

การเปิดรับสื่อ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนม
ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก¹

MEDIA EXPOSURE ATTITUDE AND PARTICIPATION OF PEOPLE
IN NAKHON PHANOM PROVINCE TOWARD THE REGISTRATION OF PHRA THAT PHANOM
AS A WORLD HERITAGE SITE PROJECT

อรปวีณ์ บัวชู²
กัลยกร วรกุลลัญญานี³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาการเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีที่พักอาศัยในจังหวัดนครพนม ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า เพศและระดับการศึกษา ที่ต่างกัน จะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกไม่แตกต่างกัน แต่อาชีพและอายุที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน และพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกในระดับปานกลาง ในขณะที่การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกในระดับสูงมาก และทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกในระดับสูง ในขั้นตอนการให้ข้อมูลข่าวสาร ขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็น ขั้นตอนการเข้ามามีบทบาท และขั้นตอนการสร้างความร่วมมือ ยกเว้นขั้นตอนการเสริมอำนาจแก่ประชาชน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด การมีส่วนร่วม

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เรื่อง การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

² นักศึกษาหลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Ornpawee.aoae@gmail.com

³ รองศาสตราจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Abstract

This research aims to study the media exposure, attitude and participation of people in Nakhon Phanom province toward the registration of Phra That Phanom as a world Heritage site Project. A Survey research was used to collect data from the people who living in Nakhon Phanom province, aged 15 up. Four hundred samples participated in this study by questionnaire. This result showed that, Sex and Education no Significantly different But, Occupation and Age were significantly different. Further result showed that media exposure was related with the attitude of people in Nakhon Phanom province toward the registration of Phra That Phanom as a world Heritage site Project in moderate level. While the media exposure was related with the participation of people in Nakhon Phanom province toward the registration of Phra That Phanom as a world Heritage site Project at High (To Inform, To Consult, To Involve, To collaboration), Expect for To Empower that was related with the attitude of people in Nakhon Phanom province toward the registration of Phra That Phanom as a world Heritage site Project in moderate level.

Keyword : media exposure, attitude, participation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์พระธาตุพนม เป็นปูชนียสถานศักดิ์สิทธิ์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งอยู่ในบริเวณวัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ในฐานะพระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดวรมหาวิหาร จากข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์และตำนานอุรังคธาตุ พระธาตุพนมสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยอาณาจักรศรีโคตรบูร เพื่อบรรจุพระอุรังคธาตุ (กระดูกส่วนหน้าอก) ของพระสัมมาสัมมาพุทธเจ้า ลักษณะเจดีย์เป็นเจดีย์ทรงบัวเหลี่ยม หรือทรงแจกัน ก่อด้วยอิฐมีลวดลายจำหลักลงไปบนแผ่นอิฐ มีซุ้มคั่นด้านละซุ้มซ้อนกัน 3 ชั้น ลดหลั่นกันมาอย่างวิจิตร เป็นอนุสรณ์สถานและโบราณสถานที่มีอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นในรูปแบบเจดีย์ศิลปะลาว เป็นอนุสรณ์สถาน (Monument) แห่งความทรงจำและสายสัมพันธ์ของประชาชนสองฝั่งแม่น้ำโขง และเป็นจุดศูนย์รวมศรัทธาและจิตใจของประชาชนในแถบลุ่มแม่น้ำโขง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2560 ศูนย์มรดกโลกได้ขึ้นบัญชีรายชื่อเบื้องต้น (tentative list) องค์พระธาตุพนม รวมกลุ่มก่อสร้างทางประวัติศาสตร์และภูมิทัศน์ที่เกี่ยวข้อง อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ภายใต้ชื่อ “PHRA THAT PHANOM, ITS RELATED HISTORIC BUILDING AND ASSOCIATED LANDSCAPE” เป็นมรดกโลก ของศูนย์มรดกโลก (ออนไลน์:<https://whc.unesco.org/en/tentativelists/6183/>) โดยมีคุณสมบัติเข้าหลักเกณฑ์ของคณะกรรมการมรดกโลก จำนวน 3 เกณฑ์ ดังนี้

- (1) เกณฑ์ข้อที่ 1 เป็นตัวแทนที่แสดงถึงผลงานชั้นเอกที่สร้างขึ้นด้วยอัจฉริยภาพในการสร้างสรรค์ของมนุษย์ : พระธาตุพนมมีอัจฉริยภาพในการสร้างสรรค์ทางศิลปกรรมที่มีลักษณะเป็นศิลปะไทย

อีสาน-ลาวล้านช้าง และได้มีการบูรณะในแนวทางที่รักษาอัตลักษณ์ไว้มาเป็นระยะๆ จนถึงปี พ.ศ. 2518 เมื่อพระธาตุพนมได้ถูกลมมรสุมพังทลาย กรมศิลปากรได้ดำเนินการบูรณะขึ้นใหม่ให้สวยงามตามแบบเดิม

- (2) เกณฑ์ข้อที่ 2 เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่งในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวนและภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้องหรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ ซึ่งการพัฒนาเหล่านั้นเกิดขึ้น ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่หนึ่งพื้นที่ใดของโลก : โดยเป็นตัวแทนของการแลกเปลี่ยนคุณค่าทางความเชื่อและวัฒนธรรมของประชาชนในเรื่องการเคารพบูชาพระสฤปของบุคคลที่มีความสำคัญและศักดิ์สิทธิ์ที่แพร่มาจากประเทศอินเดียและอินโดจนถึงสมัยพุทธกาล และเป็นประเพณีวัฒนธรรมของชาวพุทธและได้แพร่มาสู่ตะวันออกเฉียงใต้หรือที่เรียกว่าสุวรรณภูมิ
- (3) เกณฑ์ข้อที่ 6 ความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์หรือบุคคลที่มีความสำคัญหรือความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์ โดยพระธาตุพนมมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สืบทอดจนถึงปัจจุบัน

โดยวาระการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ครั้งที่ 41 ณ เมืองคราคูฟ สาธารณรัฐโปแลนด์ ระหว่างวันที่ 2-12 กรกฎาคม 2560 มีมติให้ประเทศสมาชิกพิจารณาในบริบทต่างๆ ที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม อาทิเช่น ประเด็นการมีส่วนร่วมของชุมชน การหารือกับภาคประชาชนที่ยังมีน้อย จึงเป็นเหตุให้มีความจำเป็นเร่งด่วน ที่ต้องใช้แนวคิดมรดกโลกกับการพัฒนาที่ยั่งยืน มาช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรและชุมชน อีกทั้ง จำเป็นต้องมีกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้และสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลในหมู่มหาชน เพื่อการบริหารจัดการแหล่งมรดกโลกให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

จังหวัดนครพนมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานเพื่อขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์ตามโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก (พ.ศ.2559-2568) ใช้เป็นกรอบการทำงานของคณะกรรมการดำเนินงานเพื่อขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ตามคำสั่งจังหวัดนครพนม ที่ 1615/2559 ลงวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 และคำสั่งจังหวัดนครพนมที่ 1970/2559 ลงวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ.2559 โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดผู้แทนจากกระทรวงวัฒนธรรม ผู้แทนกรมศิลปากร ผู้แทนกระทรวงศึกษาธิการ เจ้าอาวาสวัดพระธาตุพนม หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมเป็นคณะกรรมการ จัดทำการวิเคราะห์สภาพการณ์ภายในและภายนอก และกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก โดยได้มีจุดยืนยุทธศาสตร์ คือ “ปกป้อง เชิดชู บูชา : “Protect Praise Worship” ประกอบไปด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ **ยุทธศาสตร์ที่ 1** การกำหนดขอบเขต ประกอบด้วย การกำหนดทำแผนที่ การจัดทำผังแม่บท และการออกกฎหมายควบคุมอาคาร **ยุทธศาสตร์ที่ 2** งานวิชาการสนับสนุน ประกอบด้วย การดำเนินการวิจัยในประเด็นการศึกษาทางอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมขององค์พระธาตุพนม การวิจัยในประเด็นการศึกษาทางประวัติศาสตร์โบราณคดี การวิจัยในประเด็นวัฒนธรรมความเชื่อประเพณี และการขุดค้นทางโบราณคดี **ยุทธศาสตร์ที่ 3** การคุ้มครองและการจัดการ ประกอบด้วย เทศบัญญัติเกี่ยวกับการจัดระเบียบค้าขาย เวที

ประชาวิจารณ์ การจัดระเบียบภายในวัด การบริหารจัดการระบบสาธารณูปโภค และการจัดตั้งสำนักงานเพื่อเตรียมการรองรับการเป็นมรดกโลก ห้องประชุม และห้องมรดกโลก **ยุทธศาสตร์ที่ 4** การปรับปรุงทางกายภาพ ประกอบด้วย การบูรณะองค์พระธาตุพนม และสิ่งปลูกสร้างภายในเขตโบราณสถาน บูรณะพระวิหารคด ภูมิสถาปัตย์ (ภูมิใหญ่) อาคารประกอบในเขตมรดกโลก สร้างอาคารพิพิธภัณฑ์ และปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในเขตมรดกโลก (232,000 ตารางเมตร) บริเวณประตูโขงถึงท่าน้ำ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสัมมนาและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การจัดสัมมนาวิชาการระดับนานาชาติ การจัดงานสัมมนาวิชาการระดับชาติ เวทีการให้ความรู้และการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน และการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ **ยุทธศาสตร์ที่ 6** การจัดทำเอกสาร ประกอบด้วย Tentative List, Nomination File และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

การสัมมนาและประชาสัมพันธ์ เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ที่จังหวัดนครพนม เล็งเห็นความสำคัญ และได้จัดทำคำสั่งคณะกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์ รับผิดชอบโดย ที่ทำการปกครองธาตุพนม โดยมีนายอำเภอธาตุพนม เป็นประธาน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน กลุ่มอาสาสมัคร หน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ในจังหวัดนครพนม เป็นคณะทำงาน เพื่อวางแผนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และต่างประเทศ ผ่านสื่อทุกแขนง อีกทั้งสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้ รวมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน ก่อนจะทำเอกสารฉบับสมบูรณ์ (Nomination File) การขอขึ้นทะเบียนมรดกโลกถาวร เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ข้อดี-ข้อเสีย การปฏิบัติตนในฐานะประชาชนในท้องถิ่น เป็นต้นที่จะเป็นการสร้างทัศนคติความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ดีต่อโครงการดังกล่าว ตลอดจนการเข้ามามีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ หลังจากโครงการขอขึ้นทะเบียนมรดกโลกได้รับขึ้นบัญชีมรดกโลกถาวรภายใน 10 ปี โดยครอบคลุมกิจกรรมที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้จัดทำโครงการฯ มีความสมบูรณ์ขึ้น และสะท้อนความจริงถึงความต้องการของภาคประชาชนเป็นสำคัญ ดังนี้

- 1.การจัดทำเอกสารเบื้องต้นเพื่อเตรียมจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์
- 2.การจัดงานสัมมนาวิชาการระดับนานาชาติ
3. เวทีการให้ความรู้และการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน
- 4.การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้และจัดนิทรรศการเคลื่อนที่ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ แบ่งได้ 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

4.1 สื่อบุคคล ได้แก่ พระสงฆ์ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน ผู้นำชุมชน นักสื่อสารมวลชน นักประชาสัมพันธ์ ประชาชนอำเภอธาตุพนม โดยมีลักษณะของสื่อผ่านสื่อคำพูด การพูดในที่ประชุม การสนทนาแบบไม่เป็นทางการ

4.2 สื่อมวลชน สื่อกระแสหลักที่นิยมใช้กัน ครอบคลุมสื่อท้องถิ่นและระดับชาติ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ

4.3 สื่อเฉพาะกิจ คือ การดำเนินการและจัดทำประชาสัมพันธ์เป็นครั้งคราว การสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นครั้งคราว ได้แก่ การจัดอบรมสัมมนา การให้ความรู้และการประชุมเชิงวิชาการ Press ข่าว จดหมายข่าว แผ่นพับ หนังสือราชการ

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจในประเด็นเรื่องของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก โดยมุ่งศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ทักษะคิด ที่มีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อที่จะนำผลการศึกษามาใช้ในการสื่อสาร และพัฒนาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ โดยมุ่งหวังให้เกิดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและผลักดันพระธาตุพนมสู่การขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนม ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนม ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ กับทักษะคิดของประชาชนในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิด กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

- 1.ทราบถึงลักษณะประชากร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
- 2.ทราบถึงลักษณะประชากรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
- 3.ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก
- 4.เป็นแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกเพื่อกำหนดนโยบายการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- 5.เป็นองค์ความรู้ด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการที่มีผลกระทบต่อทางสังคม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางลักษณะประชากร

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2542 น. 44-52) ได้กล่าวถึงแนวคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย และพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2529) กล่าวว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ที่เป็นตัวแปรหลักๆ นั้น นิยมใช้เพียง 4 ตัวแปร คือ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ และระดับการศึกษา

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2539) กล่าวว่า ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลในการวางแผน เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ซึ่งเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (the information age) และวิลเบอร์ ชาร์มม (Wilbur Scharm, 1973 อ้างถึงใน ญัฐธริสสา ทรัพย์คงเจริญ, 2557 น.18) กล่าวถึงปัจจัยการเลือกรับข่าวสาร ซึ่งมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบบแผนการเลือกเปิดรับสาร ว่า เหตุผลของการเลือกรับสื่อ คนเราย่อมจะเลือกใช้สื่อที่จะใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effect) และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (promise of reward) เนื่องจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่จะเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมที่เป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวถึงหลักการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ว่า 1.เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการ (Reach) กล่าวคือ สื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีการออกแบบและวางแผนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด 2. ความถี่ (Frequency) สื่อประชาสัมพันธ์ต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยความถี่ที่เหมาะสม จำนวนครั้งมากพอที่จะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติ คือ ความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่นๆ รวมทั้งท่าทางที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและอีกนัยหนึ่ง ทัศนคติเป็นนามธรรมและเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านการปฏิบัติ แต่ทัศนคติไม่ใช่แรงจูงใจ (Motive) และแรงขับ (Drive) หากแต่เป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะโต้ตอบ (State of readiness) และแสดงให้เห็นถึงแนวทางของการสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งเร้า

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

โคเฮน และคัพฮอฟฟ์ (Cohen and Uphoff, 1980 อ้างถึงใน ญัฐธริสสา ทรัพย์คงเจริญ, 2557 น. 53) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในทัศนะของการพัฒนาชนบทว่า การมีส่วนร่วมจะต้องประกอบด้วย การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของประชาชน 4 ประการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่า จะทำอะไร และทำด้วยวิธีการอย่างไร มีส่วนในการดำเนินโครงการตัดสินใจในการให้ทรัพยากรสนับสนุนโครงการและการร่วมมือกับองค์กรหรือกลุ่มกิจกรรมเป็นการเฉพาะ มีส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์อันเกิดจากโครงการพัฒนา และมีส่วนในการประเมินโครงการ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่มีที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครพนม โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mix Method Sampling) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Statified Sampling) สุ่มอย่างง่ายโดยการจับฉลาก(Lottery) ได้ตัวแทนอำเภอ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอธาตุพนม อำเภอเมือง อำเภอเรณูนคร และอำเภอนาแก และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด มี 4 ส่วน โดยออกแบบให้สอดคล้อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตามแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งโครงสร้างของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับทัศนคติในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมสู่มรดกโลก ได้แก่ ขั้นตอนการให้ข้อมูลข่าวสาร ขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็น ขั้นตอนการเข้ามามีบทบาท ขั้นตอนการสร้างความร่วมมือ และขั้นตอนการเสริมอำนาจให้ประชาชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เดือนกันยายน 2561 โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และให้ผู้ถูกสัมภาษณ์กรอกข้อมูลด้วยตนเอง

ผลการวิจัย การทดสอบสมมติฐาน อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1)ลักษณะทั่วไปทางประชากร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิง ร้อยละ 54.8 และเพศชาย ร้อยละ 45.2 โดยส่วนใหญ่อายุมีช่วงอายุ 35 – 44 ปี มากที่สุด ประกอบอาชีพ เกษตรกร/รับจ้างทั่วไป และข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ มากที่สุด ร้อยละ 17.0 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มากที่สุด คือ ร้อยละ 21.2

2) การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

การเปิดรับสื่อ พบการวิจัยพบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ มีความถี่ในการเปิดรับสื่อในระดับปานกลาง จากสื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.89) รองลงมา คือ สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชน เพื่อน/ครอบครัว นักบวช/ผู้นำศาสนา นักวิชาการและนักประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.81) และสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การอบรม/สัมมนา การจัดนิทรรศการ คู่มือโครงการฯ และการประชุมวิชาการ (ค่าเฉลี่ย 2.53) ตามลำดับ ส่วนความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดย 3 ประเด็นแรกที่มีความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารมากที่สุด คือ ด้านการดูแล บำรุงรักษา และดูแลสภาพภูมิทัศน์โดยรอบองค์พระธาตุพนม เพื่อเตรียมขอขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมาคือ การจัดการด้านการท่องเที่ยวในบริเวณองค์พระธาตุพนมและสิ่งปลูกสร้าง ที่ขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก (ค่าเฉลี่ย 3.14) การสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงหน้าที่ในการอนุรักษ์มรดกโลกทางวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ด้านทักษะคิด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) ดังตารางที่ 1

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความรู้สึก	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
1.หน่วยงานภาครัฐ มีบทบาทอย่างมากในการดำเนินโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก	3.32 (ปานกลาง)	1.17
2.หน่วยงานภาครัฐ มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกแก่ประชาชน	3.27 (ปานกลาง)	1.20
3.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ทำให้ประชาชนจังหวัดนครพนมภาคภูมิใจ	3.59 (มาก)	1.09
4.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ทำให้ประชาชนจังหวัดนครพนมมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม ดูแล บริหารจัดการแหล่งมรดกโลกร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.44 (มาก)	1.11
5.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก จะได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ ในฐานะเป็นแหล่งมรดกโลกเป็นอย่างดี	3.46 (มาก)	1.16
6.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษา ด้านประวัติศาสตร์	3.45 (มาก)	1.20
7.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก จะสามารถสืบทอดวัฒนธรรมแก่คนรุ่นหลังได้	3.49 (มาก)	1.19
8.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก แสดงให้เห็นผลงานการออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	3.46 (มาก)	1.20

ทัศนคติ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความรู้สึก	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
9.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก แสดงให้เห็นถึงการแสดงออกซึ่งการเคารพบูชา สถานที่ที่มีความสำคัญและศักดิ์สิทธิ์	3.50 (มาก)	1.20
10.การขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ส่งผลให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและเกิดรายได้เพิ่มขึ้นแก่ผู้ประกอบการในจังหวัดนครพนม	3.46 (มาก)	1.16
11.การขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ส่งผลดีต่อค่านิยมด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมของประชาชน	3.43 (มาก)	1.17
12. หน่วยงานภาครัฐ จะต้องมีการออกกฎระเบียบ ด้านท่องเที่ยว อย่างชัดเจน เพื่อดูแลการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย	3.57 (มาก)	1.07
13.การที่ขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก หน่วยงานภาครัฐ ต้องมีแนวทางปฏิบัติแก่ประชาชน ด้านการร่วมมือด้านบริหารจัดการองค์พระธาตุพนมแก่ประชาชน	3.55 (มาก)	1.12
รวม	3.46 (มาก)	1.16

และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) เมื่อพิจารณาจำแนกตามขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขั้นตอนการให้ข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.16) รองลงมาคือ ขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็น (ค่าเฉลี่ย 3.01) ขั้นตอนการเข้ามามีบทบาท (ค่าเฉลี่ย 2.90) ขั้นตอนการสร้างความร่วมมือ(ค่าเฉลี่ย 2.88) และขั้นตอนการเสริมอำนาจแก่ประชาชน(ค่าเฉลี่ย 2.78)

การทดสอบสมมติฐาน

1) ลักษณะประชากรของประชาชนในจังหวัดนครพนมที่แตกต่างกัน มีการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า อาชีพและอายุที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถี่โดยรวมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในจังหวัดนครพนมกับทัศนคติในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ตัวแปร	ทัศนคติที่มีต่อโครงการ
ความถี่โดยรวมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	$r = 0.373$ $P\text{-Value} = .000^{***}$ $n = 400$

จากตารางที่ 2 พบว่า ความถี่โดยรวมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

3) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมของประชาชนในจังหวัดนครพนม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ตัวแปร	ระดับการมีส่วนร่วมโดยรวม
ความถี่โดยรวมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	$r = 0.758$ $P\text{-Value} = 0.000^{***}$ $n = 400$

จากตารางที่ 3 พบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($\text{Sig} < .05$) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารของประชาชนในจังหวัดนครพนม มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ตัวแปร	ระดับการมีส่วนร่วมโดยรวม
ความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร	$r = 0.785$ $P\text{-Value} = 0.000^{***}$ $n = 400$

จากตารางที่ 4 พบว่า ความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารของประชาชนในจังหวัดนครพนม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($\text{Sig} < .05$) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก

4) ทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมสู่มรดกโลก

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมกับการมีส่วนร่วมโดยรวม ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก

ตัวแปร	ระดับการมีส่วนร่วมโดยรวม
ทัศนคติ	$r = 0.587$ $P\text{-Value} = 0.000^{***}$ $n = 400$

จากตารางที่ 5 พบว่า ทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig < .05) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะประชากรของประชาชนในจังหวัดนครพนม พบว่า เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า อาชีพและอายุที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอาชีพเกษียณอายุ/ว่างงาน จะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกน้อยกว่าทุกกลุ่ม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กันทลัสทองบุญมา (2559) ที่พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียนที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่มีอาชีพที่มีรายได้ประจำและรายได้สูงกว่าจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียนมากกว่า เนื่องจากมีเป็นอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน มักให้ความสนใจเรื่องเศรษฐกิจมากกว่า สำหรับด้านอายุ พบว่า กลุ่มผู้ที่มีช่วงอายุ ตั้งแต่ 55- 65 ปีขึ้นไป จะมีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกน้อยกว่าทุกกลุ่ม

ผลการศึกษาการเปิดรับสื่อ ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์สามารถสื่อสารถึงผู้คนจำนวนมากได้ในระยะเวลาเดียวกัน ทันต่อเหตุการณ์ สื่อสารได้ทั้งภาพและเสียง มีความดึงดูดใจ สอดคล้องกับแนวคิดของวิลเบอร์ ชาร์มม (Wilbur Scharmm, 1973, อ้างถึงใน ญัฐจริสสา ทรัพย์คงเจริญ, 2557 น.18) กล่าวว่า เหตุผลการเลือกรับสื่อ คนเราย่อมจะเลือกใช้สื่อที่จะใช้ความพยายามน้อยที่สุด(least effect) และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (promise of reward) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะวดี ทองบุ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วม ในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับจากสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และ

ผลการศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในจังหวัดนครพนม กับทัศนคติในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก พบว่า มีความสัมพันธ์กันทางบวก ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, น.5) กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นหรือสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และ

เมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย ดังนั้นในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก จึงน่าจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารได้ สอดคล้องกับผลการศึกษา จากงานวิจัยของ ปิยะวดี ทองบุ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วม ในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนในทางบวก ส่วนความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร พบว่า การเปิดรับเนื้อหาข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ในระดับสูง

ผลการศึกษา ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก พบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมและความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1979) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า แต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ ประกอบด้วย 1.เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) 2.เพื่อการตัดสินใจ (Discision) 3.เพื่อพูดคุยสนทนา(Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้ 4.เพื่อการมีส่วนร่วม(Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้น และแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2539) กล่าวว่า ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลในการวางแผน เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ ซึ่งเรากำลังอยู่ในยุคของข่าวสารและสังคมข่าวสาร นอกจากนั้นยังสอดคล้อง กับงานวิจัยของ กันทลัส ทองบุญมา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียนของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียนของประชาชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียน

ผลการศึกษา ทัศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนม กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลกมีความสัมพันธ์ทางบวก ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง นั้นหมายถึง ประชาชนมีทัศนคติในระดับมากในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก จะส่งผลให้การเข้ามามีส่วนร่วมในระดับมากเช่นเดียวกัน ซึ่งก็คือ มีทิศทางที่ดีในการสนับสนุน เข้าร่วม เสนอแนะ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปิยะวดี ทองบุ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วม ในการแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนและการแก้ปัญหาโดยรวมว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ ซึ่งระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนในทางบวก

นอกจากนั้น ทศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนม ยังมีความสัมพันธ์ในระดับสูงใน 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1.ขั้นตอนการให้ข้อมูลข่าวสาร 2.ขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็น 3.ขั้นตอนการเข้ามามีบทบาท และ 4. ขั้นตอนการสร้างความร่วมมือ และสอดคล้องกับแนวคิดของ โคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff (1980, อ้างถึงใน ญัฐธริสสา ทรัพย์คงเจริญ, 2557 น.53) ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมในทัศนะของการพัฒนาชนบทว่า การมีส่วนร่วมจะต้องประกอบด้วยการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของประชาชน 4 ประการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่า จะทำอะไร และทำด้วยวิธีการอย่างไร มีส่วนในการดำเนินโครงการตัดสินใจในการให้ทรัพยากรและการร่วมมือกับองค์กรหรือกลุ่มกิจกรรม มีส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์อันเกิดจากโครงการ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการเสริมอำนาจให้ประชาชนพบว่า ทศนคติของประชาชนในจังหวัดนครพนมมีความสัมพันธ์ทางบวก ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับแนวคิดของ อาร์นสไตน์ (Arnstein) สะท้อนให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในระดับเป็นภาคีหุ้นส่วน (partnership) จึงจะเป็นจุดเริ่มต้นของบทบาทลำอำนาจของประชาชนอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ จากความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนม ในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวได้ว่า หากประชาชนมีการเปิดรับสื่อในโครงการมาก จะทำให้มีทัศนคติที่ดีในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก และหากประชาชนมีทัศนคติที่ดีแล้วในส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการฯ อีกด้วย ส่งผลให้ประชาชนให้ความสนใจในการเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ มากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ลักษณะประชากร ที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี มีอาชีพเกษตรกร/รับจ้างทั่วไป และข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นของลักษณะประชากรที่เป็นผู้หญิงมักเป็นเพศที่มีการสื่อสารกันเป็นกลุ่ม และจับกลุ่มสนทนาในเหตุการณ์ต่าง มีบทบาทสำคัญในการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนมากกว่าผู้ชาย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหาแนวทางการสื่อสารเพิ่ม สร้างความรู้ความเข้าใจ และขยายไปยังกลุ่มอื่นๆ ด้วย

2. กลุ่มตัวอย่างมีความถนัดในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ทางบวก ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความถี่จากการเปิดรับสื่อมวลชน มากที่สุด โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ที่มีทั้งภาพและเสียง และเปิดรับสื่อเฉพาะกิจน้อยที่สุด ดังนั้น จึงควรนำมาพัฒนา ปรับปรุง ทั้งเรื่องช่องทางการสื่อสาร เพิ่มเนื้อหาข้อมูลข่าวสารให้ครอบคลุม เข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น รวมทั้ง ควรเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ในประเด็นที่ประชาชนสนใจอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดการด้านการท่องเที่ยว ในบริเวณองค์พระธาตุพนมและสิ่งปลูกสร้าง ที่ขอขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และ การประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก เป็นต้น

3. ทักษะของประชาชนในจังหวัดนครพนม อยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก ค่าสหสัมพันธ์ในระดับสูงกับการมีส่วนร่วมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ในขั้นตอนการให้ข้อมูลข่าวสาร ขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็น ขั้นตอนการเข้ามามีบทบาท ขั้นตอนการสร้างความร่วมมือ แต่ยังมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมในโครงการฯ ขั้นตอนการเสริมอำนาจแก่ประชาชน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลในทุกมิติ อันจะนำมาสู่การสร้างทัศนคติในโครงการฯ ที่มากขึ้น และส่งผลต่อความสนใจเข้าร่วมในโครงการฯ ในทุกขั้นตอน

4. การมีส่วนร่วมของประชาชนในจังหวัดนครพนมในโครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับการมีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. ขั้นตอนการให้ข้อมูลข่าวสาร 2. ขั้นตอนการรับฟังความคิดเห็น 3. ขั้นตอนการเข้ามามีบทบาท 4. ขั้นตอนการสร้างความร่วมมือ 5. ขั้นตอนการเสริมอำนาจแก่ประชาชน ซึ่งเห็นได้ว่าประชาชนยังไม่ได้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมมากนัก ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเปิดโอกาส กระตุ้น และสนับสนุนให้ภาคประชาชนที่เป็นเจ้าของพื้นที่และได้รับผลกระทบโดยตรง ได้เข้ามาพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะ ข้อดี-ข้อเสีย และความต้องการที่แท้จริงของภาคประชาชนต่อการบริหารจัดการในโครงการ เพื่อนำความคิดเห็นมาดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ และหาแนวทางการประชาสัมพันธ์ หรือดำเนินโครงการในลักษณะต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำทดสอบวิจัยเพียงอย่างเดียว ในครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาวิจัยแบบเชิงคุณภาพร่วมด้วย โดยเพิ่มการสนทนากลุ่ม (Focus group) สำหรับกลุ่มประชาชนในพื้นที่ และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาในขั้นตอนแรก หลังจากที่โครงการขอขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกได้รับการขึ้นบัญชีรายชื่อเบื้องต้นเท่านั้น ควรศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างการรับรู้และการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการสร้างความเข้าใจและพัฒนาโมเดลการมีส่วนร่วมในโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอื่นๆ

บรรณานุกรม

- กรมศิลปากร. (2536). *The World cultural heritage : มรดกโลกทางวัฒนธรรมในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- กันทลัส ทองบุญมา (2559). *การเปิดรับข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์คลองบางขุนเทียน ของประชาชนในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี*. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2543). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรสโปรดักส์.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนคร.
- จุมพล รอดคำดี. (2532). *สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจมส์ แอล เครตัน แปลโดยวันชัย วัฒนศัพท์. (2551). *คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน : การตัดสินใจที่ดีกว่าโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม*. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. (2549). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ดารณี พานทอง. (2542). *ทฤษฎีการจูงใจ* : กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เดมศักดิ์ คทวนิช. (2548). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2535). *ทฤษฎีและการวัดเจตคติ*. กรุงเทพฯ
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. นนทบุรี : ภาพพิมพ์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติ : การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *ทัศนคติ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รชงพร โกมลเสวิน และบุญชาญ ทองประยูร. (2548). *สื่อสารมวลชนกับพฤติกรรมสื่อสาร*. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมสื่อสาร (หน่วยที่ 9-15). นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิมลพรรณ อากาเวท. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*, กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2544). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์ พิมพ์ครั้งที่ 9* กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2561) *คู่มือการนำเสนอ แห่งมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งมรดกทางธรรมชาติเป็นแหล่งมรดกโลก*, กรุงเทพฯ : อี.ที.พับลิชชิง.
- สำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2561) *แนวทางการดำเนินงานตามพันธกรณีอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก และการจัดเตรียมเอกสารการขอขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก*, กรุงเทพฯ : อี.ที.พับลิชชิง.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546) *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินติ้ง จำกัด.
- สุรพล คำรืห์กุล. (2559). *ทิศทางของพระธาตุพนมสู่มรดกโลก, นิตยสาร sense & scene ฉบับ 8-9*. กรุงเทพฯ : บริษัท ปารามิตา พับลิชชิง จำกัด
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัท อีระฟิล์ม.
- J.Cohen and N. T. Uphoff. (March 1980). "Rural Development, Seeking Clarity through Specificity, " *World Development* 8, 218 – 222
- Katz, D. (1960). The functional approach to study of attitude. N.P, *Opinion Quarterly*.
- Keith Davis. (1972) *Human Behavior at Work – Human Relational Behavior*. New York, Mc.Graw – Hill Book Company.
- Mccombs., and Becker, L.E. (1979). *Using Mass Communicatin Theory*. New Jersey, Printice Hall.
- Merrill, John C., and Lowenstein, Ralph L. (1971). *Media Message and Men*. New York, Longman.
- Newsom, D. and Carrell Bob. (1995). *Public Relations Writing*. California, Wadsworth.
- Rogers, E.M. (1973). *Communication strategies for family planning*. New York, Free press.
- Samuel L. Becker. (1972). *Discovering Mass Communication*. Illinois, Scott Foresman and Company Glenview.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L.(2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Wisconsin Prentice Hall.
- Thurstone. L.L. (1967). *Attitude Theory and Measurement*. New York, John Wiley.