรายการของสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยอาทิตย์ละ 1 ชั่วโมง โดยให้ไปออกรายการนำเรื่องสงขลาสู่มรดกโลกเล่าสู่กันฟัง นอกเหนือจากการจัดรายการวิทยุแล้วกิจกรรมที่โรงสีแดงเป็นตัวขับเคลื่อนในการสื่อสารข้อมูล โดยให้นำเอาประวัติศาสตร์มาแสดงเป็นละคร”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2) กระบวนการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์สามารถเขียนเป็นแผนผังกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้



ภาพที่ 4.2 กระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเน้นการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์

กระบวนการสื่อสารเน้นเทศบาล กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา และประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร สามารถสลับบทบาทซึ่งกันและกันได้ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน ทั้งนี้กลุ่มผู้นำจะได้รับปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ตอบกลับเมื่อเกิดเวทีการประชุมทั้งที่กลุ่มภาคีจัดขึ้นเองหรือเทศบาลจัดขึ้น

“การเชิญชาวบ้านมาประชุมและรับความคิดเห็นในเรื่องของการพัฒนาเมือง
เก่านี้คือจุดสำคัญ เพราะประชาชนจะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเมืองได้”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

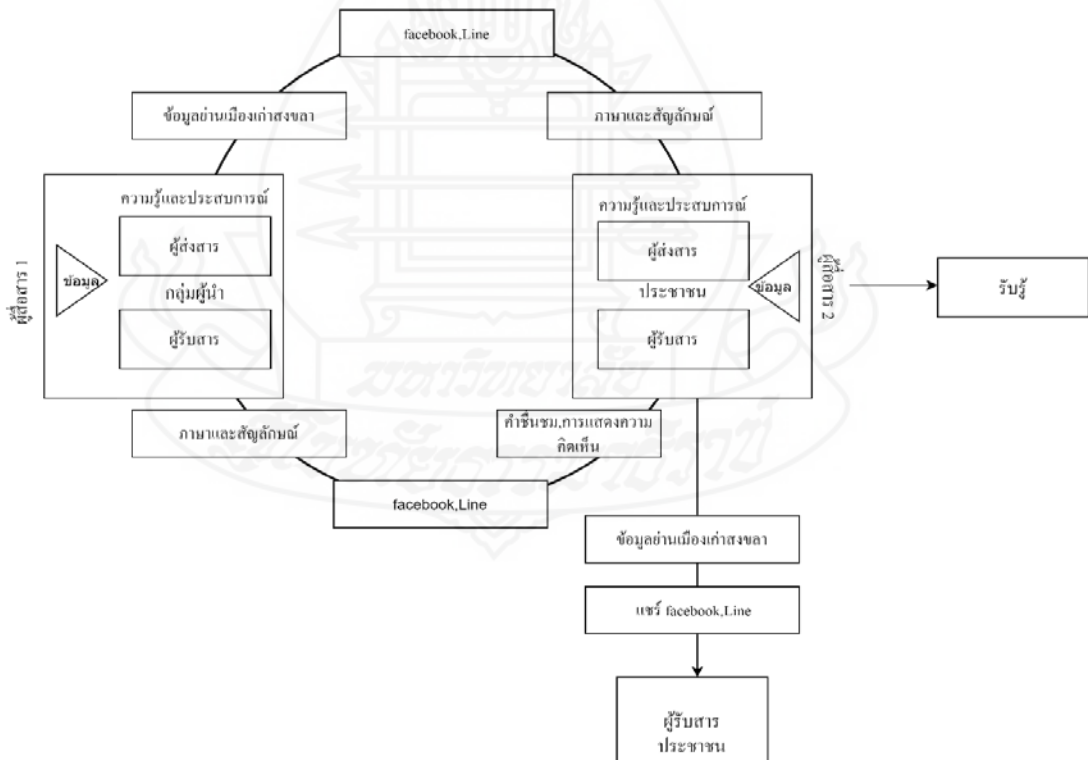
“กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาจะมีการเปิดเวที เพื่อให้คนที่อยู่ในพื้นที่เข้ามาร่วม
แสดงความคิดเห็นการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“การสื่อสารในการผ่านที่ประชุมที่บางครั้งหากประชาชนที่เข้าร่วมประชุมไม่
เห็นด้วยก็จะมีการคัดค้านและให้กลุ่มภาคีหรือเทศบาลได้นำไปปรับปรุงแก้ไข”

(สุนทร พัฒนยกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

3) กระบวนการสื่อสารในการสร้างความหมายร่วมกันสามารถเขียนเป็นแผนผัง
กระบวนการสื่อสารได้ดังนี้



ภาพที่ 4.3 กระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาเน้นการสื่อสาร
แบบการสร้างความหมายร่วม

การสื่อสารลักษณะนี้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลคือ ผู้ส่งสารคนที่ 1 และ 2 เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสารพร้อมกันในสถานการณ์ของการสื่อสาร ทั้งนี้ทักษะของการสื่อสารในกระบวนการดังกล่าวขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่าสงขลา จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สื่อสารทั้งสอง โดยสารที่สื่อออกออกไปจะใช้ภาษาเขียนลงบนสื่อเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ซึ่งกระบวนการสื่อสารดังกล่าวอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดของข้อมูลหรือคู่สื่อสารไม่ได้รับข้อมูลระหว่างกัน อย่างไรก็ตามเมื่อการสื่อสารเชื่อมโยงกันจะเห็นได้ว่ากลุ่มประชาชนมีปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) หรือส่งต่อข้อมูลไปยังผู้รับสารอื่น พฤติกรรมดังกล่าวจึงทำให้กลุ่มผู้นำสามารถประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวได้

“กระบวนการสื่อสารข้อมูลการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาจะนำข้อมูลลงเฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) การตอบสนองส่วนใหญ่จะมีคนไปตอบข้อความใน เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่สร้างสรรค์ส่วนมากมาแสดงความชื่นชมแล้วก็ให้กำลังใจกันเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงการนำข้อมูลที่มีการเผยแพร่แชร์ต่อเพื่อให้ผู้อื่นได้รับทราบข้อมูลเช่นกัน”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“โดยส่วนตัวแล้วจะมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่าน เฟซบุ๊ก (Facebook) พอมีคนสนใจก็จะโทรมาถามข้อมูล ”

(สุนทร พัฒนากุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

จากการอธิบายกระบวนการสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ ที่กลุ่มผู้นำได้นำมาใช้ผสมผสานกัน ซึ่งแต่ละกระบวนการสื่อสารจะแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบของสื่อ/ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ โดยสามารถอธิบายรายละเอียดในการสื่อสารได้ดังนี้

2.1.1 สื่อ/ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1) สื่อบุคคล โดยการใช้บุคคลที่มีความรู้บรรยายและเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ฟังบรรยายโดยตรง และบนรถรางชมเมืองที่จะพานักท่องเที่ยวสัมผัสกับย่านเมืองเก่าสงขลาที่เห็นเป็นรูปธรรมโดยกิจกรรมการสื่อสารผ่านบุคคลจะจัดขึ้นที่บริเวณ โรงสีแดงซึ่งเป็นจุดสำคัญของย่านเมืองเก่าสงขลา

“เมื่อนักท่องเที่ยวมายังเทศบาลเมืองสงขลา จะมีการจัดรถรางชมเมือง และการเล่าเรื่องราวของคนสงขลาให้นักท่องเที่ยวฟังเน้นเป็นพิเศษในเรื่องของเด็กและเยาวชนของสงขลา คือ ยังไงเราเป็นคนสงขลาต้องรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาอยู่ในโรงเรียนสังกัดของเทศบาล และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กซึ่งโรงเรียนมีทั้งหมด 5 โรงเรียน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอีก 5 ศูนย์ ก็ต้องเอาวิชาหน้าที่พลเมือง สร้างการเรียนรู้ให้เด็ก”

(ดร.สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“มีการการประชุมสัมมนาค่อนข้างบ่อย เพื่อให้คนทุกระดับ ทั้งภาครัฐและเอกชน เขามารวมเวทีการประชุม”

(สุนทร พัฒนายุกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ภาคีก็เริ่มจากประชาชนครับ มีการทำประชาวิจารณ์ คนมาทำกิจกรรมอะไรก็มานั่งคุยเสวนาตลอด”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่เป็นการบรรยายซึ่งผู้ฟังบรรยายส่วนใหญ่ก็จะเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและนักท่องเที่ยว”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)



ภาพที่ 4.4 เวทีการเสวนาวันสงขลา โครงการงานวัฒนธรรมของดีเมืองสงขลา
ที่มา: เฟซบุ๊ก (facebook) เสน่ห์สงขลา Songkhla Attractions, 2563



ภาพที่ 4.5 การบรรยายบนรถรางชมเมืองสงขลา
ที่มา: คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก, 2563



ภาพที่ 4.6 นายกพีระ ตันติเศรณี บรรยายสนับสนุนให้สงขลาสู่มรดกโลก
ที่มา: <https://www.songkhla-ht.org/activities>, 2563



ภาพที่ 4.7 คุณครูโรงเรียนในสังกัดเทศบาลบรรยายในรายวิชาหน้าที่พลเมือง
ที่มา: คณะทำงานด้านการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก, 2563

2) สื่อใหม่ เป็นสื่อที่ย่านเมืองเก่าสงขลาใช้เป็นสื่อหลักในการสื่อสารข้อมูลให้แก่ประชาชนผ่านสื่อ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) และเว็บไซต์ (Website)

“การสื่อสารที่กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาได้มีการดำเนินการจัดตั้ง เฟซบุ๊ก (Facebook) ในนามของย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก รวมไปถึงการใช้ เว็บไซต์ (Website) ของเทศบาลเมืองสงขลาเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สื่อสารข้อมูลไปยังประชาชนด้วย”.

(ดร.สมศักดิ์ ดันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“สื่อที่กลุ่มภาคีใช้เป็นประจำคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้รับข่าวสารได้ง่ายและเร็วที่สุด นอกเหนือจากนี้สมาชิกกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาได้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) ส่วนตัว โพสต์ภาพและข้อมูล กิจกรรมของย่านเมืองเก่าสงขลา ลงพื้นที่ส่วนตัวของตนเอง”

(ชนินทร์ สาครินทร์และสุนทร พัฒนายุกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ตัวท่านมีผู้ติดตามใน เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) รวมแล้ว ประมาณ 3-4 หมื่นคน ซึ่งเมื่อท่านมีการโพสต์ข้อมูลก็จะได้รับการตอบสนองจากผู้ติดตามทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) อยู่เสมอ”

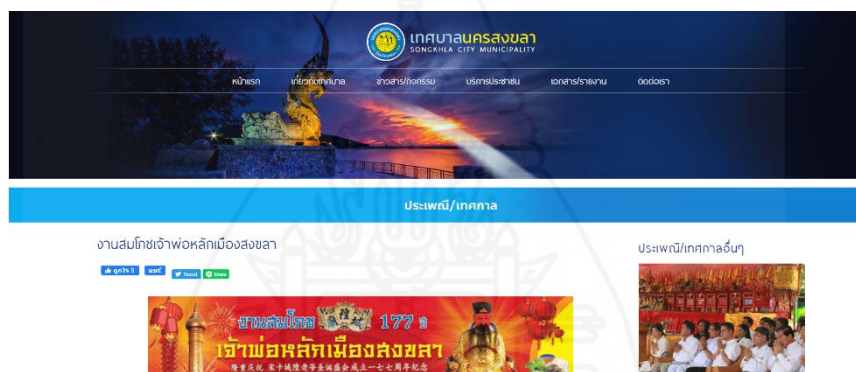
(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“สื่อหลักที่ใช้ในการกระจายข่าวสารจะใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์ (Line) องค์กร รวมถึงการประชุมร่วมกับเทศบาลเมืองสงขลาเพื่อนำข้อมูล เว็บไซต์ (Website) ของเทศบาลและองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา (อบจ.สงขลา) เพื่อช่วยในการกระจายข่าวสาร ประชาสัมพันธ์”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)



ภาพที่ 4.8 เฟซบุ๊ก Songkhla heritage society ภาศึคนรักเมืองสงขลา
ที่มา: <https://www.facebook.com/songkhla.asia, 2563>



ภาพที่ 4.9 เว็บไซต์เทศบาลนครสงขลา
ที่มา: <https://www.songkhla-city.go.th/2020/festival/detail/12/data.html>

จะเห็นได้ว่าสื่อใหม่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) และเว็บไซต์ (Website) ที่กลุ่มผู้นำใช้และให้ความสำคัญนั้น สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการส่งข่าวสารข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกสู่ประชาชนได้ง่ายและรวดเร็ว

3) สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ได้มีการจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลา คือ แผ่นพับ 3 ภาษา ซึ่งทางกลุ่มผู้นำจัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบคำบรรยายในรถรางแห่ชมเมืองเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ต้องการความรู้ได้เห็นสถานที่จริงไปพร้อมกับข้อมูลที่บรรยายไว้ 3 ภาษา คือภาษาไทย ภาษาอังกฤษที่ใช้เป็นสากล และภาษาจีนที่รองรับภาษาที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนที่มักจะมาเยี่ยมชมย่านเมืองเก่าสงขลาเป็นประจำ

“การสื่อสารนอกจากจะใช้ Social และ เว็บไซต์ (Website) เทศบาลแล้วยังมีแผ่นพับ 3 ภาษาที่จะใช้แจกให้กับผู้ที่มาเยี่ยมชมเวลาที่มีการอธิบายและเล่าเรื่องราวของสงขลาบนรถรางที่จะพาเขาไปดูตามสถานที่ต่างๆ ”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเสรมณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

นอกจากนี้นักกลุ่มผู้นำได้จัดทำจุดสารในการสื่อสารกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลาแล้วนำไปแจกตามบ้านเรือนของชาวสงขลาได้ทราบ

“สิ่งพิมพ์ที่ได้จัดทำจะทำในลักษณะของจุดสาร และเผยแพร่โดยการนำไปแจกให้กับทุกบ้านซึ่งจุดสารจะมีการจัดทำขึ้นเมื่อกลุ่มภาคีต้องการสื่อสารถึงความก้าวหน้าในการดำเนินการนำย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)



ภาพที่ 4.10 ภาพวาดฝาผนัง

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา, 2563

Welcome to SONGKHLA
宋卡古城欢迎您
ยินดีต้อนรับสู่บ้านเมืองท่าสงขลา

Songkhla Local ARCHITECTURAL STYLE
สถาปัตยกรรมแบบเมืองท่าสงขลา

Commercial Chinese Shophouses
บ้านจีนในเมืองท่า

Traditional Chinese Shophouses
บ้านจีนแบบดั้งเดิม

Sino-European Shophouses
บ้านจีนแบบยุโรป

Sungoi Old Town
เมืองเก่าสงขลา

Songkhla National Museum
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสงขลา

Songkhla city pillar shrine
ศาลหลักเมืองสงขลา

Machhimawat Temple (Wat Hing)
วัดมหาสมณานันท์

Guan Yu Shrine
ศาลเจ้ากวนอู

HUB HO HIN
หับโฮฮิน

BAAN NAKORN NAI
บ้านนาครนัย

Emergency Information Numbers
เบอร์ฉุกเฉิน

Siangpai Tour
ทัวร์สิปาง

Songkhla Provincial office of Tourism and Sports
สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา

ภาพที่ 4.11 แผ่นพับสามภาษา

ที่มา: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา, 2563

4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสื่อสารการดำเนินรายการผ่านทางวิทยุชุมชน และผ่านทางคลื่นวิทยุของ สวท. สงขลา โดยมีผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้เกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นผู้ดำเนินรายการ

“รายการวิทยุของภาคีจะออกอากาศทุกวันจันทร์ - วันศุกร์ และผู้ดำเนินรายการคือ ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับย่านเมืองเก่า เป็นรายการเกี่ยวกับความเป็นปึกได้บ้านเรา ความเป็นสงขลา ผ่านทางคลื่นวิทยุ สวท.สงขลา”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“นอกจากจะมีการดำเนินรายการผ่านทางคลื่นวิทยุ สวท.สงขลาแล้ว ท่านยังมีการดำเนินรายการวิทยุผ่านทางวิทยุชุมชนอีกด้วย”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับและการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา โดยการใช้รถแห่ ประกาศเสียงตามสาย วิทยุชุมชน และจอกกราฟิก ที่เป็นช่องทางการสื่อสารของเทศบาลทั้งหมด”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

อีกสื่ออิเล็กทรอนิกส์กลุ่มผู้นำจะสื่อสารแต่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย คือ การใช้สื่อโทรทัศน์ การทำสารคดี และสื่อกราฟิกสื่อเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญหรือมีข้อมูลสำคัญที่ต้องการสื่อสารก็จะนำเอาสื่อเหล่านี้มารวมด้วย

“มีชาวใต้หวันเข้ามาติดต่อเพื่อทำสารคดีย่านเมืองเก่า มีกราฟิกบนจอ LED วิทยุ และเสียงตามสาย”

(ดร.สมศักดิ์ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“จอกกราฟิกเพื่อให้ประชาชนสงขลาได้รู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ แต่อย่างไรสื่อเหล่านี้ก็ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่น้อยเพราะถ้าไม่มีเหตุการณ์สำคัญก็จะมีไม่มีการเลือกสื่อสารผ่านทางโทรทัศน์”

(จักรกฤษณ์ ภัทรนิศย์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)



ภาพที่ 4.12 การจัดรายการวิทยุ “สงขลาสู่มรดกโลก”

ที่มา: <https://www.facebook.com/surb.sakul>, 2563



ภาพที่ 4.13 สารคดีผ่านจอกราฟฟิก

ที่มา: เฟซบุ๊ก (facebook) เสน่ห์สงขลา Songkhla Attractions, 2563

5) สื่ออื่นๆ ประกอบด้วย สื่อกิจกรรม สื่อการแสดง และรถแห่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในช่วงเทศกาลและวันสำคัญ ซึ่งกลุ่มผู้นำต้องการจะสื่อให้ประชาชนรักษาระบบนิเวศน์ปลูกจิตสำนึกให้เกิดการอนุรักษ์เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

“การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับและการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา โดยการใช้รถแห่ ประกาศเสียงตามสาย วิทยูชุมชน และจอกราฟิก ที่เป็นช่องทางการสื่อสารของเทศบาลทั้งหมด”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“นอกเหนือจากการจัดรายการวิทยุแล้วกิจกรรมที่โรงสีแดงเป็นตัวขับเคลื่อนในการสื่อสารข้อมูล โดยการนำเอาประวัติศาสตร์มาแสดงเป็นละคร”

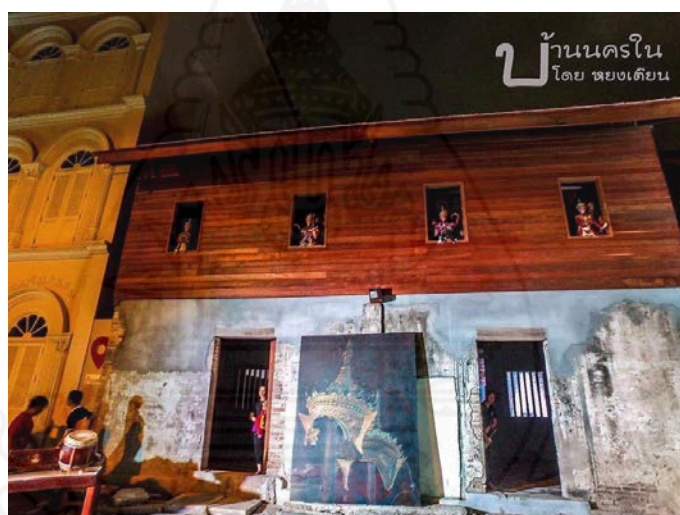
(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“หน่วยงานอื่นด้วยที่เข้าร่วมกิจกรรม อย่างเช่น อาจจะผ่าน *ECO Tourism* เป็นกิจกรรมว่ายน้ำข้ามทะเลสาบ”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)



ภาพที่ 4.14 กิจกรรมว่ายน้ำข้ามทะเลสาบ
ที่มา: เฟซบุ๊ก (facebook) Singora Lake Swim ว่ายน้ำข้ามทะเลสาบสงขลา, 2563



ภาพที่ 4.15 การแสดงเล่าประวัติเมืองสงขลา ในงาน “เวทีสงขลาเมืองเก่า”
ที่มา: เฟซบุ๊ก (facebook) สงขลาเมืองเก่า, 2563

ทั้งนี้กลุ่มผู้นำไม่ได้มีการกำหนดเกณฑ์การเลือกสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร แต่จะใช้มาตรฐานของกลุ่มเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ

“การเลือกใช้สื่อไม่ได้มีเกณฑ์ในการเลือก เพราะกลุ่มผู้นำเลือกใช้มาตรฐานการส่งเข้า เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นหลักและสิ่งพิมพ์เป็นหลัก นอกเหนือจากนั้นก็จะเป็นวิทยุชุมชน”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ไม่ได้มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร ส่วนใหญ่ก็คือทางเฟซบุ๊ก (Facebook) และหน่วยงานอื่นด้วยที่เข้าร่วมกิจกรรม อย่างเช่น อาจจะผ่าน ECO Tourism เป็นกิจกรรมว่ายน้ำข้ามทะเลสาบ เคยจัดเป็นแล้วครั้งหนึ่ง ก็จะผ่านหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์ หรือไม่ก็ผ่านทางเทศบาล หรือ อบจ ”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2.1.2 เนื้อหาที่ใช้สื่อสาร ได้แก่ ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ข้อมูลเทศบาล วัตถุประสงค์ กิจกรรม จุดเด่นของย่านเมืองเก่าสงขลา แนวทางการพัฒนา ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา

1) ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ เป็นเรื่องราวความเป็นมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ในสถานที่ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป วิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในอดีตจนทำให้เป็นย่านเมืองเก่าสงขลาในปัจจุบัน โดยผ่านการเล่าเรื่องของบุคคลผู้มีความรู้ รวมไปถึงการนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งในรายวิชาหน้าที่พลเมืองของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลด้วยวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้เด็กและเยาวชนมีความรู้ย่านเมืองเก่าสงขลาและสามารถนำไปถ่ายทอดสู่ผู้อื่นได้

“เน้นเป็นพิเศษในเรื่องของเด็กและเยาวชนของสงขลา คือ ยังไงเราเป็นคนสงขลาต้องรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาอยู่ใน โรงเรียนสังกัดของเทศบาลและศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ซึ่งโรงเรียนมีทั้งหมด 5 โรงเรียน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอีก 5 ศูนย์ คือต้องเอาวิชาหน้าที่พลเมือง สร้างการเรียนรู้ให้เด็กเพราะเด็กสงขลาต้องรู้ ข้อมูลเหล่านี้นอกจากเราจะถ่ายทอดสู่เด็กและเยาวชนแล้วยังมีการถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวโดยการเล่าเรื่องราวความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของคนสงขลาที่มีมายาวนานขณะที่นั่งรถรางชมเมือง”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“การให้ข้อมูลโดยการเล่าเรื่องความเป็นมาของเมืองสงขลาผ่านรูปภาพ ก่อนที่จะชมพາชม โดยรรางชมเมือง”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2) ข้อมูลทางด้านเทศบัญญัติของเทศบาล ข้อมูลทางด้านนี้จะเป็นการกล่าวถึงการอนุรักษ์ย่านเมืองเก่าสงขลาและแนวทางในการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา

“การออกเทศบัญญัติของเทศบาลออกเพื่อเป็นการควบคุมการก่อสร้าง หรือการซ่อมแซมอาคารจะต้องอยู่ในรูปแบบสภาพแวดล้อมย่านเมืองเก่าหากมีการรื้อถอนแล้วปลูกสร้างใหม่ต้องก่อสร้างมาในรูปแบบเดิม เพื่อเป็นการควบคุม ดูแล อนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้เป็นเรื่องราวประวัติศาสตร์”

(ดร.สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

3) ข้อมูลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา จะนำประเด็นกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาต่างๆ มาสื่อสาร เช่น กิจกรรมวันสงขลาเดอะเฟรช กิจกรรมโครงการวิ่งชิงคอร์รั

“การจัดรายการวิทยุ จะนำเอาเนื้อหาทางด้านกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น ในช่วงเวลาต่างๆ นำไปถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์ให้คนสงขลาได้รับรู้ โดยก่อนที่จะมีกิจกรรมนั้นเกิดขึ้นก็จะมีการพูดถึงความก้าวหน้าในการดำเนินการจัดกิจกรรมให้คนสงขลาได้ทราบเช่นกัน”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ข้อมูลที่ทางกลุ่มจะประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารให้กับคนสงขลาได้รับรู้ คือกิจกรรมที่จะจัดขึ้นของย่านเมืองเก่า และจะเน้นการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนรวม ซึ่งตอนนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำคือ กิจกรรมงานตลาดสองเล ซึ่งเป็นงานตลาดย้อนยุคที่มีอาหารพื้นเมืองมาขายและจัดขึ้นในพื้นที่ 2 ฟังเป็นตึกสมัยอดีต”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

4) ข้อมูลจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลาซึ่งจะอธิบายถึงจุดเด่นความเก่าแก่ของตึก อาคารสถาปัตยกรรมต่างชาติ ทั้งสถาปัตยกรรมแบบชิโน โปรตุเกสแบบจีน ที่เป็นสถาปัตยกรรมตามกาลเวลา

“เนื้อหาจุดเด่นของย่านเมืองเก่าสงขลาที่สำคัญเลยคือ อาคารสถานปัตยกรรมของต่างชาติที่มีทั้งแบบโปรตุเกส แบบจีน ที่มีอยู่บริเวณถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้จะแฝงอยู่ในคำบรรยายที่ผู้บรรยายจะบรรยายในตาราง และจะมีข้อมูลบางส่วนที่ได้จัดทำออกมาในรูปแบบโปสเตอร์”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

5) ข้อมูลแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เป็นข้อมูลที่เสนอออกมาเพื่อให้ประชาชนในบริเวณพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลามีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นเพื่ออนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นอัตลักษณ์ให้คงอยู่อีกทั้งกลุ่มผู้นำได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คิด บวก ดี เพื่อเป็นเวทีกลางในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน สนับสนุนการร่วมคิดร่วมทำ การเสนอความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่การพัฒนา พื้นฟู ดูแลย่านเมืองเก่าสงขลาต่อไป เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ย่านเมืองเก่าสงขลา

“เนื้อหาแนวทางในการพัฒนาย่านเมืองเก่าจะมีการพัฒนาตามแผนแม่บทสงขลาสู่มรดกโลก โดยจะมีเวทีในการสื่อสารข้อมูลเหล่านี้ที่ศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า ซึ่งเราจะใช้เป็นแหล่งให้ทุกๆ ฝ่ายได้ให้ข้อเสนอแนะและแสดงความคิดเห็น”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

6) ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นข้อมูลที่กล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองสงขลา ขนมนพื้นเมืองที่หาทานที่ไหนไม่ได้

“ในรายการพาทินพาเที่ยวผู้ดำเนินรายการจะเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเมืองสงขลาไม่ว่าจะเป็นเขาดังกวน หาดสะกอม ถ้าอุโมงค์และหลวงพ่อดาวต่างๆ และเนื้อหาอาหารและขนมพื้นเมืองที่ไม่สามารถหาทานที่ไหนได้เพราะขนมแต่ละชนิดทำจากภูมิปัญญาที่มีมากกว่า 100 ปี”

(จักรกฤษณ์ ภัทรนิศย์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ทางกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาได้จัดทำแผ่นพับที่มีเนื้อหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวถึงแหล่งที่เกี่ยวและแหล่งที่กิน โดยจําแนกเสนอแก่ผู้ที่มีความสนใจในการมาท่องเที่ยวโดยเฉพาะ”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

7) ข้อมูลหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและการให้ความร่วมมือในกิจกรรม
กรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

“หน่วยงานที่เข้ามาร่วมกิจกรรมและช่วยในการพัฒนาย่านเมืองเก่า
สงขลาสู่เมืองมรดกโลกนั้น ข้อมูลเหล่านี้กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาจะนำเสนอเมื่อมีประชาชนเข้า
มามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่กลุ่มภาคีจัดขึ้น”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2.1.3 กลุ่มเป้าหมายที่สื่อสาร

ในการสื่อสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
กลุ่มผู้สื่อสารไม่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะส่งสารที่ชัดเจน ดังนั้น ทุกคนที่สามารถเข้าถึงสื่อ
ต่างๆ ได้ จะเป็นผู้ที่รับข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาได้เช่นกัน

“ไม่ได้มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเพราะถือว่าเปิด (Open) ทุกช่องทางจึง
ไม่ได้กำหนดกลุ่มคนที่เข้ามาดูอย่างไรแล้วต้องเน้นการให้ข้อมูลหรือสื่อสารข้อมูลแก่เด็กและ
เยาวชนเป็นพิเศษเพราะเด็กและเยาวชนจะต้องรู้ถึงความเป็นมาเกี่ยวกับบ้านเมืองของเขาตั้งแต่อดีต
จนถึงปัจจุบัน”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“กลุ่มผู้รับสารทั่วไปจะเป็นคนที่ติดตามทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ไลน์
(Line) อย่างไรก็ตามกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาที่ยังคงเล็งเห็นถึงความสำคัญที่เด็ก เยาวชน และคน
สงขลา ที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก”

(สืบสกุล ศรีสุข และสุนทร พัฒนายุกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ทุกคนของเมืองสงขลาควรมีข้อมูลทางด้านการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่
เมืองมรดกโลก เพราะเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสีย”

(ปาริตา แก่นพลอย และชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

ดังนั้น ถึงแม้กลุ่มผู้นำไม่ได้มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนแต่ยังคงให้ความสำคัญกับคนทั้ง 3 กลุ่มซึ่งได้แก่ เด็ก เยาวชน และคนสงขลาเพื่อพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกต่อไป

2.1.3 ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback)

ประชาชนในย่านเมืองเก่าไม่ค่อยได้มีส่วนร่วมในการสื่อสาร อาจจะมีปฏิกิริยาเพิกเฉยพอสมควร เว้นแต่กรณีที่เป็นประเด็นข่าวสารหรือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้รับสารได้รับผลกระทบจึงจะมีการสะท้อนข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) และจะเกิดการส่งต่อข้อมูลเมื่อผู้รับสารมีความชื่นชอบในข้อมูลที่มีการสื่อสารออกไป

“ผลจากการที่มีการสื่อสารไปส่วนใหญ่แล้วผู้รับสารก็จะฟังเฉยๆ นอกจากอะไรที่เดือดร้อนจริงๆ เค้ถึงจะมา ถ้าเค้ไม่เดือดร้อนเค้ก็ แค้รับทราบ”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ประชาชนจะมีการแชร์ข้อมูลต่อกันเมื่อข้อมูลที่ได้รับเป็นข้อมูลที่ตนมีความชื่นชอบและข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลกิจกรรมที่ทำให้เมืองสงขลาควมมีชีวิต”

(สุนทร พัฒนากุลและปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2.1.5 การประเมินผลการสื่อสาร

การประเมินคุณภาพการสื่อสารกลุ่มผู้นำไม่ได้สร้างเครื่องมือสำหรับการประเมินคุณภาพการสื่อสารไว้อย่างชัดเจน แต่จะนำเอาพฤติกรรมการสะท้อนกลับของคนในชุมชนมาเป็นตัวประเมินการสื่อสารที่ได้สื่อออกไป

“กลุ่มภาคีไม่ได้มีการประเมินคุณภาพการสื่อสาร แต่ส่วนใหญ่การสื่อสารก็ได้ผลเพราะชุมชนรับทราบข้อมูลที่ทางกลุ่มภาคีสื่อสารออกไป”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ยังไม่มีมีการประเมินคุณภาพการสื่อสารแบบจริงจัง ส่วนใหญ่ฟัง Feedback จากคำบอกเล่าของคนที่มาบอก เช่น เวลาที่มีคอนเสิร์ต จะมีชาวบ้านมาบอกว่าเสียงดังไปทางเราก็เบาเสียงลงให้เค้”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

อีกทั้งได้มีการประเมินการสื่อสารโดยการนำเอาการตอบรับการเข้าร่วมกิจกรรมมาใช้เป็นเกณฑ์การประเมินคุณภาพการสื่อสาร

“การประเมินคุณภาพ ดูกิจกรรมที่เราสื่อสารด้วยแต่ละครั้งนะครับมีการตอบรับที่เขาเข้ามาร่วมงานกันถือว่ายังอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ครับคือผมมองว่าเราอาจจะโชคดีในปัจจุบันนี้ครับมีอาจารย์ก้อยที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ของอบจ. มานั่งอยู่ที่นี้ คลื่นยังมีรายการวิทยุตรงเนี่ยอยู่เป็นประจำ แต่ก็หมายถึงว่าถ้าเป็นการแถลงข่าวก็อาจจะจะไปคุยในระดับผู้ว่าได้มอบฝ่ายประชาสัมพันธ์ให้ดูแลทีมนี้ทุกอย่างก็ไปสู่งานจังหวัดหมดแล้วครับสงขลาสู่มรดกโลกก็เหมือนกันครับเราใช้วิธีขับเคลื่อนทางกันเองเนี่ยปัจจุบันนี้ก็ผู้ว่าออกเป็นประกาศคำสั่ง แต่งตั้งคณะกรรมการตรงนี้สงขลาสู่มรดกโลก ”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2.1.6 ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสาร ข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
ดังนี้

1) ผู้ที่สื่อสารหลักไม่มีเวลาในการโต้ตอบการสื่อสาร

“เมื่อมีการสื่อสารข้อมูลแล้ว ผู้รับสารไม่มีความเข้าใจและมีคำถาม ผู้ส่งสารหลักไม่มีเวลาในการโต้ตอบ จึงทำให้ผู้ที่ให้ความสนใจและติดตามข้อมูลข่าวสารเลิกการติดตาม”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2) ประชาชนบางคนไม่ได้เข้าใจถึงข้อมูลที่ต้องการสื่อสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสู่เมืองมรดกโลก (สารที่ใช้ยังไม่สามารถสื่อสารได้ครบถ้วนสมบูรณ์ในการสร้างความเข้าใจให้ผู้รับสาร)

“ผู้รับสารบางคนยังไม่เข้าใจว่าการที่สงขลาเดินสู่มรดกโลก เป็นทางเดียวที่จะรักษาสงขลาไว้ได้คือ เขายังมองว่าเกณฑ์มรดกโลกจะทำให้เค้าทำอะไร ไม่นัด”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ประชาชนส่วนมากไม่เข้าใจว่ามรดกโลกคืออะไร การเชิญเข้าประชุมยังไม่ทั่วถึง เช่น ถนนนครใน ถนนนครนอก ถนนนางงามประชาชนเกือบ 1000 คน แต่เชิญประชุม

เพียง 100-200 คน การประชาสัมพันธ์ต้องให้ลึกซึ้งทั่วถึงให้ประชาชนได้เข้าใจว่าความเป็นมา คั้ง
นั้นการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องมรดกเมืองมรดกชาติหรือมรดกโลกยังสื่อให้ชาวบ้านไม่ชัดเจน”

(จักรกฤษณ์ ภัทรนิศย์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2.2 ข้อมูลการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมือง มรดกโลก

2.2.1 การเปิดโอกาสให้ชุมชน/ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร

กิจกรรมที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อสะท้อน
ให้เห็นการสลับบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลย่านเมืองเก่า
สงขลาที่ผ่านมา กลุ่มผู้นำมีการเปิดโอกาสให้ชุมชน/ประชาชน ภาครัฐ ภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม
ในการประชุมเรื่องการพัฒนาเมืองเก่าสงขลา

“การมีส่วนร่วมของพี่น้องประชาชนได้เริ่มขึ้นตั้งแต่สงขลาได้รับเป็นย่านเมือง
เก่าสงขลา แล้วได้มีการเชิญชาวบ้านร่วมประชุมเพื่อการพัฒนาย่านเมืองเก่า ซึ่งท่านมองว่าการเข้า
มามีส่วนร่วมในการประชุมเป็นจุดแข็งที่จะสามารถพัฒนาเมืองเก่าสงขลาได้”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“มีการการประชุมสัมมนาค่อนข้างบ่อย เพื่อให้คนทุกระดับ ทั้งภาครัฐและ
เอกชน เข้ามารวมเวทีการประชุม”

(สุนทร พัฒนายุกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

รวมถึงการเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมใดกิจกรรม
หนึ่ง เช่น การร่วมรับฟังข้อมูลข่าวสาร การเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น การปฏิบัติหรือทำตามนโยบาย
ของการสื่อสาร การอนุรักษ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมดั้งเดิมร่วมไปถึงการร่วมกิจกรรม เป็นต้น

“ภาคีก็เริ่มจากประชาชนครับ มีการทำประชาวิจารณ์ คนมาทำกิจกรรมอะไรก็
มานั่งคุยเสวนาตลอด”

(ตีบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“มีการเปิดโอกาส และมีประชาชนเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นอยู่ทุกครั้งที่เราเปิดเวที หรือบางครั้งที่ไม่ได้เปิดเวทีเค้าก็เดินมาที่นี่ได้สำนักงานเพื่อแสดงความคิดเห็น”

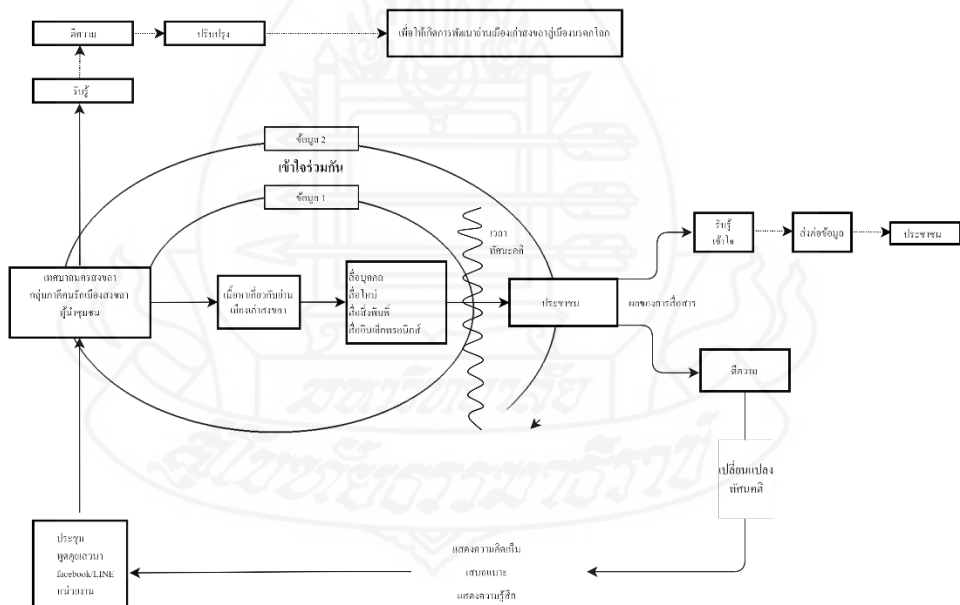
(ชนินทร์ ศาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ส่วนใหญ่ประชาชนในชุมชนในย่านเมืองเก่าเข้ามามีส่วนร่วม หรือถ้าต้องการทำ Project ใหม่ก็จะถามคนในชุมชน ถามความเห็นในทิศทางการทำงาน เช่น ต้องการปรับปรุงการจราจรในย่านเมืองเก่า ก็จะเชิญชวนประชาชนชุมชนแต่ละแห่งมาคุยกัน”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2.2.2 การเสริมสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดก

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารของกลุ่มผู้นำมีการสื่อสารในการสนับสนุนเพื่อสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกสามารถเขียนเป็นแผนผังได้ดังนี้



ภาพที่ 4.16 การสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดก

กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลให้คู่สื่อสารมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ดังนั้นในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกมืองค์ประกอบดังนี้

1) ความชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายของการสื่อสาร

ในการตั้งเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกลุ่มผู้นำได้ตั้งเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อให้ชุมชน/ประชาชนมีความเข้าใจร่วมกันร้อยละ 100 แต่ปัจจุบันนี้กลุ่มผู้นำยังไม่ได้มีการประเมินถึงความเข้าใจร่วมกันว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่

“ถ้ามองในมุมที่ว่าเป้าหมายของการสื่อสารก็คือทำให้ทุกคนรับรู้เรื่องเมืองเก่าวางเป้าหมายคือทุกคนรับรู้ 100 % นั่นคือเป้าหมายอยู่แล้ว”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

2) การระบุผู้ส่งสาร

กลุ่มผู้นำไม่ได้มีการระบุผู้ส่งสาร แต่ปัจจุบันผู้ที่รับผิดชอบในการส่งสารคือกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาและเทศบาลนครสงขลา แต่ปัจจุบันกลุ่มผู้นำมีการวางแผนที่จะดำเนินการพัฒนาการสื่อสารให้ดีขึ้นกว่าเดิม

“ไม่ได้มีการระบุผู้ส่งสารที่ชัดเจน ในด้านประสิทธิภาพสำหรับการส่งข้อมูลข่าวสารไม่ได้ทำการประเมิน แต่ตอนนี้มีแผนที่จะทำให้ดีขึ้นกว่านี้”

(ปรีดา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

3) การเลือกเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย

การเลือกเนื้อหาของสารมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกรณีนี้กลุ่มผู้นำต้องการสื่อสารโดยมีเนื้อหาสาระที่เป็นมรดกความคิดหรือต้องการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจกันกับชุมชนผู้อยู่ในบริเวณพื้นที่ได้ทราบและรับรู้ร่วมกัน กลุ่มผู้นำได้นำหลักเกณฑ์ที่มีเหตุผลและยอมรับได้มาสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

“เทศบาลได้มีการเชิญชาวบ้านประชุมเพื่อชี้แจงในการสำรวจเพื่อออกพระราชบัญญัติเทศบาลในการควบคุมการก่อสร้าง ซ่อมแซม หรือรื้อถอนอาคารบริเวณย่านเมืองเก่าสงขลาให้คงอนุรักษ์สิ่งที่เป็นเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาไว้”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

ในส่วนของเนื้อหาสาระที่เป็นข้อคิดเห็นหรือความรู้สึกของผู้ส่งสาร ส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องจะเป็นบุคคลทั่วไปที่สามารถเสนอความเห็น แสดงความรู้สึกส่วนตัวได้

“เวลาที่ผมเผยแพร่ข้อมูลใดก็แล้วแต่เกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลา มักจะมีคำถามใน เฟซบุ๊ก (Facebook) ของผมตลอด ซึ่งใน เฟซบุ๊ก (Facebook) จะมีหลายๆ คนที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นทั้งบุคคลภายนอกและสมาชิกในชุมชนย่านเมืองเก่าสงขลา”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

4) ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารมีความหลากหลายและทั่วถึง

ช่องทางการสื่อสารที่มีความหลากหลายและทั่วถึงระบบการสื่อสารมีการพัฒนาช่องทางและการเชื่อมต่อประสานระหว่างช่องทางการสื่อสารพื้นฐานต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนนำไปสู่การเกิดระบบการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ข้อมูลสามารถหมุนเวียนภายในชุมชนได้อย่างทั่วถึง และเป็นระบบพื้นฐานที่สำคัญต่อกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน ซึ่งในการพัฒนากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนไม่จำเป็นต้องเลือกช่องทางที่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือสองทางเท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติแล้วการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในพื้นที่แบบทิศทางที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลในชุมชนได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

“ช่องทางในการสื่อสารข้อมูลทางเรามีช่องทางที่หลากหลายโดยสื่อกับประชาชนชุมชนให้มีการติดต่อกับลูกบ้าน นอกจากนี้ยังมีรถแห่ เสียงตามสาย มีกราฟิกบนจอ LED วิทยุ ไลน์ (Line) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) ของเทศบาล”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“ช่องทางมีเพจที่ทำอยู่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) อาจารย์สืบ ซึ่งมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการวิทยุปักษ์ใต้บ้านเรา สถานีวิทยุ สวท. สงขลา”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

5) ผู้รับสารเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

ผู้รับสารเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ เพราะเทศบาลมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักเรียนในโรงเรียนสังกัดของเทศบาลไว้ชัดเจนว่าต้องเรียนรายวิชาหน้าที่ของพลเมือง ซึ่งในบทเรียนมีเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับย่านเมืองเก่าสงขลาไว้ให้เด็กๆ ได้เรียนรู้และนำไปเล่าสู่ผู้ปกครองและครอบครัวได้รับรู้เช่นกัน

“เรื่องของเด็กและเยาวชนของสงขลา คือ ยังไงเราเป็นคนสงขลาต้องรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาใน โรงเรียนสังกัดของเทศบาลและศูนย์พัฒนาเด็กเล็กซึ่ง โรงเรียนมีทั้งหมด 5 โรงเรียน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอีก 5 ศูนย์ คือต้องเอาวิชาหน้าที่พลเมือง สร้างการเรียนรู้ให้เด็กเพราะเด็กสงขลาต้องรู้ หากเด็กที่เก่ง โซเชียลมีเดียหน่อยก็ค้นหาประวัติเมืองสงขลา ซึ่งสามารถที่จะเข้าไปดู Google ได้ การเชิญชาวบ้านประชุมนี้คือจุดแข็งของเทศบาลในเรื่องของการพัฒนาเมืองเก่านี้คือจุดสำคัญของการทำสมาคมของพี่น้องประชาชนในการพัฒนาเมือง”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

6) ผลของการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

ผลของการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในระดับบุคคลนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความรู้สึก และทักษะต่างๆ ของสมาชิกในชุมชน จนกระทั่งมีการเข้ามามีส่วนร่วมในการประชุม ซึ่งการสื่อสารข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาแก่กลุ่มเด็กและเยาวชนผ่านรายวิชาการศึกษาหน้าที่พลเมือง เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของเมืองสงขลา อันจะส่งผลให้ผู้ปกครองของเด็กมีการรับรู้ข้อมูลและเกิดการแสดงความคิดเห็นในเวทีประชุมต่างๆ

“เทศบาลจะเน้นเป็นพิเศษในกลุ่มเด็กและเยาวชนสงขลา คือ เป็นคนสงขลาต้องรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมาใน โรงเรียนสังกัดของเทศบาลและศูนย์พัฒนาเด็กเล็กซึ่งโรงเรียนมีทั้งหมด 5 โรงเรียน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอีก 5 ศูนย์ คือต้องเอาวิชาหน้าที่พลเมือง สร้าง

การเรียนรู้ให้เด็กเพราะเด็กสงขลาต้องรู้ประวัติเมืองสงขลา เพื่อให้เด็กนำความรู้ที่ได้ไปเล่าสู่กันฟัง แก่ผู้ปกครองและนักท่องเที่ยว”

(ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรณี, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

ซึ่งกิจกรรมจะทำให้เกิดการพัฒนาการสื่อสารที่สำคัญ สนับสนุนให้มีการพัฒนาทักษะการสื่อสาร เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้แลกเปลี่ยนทัศนคติร่วมกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความรู้สึกร่วมกันต่อชุมชน เกิดความหวงแหน ตลอดจนความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ชุมชน

นอกเหนือจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมตามเวทีต่างๆ แล้ว ยังมีประชาชนบางส่วนที่ทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่กลุ่มผู้นำได้จัดขึ้น ส่งผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระดับชุมชนเกิดการเปิดพื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และการกระชับสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกในชุมชน ความภาคภูมิใจและความรู้สึกการเป็นเจ้าของร่วมกัน จนทำให้ชุมชนเกิดการถ่ายทอดข้อมูลที่แสดงถึงย่านเมืองเก่าสงขลาให้แก่ผู้อื่นได้

“คนส่วนใหญ่เป็นอาสาสมัคร โรงเรียนเสด็จหรือออฟฟิศของภาคีคนรักเมืองสงขลาถือเป็นเซ็นเตอร์ (Center) เป็นผู้ประสานงานมีเรื่องราวอะไรจะมานั่งปรึกษากัน เปิดโอกาสให้ชาวบ้าน อาสาสมัคร และคนที่ชื่นชอบ มาทำกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่า เช่น เปิดเรียนรู้วัฒนธรรมการทำงานนอกให้แก่คนในจังหวัดสงขลาและนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม”

(สุนทร พัฒนายุกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลาสร้างพื้นที่กิจกรรมบ่อยครั้ง เช่น ทุกๆ เดือนมีตลาดสองเล ซึ่งเป็นตลาดที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมเมืองเก่า โดยที่พ่อค้าแม่ค้าขายของพื้นเมือง แต่งกายย้อนยุค นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมร้องเพลงของชมรมสุนทราภรณ์ซึ่งชมรมสุนทราภรณ์จะมีการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มภาคีมาโดยตลอด และในทุกๆ สัปดาห์จะมีการบรรยายข้อมูลย่านเมืองเก่าสงขลาแก่นักท่องเที่ยวทั้งบุคคลทั่วไปและนักเรียนนักศึกษา”

(ปาริตา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

7) การเปิดโอกาสให้มีช่องทางปฏิสัมพันธ์

(1) การปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสารผ่านการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม จนทำให้กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดในย่านเมืองเก่าสงขลาเกิดขึ้นอย่างดีที่สุด

“ในการประชุมแต่ละครั้งเราจะเปิดเวทีให้มีการแสดงความคิดเห็น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะมีผู้เสนอความคิดเห็น โดยมีการปฏิสัมพันธ์ในทางลบค่อนข้างน้อย ร้อยละ 80 จะเห็นด้วย และร้อยละ 20 จะไม่ได้แสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์ใดๆ ”

(สุนทร พัฒนายุกุล, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

(2) การปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสารผ่านการพูดคุยเสวนาของประชาชน กลุ่มย่อย ที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอยู่ในบทสนทนาที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ

“การทำประชาวิจารณ์ คนมาทำกิจกรรมอะไรก็นั่งคุยเสวนา ตลอดเวลาจนกระทั่งเมืองมันตื่นขึ้นมา”

(สืบสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

ซึ่งการเปิดโอกาสให้เกิดการปฏิสัมพันธ์เช่นนี้ส่งผลให้เกิดความต่อเนื่อง ในการดำเนินการต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาย่านเมืองเก่าให้ไปสู่เมืองมรดกโลก

(3) การปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสารผ่านการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อ เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มผู้นำจะใช้สื่อ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางในการสื่อสาร เป็นหลัก ดังนั้นเมื่อมีการโพสต์ข้อความลง เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นสื่อโซเชียลที่สามารถมีการ ปฏิสัมพันธ์โต้ตอบได้ทันทีหลังจากเกิดการรับรู้ข้อมูลจึงเป็นผลทำให้การแสดงความคิดเห็นใน เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่กลุ่มผู้นำให้เป็นช่องทางการปฏิสัมพันธ์เมื่อมีการรับรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

“เราก็ได้มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เข้ามารับรู้ข่าวสารมีโอกาส Feedback กลับมาหาเรา จาก Page ที่ประชาสัมพันธ์ผ่าน เฟซบุ๊ก (Facebook) อาจารย์สืบ เพราะมีผู้ติดตาม จำนวนมาก เวลาที่อาจารย์สืบทำอะไรจะมีการติดตามผ่านทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) ของท่าน ใน ส่วนของการมี Feedback กลับมาแต่ไม่ได้เป็นการประเมินที่เป็นทางการค่ะ”

(ปรีดา แก่นพลอย, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

“เฟซบุ๊ก (Facebook) มีคนติดตามตลอดส่วนใหญ่เมื่อมีการสื่อสารข้อมูลลงไปก็จะมีผู้คนมาสอบถามและให้กำลังใจสำหรับการทำงานเพื่อพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลา”

(ตีปสกุล ศรีสุข, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

(4) การปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสารผ่านหน่วยงานกลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา เมื่อกลุ่มผู้นำมีการสื่อสารข้อมูลออกไปหากผู้รับสารต้องการแสดงความคิดเห็นอื่นใดก็จะมีการเข้ามาติดต่อเพื่อเสนอแนะ ณ สำนักงานของกลุ่มภาคี

“ถ้าเค้าชอบเค้าก็มาบอกติดต่อโดยตรงกับหน่วยงานแต่ถ้าไม่ชอบก็เฉยๆ ”

(ชนินทร์ สาครินทร์, สัมภาษณ์, 31 มกราคม 2563)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีจำนวน 6 ข้อดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	187	46.80
เพศหญิง	213	53.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.20 ที่เหลือเป็นเพศชาย ร้อยละ 46.80

3.1.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	38	9.50
18-25 ปี	70	17.50
26-30 ปี	55	13.80
31-40 ปี	65	16.20
41-50 ปี	62	15.50
51-60 ปี	74	18.50
60 ปีขึ้นไป	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.50 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9

3.1.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ในด้านระดับการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	94	23.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	122	30.50
อาชีวศึกษา	66	16.50
ปริญญาตรี	95	23.75
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.75 และมีผู้จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75

3.1.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพหลัก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอาชีพหลัก ปรากฏผลดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	91	22.75
ธุรกิจส่วนตัว	76	19.00
รับจ้าง	114	28.50
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	48	12.00
ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย	19	4.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.00
อื่น ๆ	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.75 และทำอาชีพหลักเป็นข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัยเป็นอาชีพน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละร้อยละ 4.75

3.1.5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านรายได้ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	114	28.50
5,001-10,000 บาท	111	27.80
10,001-15,000 บาท	96	24.00
15,001-20,000 บาท	30	7.50
มากกว่า 20,000 บาท	33	8.20
ไม่มีรายได้	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมามีรายได้ 5,001 ถึง 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.80 และไม่มีรายได้ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4

3.2 การเปิดรับสื่อของคนสงขลาที่เกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อที่มีการสื่อสารข้อมูลทั่วไปและการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของคนสงขลา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ดังนี้

3.2.1 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อของคนสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อของคนสงขลา ปรากฏผลดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อของคนสงขลา

สื่อ (n=400)	ค่าเฉลี่ย(\bar{x})	S.D.	การแปลความ
โทรศัพท์	3.00	1.263	มาก
เฟซบุ๊ก (Facebook)	2.42	1.562	มาก
ไลน์ (Line)	2.39	1.579	ปานกลาง
เว็บไซต์ (Website)	2.26	1.654	ปานกลาง
บล็อก (Blog)	2.01	1.621	ปานกลาง
อินสตาแกรม (Instagram)	1.71	1.682	ปานกลาง
วิทยุ	1.66	1.365	ปานกลาง
วิทยุชุมชน	1.52	1.364	น้อย
จออิเล็กทรอนิกส์ LED	1.45	1.603	น้อย
ทวิตเตอร์ (Twitter)	1.40	1.616	น้อย
โปสเตอร์/ไวเนล/ป้ายไฟวิ่ง/ป้ายโฆษณา	1.28	1.182	น้อย
แผ่นพับ	1.18	1.157	น้อย
หนังสือพิมพ์	1.14	1.184	น้อย
หอกระจายข่าว	1.11	1.280	น้อย
โปรซัวร์	1.08	1.077	น้อย
จตุสาร	0.68	1.015	น้อยที่สุด
รถแห่	0.64	0.960	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านโทรศัพท์ และ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในระดับมากในขณะที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง ไลน์ (Line) เว็บไซต์ (Website) บล็อก (Blog) อินสตาแกรม (Instagram) และวิทยุ ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อวิทยุชุมชน จออิเล็กทรอนิกส์ LED ทวิตเตอร์ (Twitter) โปสเตอร์/ไวเนล/ป้ายไฟวิ่ง/ป้ายโฆษณา แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว และโปรซัวร์ มีการเปิดรับในระดับน้อย และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากจตุสารและรถแห่เลย ในระดับน้อยที่สุด

3.2.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของคนสงขลา

ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่คนสงขลาเคยเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ปรากฏผลดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 สื่อที่คนสงขลาเคยเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

สื่อ	เคยเห็น		ไม่เคยเห็น		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เฟซบุ๊ก (Facebook)	204	51.00	196	49.00	1
ภาพวาดบนผนัง (Street Art)	154	38.50	246	61.50	2
อินเทอร์เน็ต	151	37.80	249	62.20	3
โทรทัศน์	151	37.80	249	62.20	3
ไลน์ (Line)	119	29.80	281	70.20	4
โปสเตอร์	110	27.50	290	72.50	5
วิทยุชุมชน	68	17.00	332	83.00	6
เว็บไซต์ (Website) เทศบาลนครสงขลา	67	16.80	331	82.80	7
ไวนิล	67	16.80	333	83.20	7
แผ่นพับ 3 ภาษา	66	16.50	334	83.50	8
สื่อบุคคล (การฟังบรรยาย)	51	12.80	349	87.20	9
วิทยุ	49	12.20	351	87.80	10
จออิเล็กทรอนิกส์ LED	38	9.50	362	90.50	11
จุดสาร	27	6.80	373	93.2	12
หออกระจายข่าว	19	4.80	381	95.20	13

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยเห็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาภาพวาดบนผนัง (Street Art) คิดเป็นร้อยละ 38.50 และเคยรับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านหออกระจายข่าว น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.80

3.3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของคน

สงขลา

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกของคนสงขลา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ดังนี้

3.3.1 การรับรู้ข้อมูลของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การรับรู้ข้อมูลของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ

การรับรู้ข้อมูล	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	การแปลความ
ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบันมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน	3.74	.978	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	2.98	1.159	ปานกลาง
ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา	3.51	1.041	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา	3.70	1.041	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	3.15	1.373	ปานกลาง
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา	3.65	1.104	มาก
หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	2.98	1.366	ปานกลาง
การรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	3.44	0.888	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลในภาพรวมของการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.44

เมื่อระบุเป็นประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกระดับมากในประเด็นดังนี้

- ด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบันมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน มีค่าเฉลี่ย 3.74

- ข้อมูลที่เป็นจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา มีค่าเฉลี่ย 3.70

- ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา มีค่าเฉลี่ย 3.65

- ข้อมูลกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา มีค่าเฉลี่ย 3.51

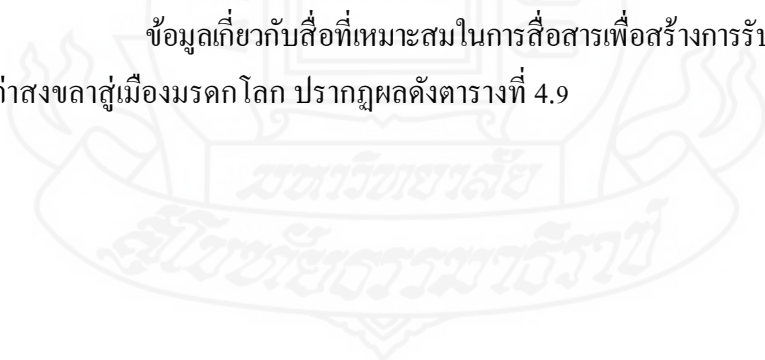
และกลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกระดับปานกลางในประเด็นดังนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีค่าเฉลี่ย 3.15

- ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก และข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกและหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มีค่าเฉลี่ย 2.98

3.3.2 สื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ปรากฏผลดังตารางที่ 4.9



ตารางที่ 4.9 สื่อที่เหมาะสมในการใช้สื่อสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
เฟซบุ๊ก (Facebook)	209	52.20	1
อินเทอร์เน็ต	159	39.80	2
โทรทัศน์	138	34.50	3
ภาพวาดบนผนัง (Street Art)	128	32.00	4
เว็บไซต์ (Website) เทศบาลนครสงขลา	104	26.00	5
โปสเตอร์	101	25.20	6
ไลน์ (Line)	95	23.80	7
แผ่นพับ 3 ภาษา	94	23.50	8
ไวนิล	80	20.00	9
วิทยุชุมชน	51	12.80	10
วิทยุ	49	12.20	11
สื่อบุคคล (การฟังบรรยาย)	38	9.50	12
จุดสาร	31	7.80	13
จออิเล็กทรอนิกส์ LED	28	7.80	14
หอกระจายข่าว	20	5.00	15
สื่ออื่นๆ	6	1.50	16

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อที่เหมาะสมในการใช้สื่อสารข้อมูลในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก คือ สื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 39.80 สื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 34.50 และการสื่อสารข้อมูลผ่านหอกระจายข่าวกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุดสำหรับการนำมาใช้เป็นตัวกลางในการส่งข่าวสารข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก คิดเป็นร้อยละ 5.00ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

3.4 การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

3.4.1 การมีส่วนร่วมของประชาชนอำเภอเมืองสงขลาเมื่อมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

การมีส่วนร่วมของประชาชนอำเภอเมืองสงขลาเมื่อมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ปรากฏผลดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนอำเภอเมืองสงขลาเมื่อมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

การมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	S.D.	การแปลความ
เกิดกระบวนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	1.53	0.982	ปานกลาง
เกิดกระบวนการในการทำความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	1.25	1.011	น้อย
เกิดกระบวนการในการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	1.19	1.030	น้อย
เกิดกระบวนการในการดำเนินการร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	1.21	1.030	น้อย
เกิดกระบวนการในการรับผลที่เกิดขึ้นร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก	1.18	1.032	น้อย

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเกิดกระบวนการการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 1.53 และกลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมน้อยในกระบวนการการมีส่วนร่วมในการทำความเข้าใจ การตัดสินใจ การดำเนินการ และการรับผลร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 1.25 1.19 1.21 และ 1.18 ตามลำดับ

3.4.2 ความต้องการมีส่วนร่วมในการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ปรากฏผลดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่อำเภอเมืองสงขลาในการยกระดับ
ย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ความต้องการมีส่วนร่วม	จำนวน	ร้อยละ
การรับรู้ข้อมูล	236	59.00
การทำความเข้าใจร่วมกัน	110	27.50
การตัดสินใจร่วมกัน	25	6.20
การดำเนินการร่วมกัน	12	3.00
รับผลที่เกิดขึ้นร่วมกัน	17	4.20
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในการรับรู้ข้อมูลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมามีส่วนร่วมในการทำความเข้าใจร่วมกัน ร้อยละ 27.50 มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกัน ร้อยละ 6.20 ต้องการมีส่วนร่วมในการรับผลที่เกิดขึ้นจากการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ร้อยละ 4.20 และมีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกัน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.00

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กาญจนา เขียววิทย์การ, และทศพล คุ่มสุพรรณ. (2557). ความต้องการทางการสื่อสารของผู้รับสาร กลุ่ม ดิจิตอล เนทีฟ. *วารสารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 10(1), 112-119.
- กิริติ คชนทาว. (2555). การรับรู้ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางการตลาดของตราสินค้าเครื่องคัมเพื่อสุขภาพ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กวรรณ เวชชานุเคราะห์. (2556). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลอง โคน จังหวัดสมุทรสงคราม (ค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- คมชัดลึก. (2557, 6 มกราคม). เมืองเก่าสงขลาจากมรดกชาติสู่มรดกโลก. *ฐานข้อมูลข่าวจังหวัดชายแดนใต้*. น. - .สืบค้นจาก http://wbns.oas.psu.ac.th/shownews.php?news_id=140845
- จร สุวรรณชาติ, สืบสกุล ศรีสุข และรังสี รัตนปรากการ. (2559). ภาคีคนรักเมืองสงขลา ขับเคลื่อนสู่เมืองมรดกโลก. ใน นางสาวยุวดี คาคการณ์ไกล, *ภาคีคนรักเมืองสงขลากับการขับเคลื่อนสู่เมืองมรดกโลก* น.12. สืบค้นจาก http://www.slideshare.net/FURD_RSU/ss-64643057
- ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ. (2557). การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวไทยเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าผู้การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในฐานะผู้กำหนดนโยบาย. *วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 17(17), 64-82
- ชุมพูนุช นาคสุกปาน. (2557). การเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ "ผู้หญิงถึงผู้หญิง" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ชูศักดิ์ เพรสคอปท์ และสินี กิตติชนมวรกุล. (2557). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและอิทธิพลของสื่อต่อแนวคิดทางการเมืองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดสงขลา. *มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.*

- บุญบา หินเชาว์. (2553). *รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีป่าชุมชน ตำบลท่าอิฐ อำเภอลำลูกเหล็ก จังหวัดเพชรบูรณ์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, พิษณุโลก.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สวก.)
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการทัศน์การพัฒนา แบบทางเลือก. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 30(2), 23-42.
- สถาพร สิงหะ. (2556). *การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ ความสะดวกพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย* (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- สมฤทัย เสือปาน. (2549). *รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2549). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- พสนันท์ ปัญญาพร. (2555, 27 มีนาคม). *แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่*. New Media, น.-. สืบค้นจาก <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สืบราชสันตติวงศ์

ภาคผนวก ก

ชื่อและตำแหน่งคณะกรรมการด้านการสื่อสารเพื่อยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก



คณะกรรมการสื่อสารการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
คุณสืบสกุล ศรีสุข	ผู้อำนวยการภาคีคนรักเมืองสงขลา
คุณชนินทร์ ศาครินทร์	ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสงขลาและรองนายกภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม
คุณสุนทรณ์ พัฒนายุกุล	มีคฤเทศก์อาสาสมัคร คณะกรรมการของภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม
คุณจักรกฤษณ์ ภัทรนิตย์	คณะกรรมการของภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม ที่ปรึกษานายกของสมาคมมกเคียน
คุณปารีตา แก่นพลอย	คณะกรรมการด้านประชาสัมพันธ์กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา
ดร. สมศักดิ์ ตันติเศรษฐี	นายกเทศมนตรีนครสงขลา คณะกรรมการด้านรัฐที่ให้การสนับสนุน



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ชื่อผู้วิจัย ว่าที่ร้อยตรีฐานันดร ไพโรจน์นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค์

วัน/เดือน/ปี.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

สถานที่ให้สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ด้านการทำงานเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ

1) ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

2) ตำแหน่ง.....

3) เพศ.....

4) อายุ.....

5) ระดับการศึกษา.....

6) ภูมิลำเนา.....

7) กรุณาเล่าประสบการณ์การทำงานโดยย่อเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ

7.1) ตำแหน่งการทำงานเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ.....

7.2) ภาระหน้าที่การปฏิบัติงาน/บทบาทที่ท่านได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่การยกระดับ
ย่านเมืองเก่า.....

7.3) ระยะเวลาในการปฏิบัติหน้าที่หรือการเข้ามามีบทบาทในการยกระดับย่านเมืองเก่า.....ปี

ตอนที่ 2 การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ

การสื่อสารเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่มรดกโลกมีวิธีการในการสื่อสารอย่างไร
บ้าง (ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว)

1) สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร.....

2) เนื้อหาที่ใช้สื่อสาร.....

3) กลุ่มเป้าหมายที่สื่อสาร.....

4) ผลของการสื่อสารเป็นอย่างไร.....

- 5) มีหลักเกณฑ์การเลือกช่องทางการสื่อสารอย่างไร.....
- 6) มีการประเมินคุณภาพการสื่อสารหรือไม่.....
- 7) อุปสรรคในการสื่อสาร.....
- 8) ยกตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร.....

ตอนที่ 3 การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาฯ

การให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

- 1) การประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินไปแล้วนั้นเคยมีการเปิดโอกาสให้ชุมชน/ประชาชนในพื้นที่อ.เมือง จ.สงขลา เข้ามามีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกหรือไม่

หากเปิดโอกาสประชาชนมีส่วนร่วม

- 2) กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเป็นอย่างไร.....
 - 2.1) การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารมีความชัดเจนหรือไม่.....
 - 2.2) ระบุผู้ส่งสารได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพหรือไม่.....
 - 2.3) การเลือกประเภทของเนื้อหาสาร มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสมหรือไม่.....
 - 2.4) สามารถเลือกช่องทางสื่อได้อย่างหลากหลายและทั่วถึงหรือไม่.....
 - 2.5) ผลของการสื่อสารเป็นอย่างไร.....
 - 2.6) ผู้รับสาร เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการและเปิดโอกาสให้มีช่องทางปฏิสัมพันธ์ตอบกลับมายังผู้ดำเนินการหรือไม่ (Feedback).....

หากประชาชนยังไม่มีส่วนร่วม

- 3) มีการวางแผนงานกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม หรือไม่ อย่างไร
.....
.....

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ (2) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลของคนสงขลาเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกผ่านสื่อ (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเท่านั้น ไม่มีเจตนาอื่นแต่อย่างใด

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ตอนที่ 4 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าอย่างยิ่งในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ว่าที่ร้อยตรีฐานันดร ไพโรจน์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก
 คำชี้แจงกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ตรงกับข้อมูลที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 ต่ำกว่า 18 ปี 18 – 25 ปี 26 - 30 ปี 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี 51 - 60 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

 ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา/อนุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง พนักงานบริษัท/ห้างร้าน ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานรัฐวิสาหกิจ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท มากกว่า 20,000 บาท ไม่มีรายได้

6. พื้นที่อยู่อาศัย

 เทศบาลนครสงขลา (ตำบลบ่อหย่าง) เทศบาลตำบลทุ่งหวัง เทศบาลเมืองเขารูปช้าง เทศบาลตำบลเกาะข่อย เทศบาลตำบลเกาะเต่า เทศบาลตำบลพะวง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ในชีวิตประจำวันท่านมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	สม่ำเสมอ (มากกว่าสัปดาห์ ละ 4 ครั้ง)	บ่อยครั้ง (สัปดาห์ละ 3 - 4 ครั้ง)	บางครั้ง (สัปดาห์ละ 1- 2 ครั้ง)	แทบจะไม่ (สัปดาห์ละ 1- 2 ครั้ง)	ไม่เคย
7. โทรทัศน์					
8. วิทยุ					
9. วิทยุชุมชน					
10. หอกระจายข่าว					
11. รถแห่					
12. หนังสือพิมพ์					
13. โปรชัวร์					
14. แผ่นพับ					
15. เฟซบุ๊ก(Facebook)					
16. ไลน์(Line)					
17. ทวิตเตอร์(Twitter)					
18. อินสตาแกรม (Instagram)					
19. เว็บไซต์					
20. บล็อก					
21. จอ LED ตามสี่แยก					
22. โปสเตอร์/ ไว้นิล/ป้ายไฟวิ่ง/ป้าย โฆษณา					
23. จดสาร					
24. อื่นๆ ระบุ.....					

25. ท่านเคยเห็นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาผ่านสื่อใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> สื่อบุคคล (การฟังบรรยาย) | <input type="checkbox"/> เฟซบุ๊ก (Facebook) |
| <input type="checkbox"/> ไลน์ (Line) | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์เทศบาลนครสงขลา |
| <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> จุลสาร | <input type="checkbox"/> แผ่นพับ 3 ภาษา |
| <input type="checkbox"/> ภาพวาดบนผนัง (Street Art) | <input type="checkbox"/> ไวเนล |
| <input type="checkbox"/> โทททัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยู |
| <input type="checkbox"/> วิทยูชุมชน | <input type="checkbox"/> หอกระจายข่าว |
| <input type="checkbox"/> จอ LEDตามสี่แยก | |

ตอนที่ 3 ท่านได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกในประเด็น
ต่อไปนี้มากหรือบ่อยครั้งเพียงใด

การรับรู้ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
26. ท่านได้รับข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมา จากอดีตถึงปัจจุบันมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานเช่น คำว่า สงขลาเพี้ยนมาจากชื่อ "สิงหลา" (อ่าน สิง-หะ-ลา) หรือสิงขร					
27. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบัญญัติต่างของเทศบาลหรือตำบลของตนเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลกเช่น เทศบัญญัติในการควบคุมการก่อสร้างในเขตพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา					
28. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่านเมืองเก่าสงขลา เช่น งานตลาดสองเล ของดีคนสงขลาที่จัดขึ้นทุกวันเสาร์แรกของเดือน					
29. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับจุดเด่นและลักษณะเฉพาะของย่านเมืองเก่าสงขลา เช่น					

การรับรู้ข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ห้องแถวไม้แบบจีน ตึกคลาสสิกสไตล์					
30. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการอนุรักษ์ย่านเมืองเก่าสงขลา เช่นย่านเมืองเก่าที่มีอาคารตึกแถวในสมัยอดีตนั้นสามารถปรับเปลี่ยนได้แต่ต้องคงไว้ซึ่งสภาพเดิม					
31. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เช่นการปรับปรุงภูมิทัศน์ใหม่ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า นำสายไฟฟ้าลงดิน ขนาดพื้นที่จุดจอดรถเพิ่มศูนย์การเรียนรู้ย่านเมืองเก่า คัด บวก คีชีน					
32. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา เช่น ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ กลุ่มบ้าน กลุ่มเมือง ของชาวสงขลา โรงเรียนแดง โรงเรียนขาวแห่งนี้ตั้งอยู่บริเวณริมทะเลสาบสงขลา มีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับพื้นที่เพาะปลูกข้าวในสมัยอดีต					
33. หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือในกิจกรรมและพัฒนาย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก เช่น กลุ่มภาคีคนรักเมืองสงขลา เทศบาลนครสงขลา การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา เป็นต้น					

38. การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้การยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก ท่านคิดว่าสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารกับท่านควรเป็นสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สื่อบุคคล (การฟังบรรยาย) เฟซบุ๊ก (Facebook)
 ไลน์ (Line) เว็บไซต์เทศบาลนครสงขลา

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> จุลสาร | <input type="checkbox"/> แผ่นพับ 3 ภาษา |
| <input type="checkbox"/> ภาพวาด (Street Art) | <input type="checkbox"/> โปสเตอร์/ไวเนล/ป้ายไฟวิ่ง/ป้ายโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> โทรททัศน์ | <input type="checkbox"/> วิทยู |
| <input type="checkbox"/> วิทยูชุมชน | <input type="checkbox"/> หอกระจายข่าว |
| <input type="checkbox"/> จอ LED ตามสี่แยก | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 4 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก

ท่านได้มีการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการยกระดับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก มากหรือบ่อยครั้งเพียงใด

(แนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน วิชาติ สถาปัตตานนท : 2549)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วม			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีส่วนร่วม
39. ท่านมีกระบวนการในการสื่อสารเชิงปรึกษาหารือในขั้นตอนการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก				
40. ท่านมีกระบวนการในการสื่อสารเชิงปรึกษาหารือในขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก				
41. ท่านมีกระบวนการในการสื่อสารเชิงปรึกษาหารือในขั้นตอนการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก				
42. ท่านมีกระบวนการในการสื่อสารเชิงปรึกษาหารือในขั้นตอนการดำเนินการร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก				
43. ท่านมีกระบวนการในการสื่อสารเชิงปรึกษาหารือในขั้นตอนรับผลที่เกิดขึ้นร่วมกันเกี่ยวกับย่านเมืองเก่าสงขลาสู่เมืองมรดกโลก				

44. ถ้าเปิดโอกาสให้ท่านสามารถมีส่วนร่วมในการสื่อสารท่านต้องการมีส่วนร่วมในระดับใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ | <input type="checkbox"/> การรับรู้ข้อมูล |
| <input type="checkbox"/> การทำความเข้าใจร่วมกัน | <input type="checkbox"/> การตัดสินใจร่วมกัน |
| <input type="checkbox"/> การดำเนินการร่วมกัน | <input type="checkbox"/> รับผลที่เกิดขึ้นร่วมกัน |

45. ท่านต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการยกระดับย่านเมืองเก่าสู่เมืองมรดกโลกในเรื่องใด

.....

.....

46. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบพระคุณยิ่ง



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ว่าที่ร้อยตรีฐานันดร ไพโรจน์
วัน เดือน ปีเกิด	14 พฤศจิกายน 2533
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
ประวัติการศึกษา	นศ.บ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พ.ศ.2556
สถานที่ทำงาน	สถานีวิทยุเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ตำแหน่ง	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

