

บทที่ 2

หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดทำ สื่อวีดิทัศน์ซีดีเพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลสามโลก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมรายละเอียด ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหารายละเอียดเบื้องต้น ของบริษัทและผลิตภัณฑ์ในภาคธุรกิจ หรือ บุคคล คณะทำงาน หน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ ทั้งภาครัฐและองค์กรอิสระใดๆ ก็ตาม ต่างมุ่งหวังให้ผู้คนที่ได้รับสารเกิดการรับรู้ เข้าใจ ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ การประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้หลากหลายรูปแบบ โดยมุ่งหวังให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจอันดีจากประชาชน หรือมวลชน ที่มีต่อหน่วยงานที่ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารดังกล่าว การประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบโดยอาศัยสื่อประเภทต่างๆ เข้ามาช่วยเพื่อให้การประชาสัมพันธ์นั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น สื่อที่นิยมนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ เช่น ระบบเสียงตามสาย วิद्यุกระจายเสียง สิ่งพิมพ์ต่างๆ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ รวมถึงสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน ทั้งนี้การที่นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำหน้าที่ให้ข่าวสารข้อมูลจะตัดสินใจเลือกใช้สื่อประเภทไหนนั้น ย่อมต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของเนื้อหา เรื่องราว จุดมุ่งหมายที่หน่วยงานต้องการนำเสนอ และงบประมาณที่มี (รองศาสตราจารย์ถาวร สายสืบ, บทความเชิงวิชาการ: การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ http://www.edu.nu.ac.th/wbi/jurnal/taworn/for_information.pdf 24/08/2555 เวลา 12.06 น.)

สื่อวีดิทัศน์ หรือ วิดีโอ (Video) เป็นการนำเอาโทรทัศน์ (Television) มาจัดทำเป็นรายการสั้นๆ เพื่อใช้ในการนำเสนอ การอธิบาย การสอน หรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิต เป็นสื่อที่มีการรวบรวมคุณสมบัติเด่นๆ ของสื่ออื่นๆ หลายสื่อ มารวมไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราว ที่กระชับ เป็นลักษณะของสื่อประสม (Multimedia) ที่นำเสนอด้วยภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบ หรือสามารถตกแต่งภาพหรือเสียงประกอบอื่นๆ เพื่อสร้างสีสันบรรยากาศ ให้คนดูเกิดความสนใจ ตื่นตาตื่นใจ สมจริงเหมือนได้ไปสัมผัสหรือได้เห็นสถานที่ต่างๆ ที่ได้ชมผ่านวีดิทัศน์นั้นด้วยตนเอง สื่อวีดิทัศน์สามารถจัดทำได้ง่ายและใช้งบประมาณไม่มากนัก จึง

เป็นสื่อที่นิยมนำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน (รองศาสตราจารย์ถาวร สายสืบ, บทความเชิงวิชาการ: การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ http://www.edu.nu.ac.th/wbi/jurnal/taworn/for_information.pdf 24/08/2555 เวลา 12.06 น.)

2. การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นใด ในปัจจุบันนี้ก็คือ สื่อวีดิทัศน์ วีดิทัศน์ หรือ วิดีโอ (Video) เป็นการนำเอาโทรทัศน์ (Television) หรือเนื้อหาทางวิชาการ นโยบาย การประมวลกิจกรรมการดำเนินงาน มาจัดทำเป็นรายการสั้นๆ ใช้เป็นสื่อเพื่อการนำเสนอ การอธิบาย การสอน หรือเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิต วีดิทัศน์เป็นผลผลิตที่เกิดจากกระบวนการทำงานอย่างมีระบบของคณะทำงาน ซึ่งจะเรียกเป็นผู้ผลิต หน่วยผลิต ฝ่ายผลิต หรือบริษัทผลิตรายการ (Production House) เพื่อให้ได้มาซึ่งงานวีดิทัศน์ ตามความประสงค์ของงาน หรือองค์กร กระบวนการดังกล่าวเรียกเป็นกระบวนการผลิตรายการซึ่งมีเทคนิคขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 การวางแผนการผลิต (Planning)

ในขั้นตอนนี้เป็นการระดมความคิด ความเข้าใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ตั้งแต่ผู้ผลิตรายการ ฝ่ายเทคนิค ฝ่ายเนื้อหา ผู้ออกแบบฉากเวที และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประชุมปรึกษาถึงประเด็นการผลิตรายการว่าจะผลิตให้ใครดู หมายถึง กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ดู ผู้ชม และในการผลิตรายการนั้นจะแสดงถึงอะไรบ้าง จะให้ผู้ชมได้รู้ได้เห็นเกี่ยวกับอะไร ประเด็นสุดท้ายในการวางแผนก็คือ ผลิตรายการออกมาแล้วคาดหวังผลอย่างไรหรือเพื่อจุดประสงค์อะไรบ้าง

2.2 การเขียนบท (Script)

บทโทรทัศน์ หรือ บทวีดิทัศน์ เป็นการนำเอาเนื้อหาเรื่องราวที่มีอยู่หรือจินตนาการขึ้นมาเพื่อการนำเสนอให้ผู้ดู ผู้ชม ได้รับรู้อย่างพอใจ ประทับใจ ผู้เขียนบทวีดิทัศน์ (Script Writer) จึงจำเป็นต้องมีความรอบรู้ในศาสตร์และศิลป์ด้านต่างๆ มีความเข้าใจในธรรมชาติการรับรู้ของมนุษย์ ความศรัทธา สิ่งละอันพันละน้อย ที่จะไปทำให้กระทบกระทั่ง หรือกระทำในสิ่งที่ผิดไปจากที่สังคมยอมรับ บทวีดิทัศน์ควรจะมีการใช้ภาษาที่สละสลวย ชวนอ่าน ชวนฟัง มีการเกริ่นนำ การดำเนินเรื่องและบทสรุปที่กระชับ สอดคล้องกัน รู้จักสอดแทรกมุขตลก เกร็ดความรู้ หรือเทคนิคแปลกๆ มีลีลาที่น่าสนใจ เพื่อเป็นสีสันของเรื่องราว การเขียนบทวีดิทัศน์จะมีทั้งการร่างบทวีดิทัศน์และการเขียนบทวีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ ร่างบทโทรทัศน์เป็นการวางโครงเรื่อง (Plot) ของรายการแต่ละรายการ ปกติจะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเกริ่นนำ (Introduction) เนื้อเรื่องหรือตัวเรื่อง (Body) และการสรุปหรือการส่งท้าย (Conclusion) การเขียนร่างบทจะเป็นการกำหนดเรื่องราวที่นำเสนอ นำเอาแก่นของเรื่อง (Theme) หรือความคิดรวบยอด (Concept) ของเรื่องมาคลี่คลาย มาขยายให้เห็น

อย่างเป็นทางการ มีการสอดแทรกอารมณ์ มีการหักมุม สร้างความฉงน นำเรื่องราวไปสู่จุดสุดยอด (Climax) ให้ได้ดีที่สุด ร่างบทวีดิทัศน์เขียนเป็นความเรียง ที่ใช้ภาษาสละสลวย ทันสมัย สอดแทรกสาระ เกร็ดความรู้ และสร้างความประทับใจ อาลัยอาวรณ์ในที่สุด บทวีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ (Full Script) หรือเรียกเป็นบทสำหรับถ่ายทำ (Shooting Script) เป็นการนำเอาร่างบทมาขยายอย่างละเอียด ในลักษณะของการถ่ายทำ ซึ่งจะมีลักษณะของภาพ ขนาดของภาพ กำหนดกล้องและการแสดงของผู้แสดง หรือ เหตุการณ์นั้นอย่างสมจริง คณะทำงาน หรือผู้ผลิตรายการจะยึดการปฏิบัติงานตามบทวีดิทัศน์นี้ แต่ลักษณะที่เป็นจริงบทวีดิทัศน์อาจจะมีการปรับเปลี่ยนบทบ้างตามความเหมาะสมของเหตุการณ์นั้น “การเขียนบทถือเป็นหัวใจของขั้นก่อนการผลิต (Pre - Production) และกระบวนการผลิตทั้งหมด เนื่องจากบททำหน้าที่เสมือนแบบแปลนในการสร้างบ้าน นอกจากนั้นแล้วบทเป็นจุดชี้วัดจุดแรกที่จะบอกได้ว่าสื่อต่างๆจะประสบความสำเร็จหรือไม่”

2.3 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ (Preparation)

ในการเตรียมเพื่อการผลิตรายการนั้น คณะทำงานจะเตรียมทุกสิ่งทุกอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการดำเนินงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ ในการถ่ายทำ เตรียมสถานที่ เตรียมบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพร้อมที่จะทำงานได้ทันทีในกรณีที่มีการเสริมแต่ง หรือแก้ไขปัญหาการถ่ายทำ เพราะความพร้อมของเรื่องราวเหตุการณ์และสถานที่ที่ยังต้องมีการเตรียมสิ่งต่างๆเพื่อจำลองสถานการณ์ให้สมจริงเท่าที่จะทำได้ให้ดีที่สุด

2.4 การบันทึก (Recording)

กระบวนการถ่ายทำ จะดำเนินไปตามแผนที่ได้วางไว้ และถ่ายทำตามบท โดยมุ่งให้ได้ภาพตรงตามความต้องการมากที่สุด อาจจะทำหลายๆ ครั้ง ในฉากใดฉากหนึ่ง เพื่อมาคัดเลือกหาภาพที่ดีในตอนจะตัดต่ออีกครั้งหนึ่ง ในการบันทึกแบ่งเป็น บันทึกภาพและบันทึกเสียง ซึ่งการบันทึกภาพนั้นจะได้ทั้งภาพทั้งเสียงอยู่แล้ว เมื่อตัดต่อสามารถเลือกได้ว่า ช่วงไหนจะใช้แต่ภาพ หรือใช้ทั้งภาพและเสียง การบันทึกภาพ บันทึกหรือถ่ายทำตามสภาพความเป็นจริง และความจำเป็นก่อนหลัง ไม่จำเป็นต้องเรียงฉาก ตามบทวีดิทัศน์ (Script) ในการบันทึกเสียง จะบันทึกทั้งเสียงเหตุการณ์จริง เสียงสัมภาษณ์ เสียงสนทนา เสียงบรรยาย เสียงเพลงประกอบ และเสียงเหตุการณ์หรือเสียงที่นำมาใช้เป็นเอฟเฟค (Sound Effect) ให้เรื่งราวน่าสนใจซึ่งกระบวนการเกี่ยวกับเรื่องเสียงจะมีการผสมเสียงอีกครั้งหนึ่งในกระบวนการตัดต่อภาพและเสียง

ข้อสำคัญในการทำความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อวีดิทัศน์ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เพื่อจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ตาม คณะทำงานควรมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา นโยบายและกิจกรรมขององค์กร พื้นฐานของงานโทรทัศน์ หรือ การทำวีดิทัศน์ไว้บ้าง เพื่อการสร้างงาน การคิดสร้างสรรค์ จะได้หลากหลาย น่าสนใจ และที่สำคัญจะช่วยให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น บรรลุเป้าหมายได้ดี

ยิ่งขึ้น สิ่งที่ควรรู้ ควรเข้าใจมีมากมาย อาทิ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เทคนิคกล้อง ชนิดของภาพ การลำดับภาพและตัดต่อภาพ การนำเสียงมาใช้ในงานวีดิทัศน์ตลอดจนการใช้กราฟิกคอมพิวเตอร์

2.5 ข้อควรจำในการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวีดิทัศน์

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่าสื่อวีดิทัศน์เป็นสื่อที่มีความพร้อมในลักษณะของมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งได้รวบรวมเอาความโดดเด่นของรูปแบบและแนวทางการนำเสนอที่สมบูรณ์ครบถ้วนไว้ ทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ คอมพิวเตอร์กราฟิก และเทคนิคพิเศษอีกมากมาย หน่วยงานหรือองค์กรใด จะผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะเข้าใจถึงคุณสมบัติที่น่าสนใจดังกล่าวแล้ว ควรพิจารณาถึงประเด็นเรื่องราวต่างๆ เช่น

- จะผลิตสื่อวีดิทัศน์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายใด การผลิตวีดิทัศน์ ควรเลือกให้เหมาะกับกลุ่มผู้ดูผู้ชม เพราะเนื้อหาเรื่องราวจะมีความเข้มข้นหรือละเอียดลึกซึ้งแตกต่างกัน
- การผลิตสื่อวีดิทัศน์ต้องการแสดงถึงเนื้อหาสาระมากน้อยแค่ไหน ประเด็นของเรื่องราวหรือแก่นแท้ (Theme) จะแสดงถึงอะไรบ้าง
- การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นี้ คาดหวังผลอะไรบ้าง ถ้าหากรู้ถึงวัตถุประสงค์หรือความคาดหวังถึงผลที่ได้จากสื่อที่ผลิตจะช่วยให้เนื้อหาเรื่องราวในวีดิทัศน์ตรงประเด็นได้มากขึ้น
- ในกระบวนการผลิตวีดิทัศน์ได้มีการประสานงานกับบุคลากรระดับสูงผู้บังคับบัญชา หรือผู้เกี่ยวข้องอย่างน้อยเพียงใดเพื่อความเข้าใจในเรื่องราวเพื่อความถูกต้องและการประสานสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน
- ผู้ผลิตควรเข้าใจถึงประเด็นในการทำวีดิทัศน์ ถึงความเหมาะสมของเรื่องราวความโดดเด่นหรือความน่าจะเป็นของการเลือกสิ่งที่น่าสนใจ ทั้งบุคลากร สถานที่กิจกรรมหรือเหตุการณ์ ตลอดจนข้อมูลต่างๆ พยายามหามุมมองที่มีคุณค่า เลือกสิ่งที่น่าสนใจออกมานำเสนอซึ่งบางครั้งอาจมีการเสริมแต่งบ้างก็ควรต้องเลือกต้องพยายามเพื่อให้ได้สื่อวีดิทัศน์ที่น่าสนใจ
- คณะทำงานควรเปิดใจกว้าง ในการวิพากษ์และตรวจทานผลงาน เพื่อจะได้ปรับปรุงและสรรค์สร้างงานให้มีประสิทธิภาพ

บทสรุป

การผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการทำงานที่มีความละเอียดอ่อนมีความพิถีพิถันที่ผ่านการวางแผนและการทำสคริปต์ (Script) มาเป็นอย่างดี ใช้จิตวิทยาการนำเสนอซึ่งต้องสร้างความพอใจให้ทั้งเจ้าของงานหรือผู้บริหาร และผู้ดูผู้ชมที่เป็นมวลชน อันมีความหลากหลาย ด้านความรู้สึกรู้สึกต่างจิต ต่างใจ ต่างพื้นฐาน สื่อวีดิทัศน์ถ้ามีการวางแผนการผลิตที่ดี มีความประณีต สื่อสารได้ตรงประเด็น ย่อมจะนำไปสู่ความสำเร็จสมหวังได้

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบรายการ

ในการผลิตสื่อทุกชนิดจำเป็นต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก (target group) เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถเลือกใช้สื่อได้ตรงตามที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับ สามารถกำหนดเนื้อหา และรูปแบบได้ตรงตามที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ ซึ่งจะทำให้การผลิตสื่อประสบความสำเร็จ

4. หลักการเขียนบทวิทัศน์

การเขียนบทวิทัศน์เป็นศาสตร์และศิลป์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนการเขียนลักษณะอื่นๆ วัตสันต์ อดิสซ์ท์ (2528) ได้อธิบายถึงหลักการเขียนบทวิทัศน์ไว้ดังนี้

4.1 การคิดออกมาเป็นภาพ ผู้เขียนบทจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ออกมาให้ เป็นภาพที่จะถ่ายทอดไปสู่ผู้ชม ภาพเหล่านี้อาจจะใช้เพียงคำพ้องเพื่อสื่อสารเรื่องราวกับผู้ชมหรือใช้เสียงประกอบหรือดนตรีเสริม โดยไม่ต้องมีคำบรรยาย คำพูดประกอบก็ได้

4.2 การเขียนคำพูดเพื่อการได้ยิน การชมโทรทัศน์ ผู้ชมจะได้ยินคำพูด คำบรรยายเพียงการฟังของกลุ่มผู้ชมแต่ละกลุ่ม ไม่ควรใช้ประโยคที่ซับซ้อนเกินไป ใช้ภาษาพูดให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และเนื้อหาต้องสัมพันธ์กับภาพอย่างมีความหมายและศิลปะ

4.3 การเข้าใจพื้นฐานของผู้ชม การรับรู้ของผู้ชมแต่ละกลุ่มไม่เหมือนกัน ผู้เขียนบทจะต้องสื่อสารภาพและคำให้เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละกลุ่ม และไม่เขียนในสิ่งที่ก้าวล้ำการรับรู้ของกลุ่มผู้ชมมากเกินไป

4.4 การเข้าใจการนำเสนอของรายการ การที่ผู้เขียนบทวิทัศน์มีความรู้ทางด้านการนำเสนอทางโทรทัศน์ เทคนิคของการนำภาพพิเศษ เรื่องของแสง เสียง ย่อมสามารถที่จะจินตนาการในการนำเอาสิ่งเหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.5 ชื่อเรื่อง ควรต้องเรียกร้องความสนใจของผู้ชม

4.6 เนื้อเรื่องจะต้องมีเอกภาพมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

4.7 อัตราส่วนของเนื้อเรื่อง

ก. นำเข้าสู่เนื้อหาของเรื่อง	ประมาณ 10%
ข. รายละเอียดของเนื้อเรื่อง	ประมาณ 80%
ค. บทสรุป	ประมาณ 10 %

5. ประโยชน์ของวิทัศน์ที่ดี

พลรัตน์ ลักษณะินาวิน (2530) ได้อธิบายถึงประโยชน์ของวิทัศน์ที่ดีไว้ดังนี้

5.1 วิทัศน์เป็นสื่อที่ให้ประสิทธิภาพสูง มีการนำเสนอทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน

5.2 สามารถนำเสนอกับผู้เรียนได้ทีละครั้งมากๆ ได้ด้วยการส่งสัญญาณ หรือการนำเฉพาะที่ดีไปเปิด

5.3 สามารถเปิดให้ดูซ้ำอีกได้ตามต้องการทำให้ช่วยผ่อนคลายครูผู้สอน

5.4 สามารถใช้สอนระบบทางไกลหรือการเรียนนอกเวลาเพื่อเป็นการเสริมเพิ่มความรู้ของผู้เรียนเป็นรายบุคคลซึ่งจะทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนได้เร็วขึ้นหรือช้าลงตามความสามารถของแต่ละบุคคล

5.5 สามารถที่จะทำการจัดกิจกรรมขณะที่มีการดูแลควบคุมกันไปด้วย หรือ หลังจากที่มีการดูจบแล้วก็ได้ เช่น ทำการหยุดภาพเพื่อทำการอธิบายเสริม ถามหรือทำการตอบคำถาม หรือทำการอภิปรายหลังจากที่เรียนจบบทเรียนแล้ว

5.6 ครูผู้สอนสามารถที่จะทำการผลิตสื่อวีดิทัศน์ขึ้นเองได้โดยไม่ยาก และยังสามารถเก็บได้เป็นเวลานาน

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในยุคปัจจุบัน การแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนจำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่กำลังมาแรง ผู้อ่านคงจะเริ่มมีคำถามในใจว่าแล้วการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคืออะไร การท่องเที่ยวแบบไหนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเทศต่างๆ ในโลกมีนโยบายอย่างไรกับรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว

6.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคืออะไร

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เข็มชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมละงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.2 การท่องเที่ยวแบบไหนถึงจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

หลายคนอาจจะสงสัยว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรจะครอบคลุมถึงเรื่องอะไรบ้าง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย

- ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
- โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์

- งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม
- ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
- ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
- ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
- ภาษาและวรรณกรรม
- วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
- ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ
- ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

6.3 นานาประเทศกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ประเทศต่างๆ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการสร้างรายได้ให้กับประเทศของตนอย่างมหาศาล จึงนำวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ของประเทศ เช่น ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานอิสระที่คอยสนับสนุนภาคเอกชนในการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งเราจะเห็นโฆษณาการท่องเที่ยวของเกาหลีที่เน้นการสัมผัสวัฒนธรรมและเทคโนโลยี รวมถึงการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ซีรีส์ต่างๆของเกาหลี ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์ก็พยายามใช้ความหลากหลายของเชื้อชาติ เป็นจุดขายในการท่องเที่ยวเช่นกัน ภายใต้แนวคิดที่ว่า Uniquely Singapore โดยมีการฟื้นฟูแหล่งวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนสิงคโปร์เชื้อชาติจีน อินเดียและมลายูในประเทศให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับประเทศมาเลเซีย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเน้นความเป็นมุสลิมสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสวิถีชีวิตต่างๆของมุสลิม ยังมีประเทศอื่นๆ อีกมากมายที่มีการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ เช่น จีน ประเทศในยุโรปและออสเตรเลีย ในขณะที่บางประเทศมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ยังมีปัญหาในด้านการเมืองภายในประเทศ หรือยังไม่มีนโยบายที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เช่น พม่า เวียดนาม ประเทศในแอฟริกาและตะวันออกกลาง เป็นต้น

7. ประวัติความเป็นมาของ ตำบลสามโลก อำเภอสามโลก จังหวัดปทุมธานี

เรื่องราวเล่าขานในอดีตบันทึกไว้ในพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ถึงการอพยพมาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่อาศัยของชาวมอญหลายยุคหลายสมัย ณ บ้านสามโลก วัดสิงห์ เป็นวัดโบราณที่มีความสำคัญของบ้านสามโลก สร้างมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี มีข้อสันนิษฐานเป็นสองประการว่า อาจจะเป็นวัดที่มีมาแล้วตั้งแต่แผ่นดินสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ หรือเป็นวัดที่สร้างขึ้นในรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ในราวปี พ.ศ.2202 ถึง พ.ศ.2210 เพื่อให้พระภิกษุที่อพยพหนีศึกพม่ามาพร้อมกับชาวมอญได้อยู่จำพรรษา

ดังนั้นวัดสิงห์ จึงเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองสามโคก ที่มีมาก่อนชาวรามัญจะอพยพเข้ามาอยู่ที่บ้านสามโคก และได้กลายเป็นบ้านร้างผู้คนไปเมื่อครั้งเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งแรก ในแผ่นดินสมัยสมเด็จพระมหินทราธิราช พ.ศ.2112 เมื่อถึงปี พ.ศ.2202 ในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช หัวหน้าชาวรามัญชื่อ สมิงเปอกับพวกรวม 11 คน ได้อพยพหนีทัพพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารและได้จับตัวมิ่งนันทมิตร ซึ่งเป็นพระเจ้าอาของพระเจ้าอังวะมาถวายสมเด็จพระนารายณ์มหาราช พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้สมิงเปอกับพรรคพวกประมาณหมื่นคนเศษ ตั้งภูมิลำเนาอยู่ที่ตำบลสามโคก ริมฝั่งน้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตกใกล้วัดสิงห์เป็นครั้งแรก ซึ่งต่อมาได้รับการยกฐานะเป็น “เมืองสามโคก” ในที่สุด

อย่างไรก็ตามเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าครั้งที่ 2 ครอบครัวยุทธที่เมืองสามโคก ได้ถูกกวาดต้อนกลับไปเมืองพม่า จึงทำให้เมืองสามโคกร้างลงอีกครั้งหนึ่ง

สมัยกรุงธนบุรี ปี พ.ศ.2318 พระยาเจ่ง เจ้าเมืองเตรียนเป็นหัวหน้าได้พาครอบครัวชาวรามัญอพยพหนีการปราบปรามของพม่าเข้ามา พระเจ้ากรุงธนบุรีโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งบ้านเรือนอยู่ที่สามโคกจนถึงปากเกร็ด นนทบุรี

สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ แผ่นดินพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ชาวรามัญอพยพหลบภัยเข้ามาประมาณ 40,000 คนเศษ โปรดเกล้าฯ ให้ตั้งบ้านเรือนอยู่เมืองนนทบุรีและปทุมธานี ด้วยเหตุผลที่โปรดเกล้าฯ ให้ชาวรามัญอยู่อาศัยตั้งบ้านเรือนเป็นจำนวนมาก ประชากรส่วนใหญ่ที่สามโคกจึงเป็นชาวรามัญและมีจำนวนมากขึ้น และได้จัดการสร้างที่ว่าการเจ้าเมืองบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเหนือวัดสิงห์ บริเวณบ้านพรหม ปากคลองบ้านทาส เรียกว่า “เมืองสามโคก”

8. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลสามโคก

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตำบลสามโคก ส่วนใหญ่เป็นวัด โบราณสถานและโบราณวัตถุ ซึ่งมีอายุเก่าแก่ วัดต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ล้วนแล้วแต่ถูกสร้างขึ้นในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยา

8.1 วัดสิงห์

วัดสิงห์ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 2 ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก บริเวณคู้้งน้ำที่กว้างใหญ่ ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาสายใหม่ ซึ่งขุดลัดเตร็ดใหญ่ในสมัยพระเจ้าทรงธรรม ตรงหน้าวัดไก่อเตี้ย

วัดสิงห์เป็นวัดโบราณที่ตั้งของวัดอยู่ห่างจากริมฝั่งแม่น้ำลึกเข้าไปประมาณ 500 เมตร โดยมีลำคลอง สำหรับเรือเข้าออกเรียกว่าคลองวัดสิงห์อยู่ทางทิศใต้ของวัดแผ่นดินบริเวณนี้เรียกว่า “บ้านสามโคก”

โบราณวัตถุ สถานที่สำคัญของวัดสิงห์

1. วิหารโถง (ศาลาดิน) เป็นอาคารทรงไทยจั่วรูปฟักหน้าพรหมมีมาลัยโดยรอบมุงด้วยกระเบื้องกาบูกี้ กระเบื้องชิงชากทำเป็นบันแถลงรูปสามเหลี่ยมปลายเรียวโค้งรูปเทพพนมสลักกับรูปดอกบัวอ่อนช้อยสวยงาม ภายในมีเสาระเบียงเรียบรายรอบเป็นจำนวนมาก พื้นปูด้วยกระเบื้องดินเผาขัดมัน ด้านข้างทั้งสองก่ออิฐยกแนวอาสนะสงฆ์ ตรงกลางก่อเป็นฐานชุกชีประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญอันเป็นประธานของศาลาภายในกรอบซุ้มเรือนแก้วและพระอันดับลคหันลงมา เพดานของอาคารทำเป็นกรอบย่อมุมไม้สิบสองแบ่งเป็นห้องๆ ระหว่างช่วงเสาประดับด้วยไม้แกะสลักเป็นดาวเพดานดวงใหญ่ประกอบด้วยดาวจกกลและดาวรังแตนอยู่ตรงกลาง ล้อมรอบด้วยดาวดอกจอกซึ่งมีขนาดเล็กลงมา ตกแต่งด้วยการลงรักปิดทองล่องชาด เสาของอาคารเป็นเสาไม้กลมทาดด้วยชาดสีแดง ความสวยงามของอาคารนี้อยู่ที่รูปทรงและสัดส่วนของอาคาร เป็นอาคารเก่าสมัยอยุธยา และความสวยงามของกระเบื้องมุงหลังคา ดาวเพดานไม้แกะสลักขนาดใหญ่ที่สวยงามตลอดจนลวดลายปูนปั้นของฐานชุกชีที่ตกแต่งด้วยปูนปั้นปิดทองรองกระจกลีเขียว ซุ้มเรือนแก้วด้านหลังพระพุทธรูปและพระพุทธรูปที่มีพุทธลักษณะงดงามโดดเด่นอยู่กลางวิหาร

2. วิหารน้อย เป็นวิหารหลังเล็กก่อด้วยอิฐ เป็นอาคารทรงไทย ก่ออิฐไปจรดอกไก่ มุงด้วยกระเบื้องดินเผากาบูกี้ ด้านหน้ามีชายคาปีกนกยื่นออกมาจากตัวอาคาร ฐานของอาคารทำเป็นท้องสำเภาก่ออิฐเป็นฐานปัทม์แอนโค้ง มีช่องประตูเข้าสู่วิหารด้านหน้าเพียงหนึ่งช่อง วงกบประตูทำด้วยไม้สักทอง บานประตูใหญ่สองบานมีความหนามาก ฝาผนังวิหารด้านข้างก่อเป็นช่องๆ ทำเป็นซุ้มลูกกรงแทนหน้าต่างให้แสงเข้าสู่ภายในเพียงเล็กน้อย ภายในวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปขนาดใหญ่ปางมารวิชัยบนฐานชุกชี ประดับด้วยลวดลายปูนปั้นปิดทองรองกระจกลีเขียว ด้านหน้าพระประธานมีพระอิศรสวากยืนซ้ายขวาประนมมือ ความสวยงามของวิหารน้อยอยู่ตรงที่เป็นโบราณสถานสมัยอยุธยา ซึ่งมีเทคนิคการสร้างโดยเน้นเรื่องของแสงและเงา วิหารมีขนาดเล็กพระพุทธรูปขนาดใหญ่ พื้นที่ว่างระยะจากประตูที่เปิดถึงพระประธานที่กระชั้นชิด ประกอบกับแสงที่ส่องเข้าตามช่องผนังด้านข้างสลักๆ เมื่อเปิดประตูบานใหญ่เข้าไปแสงจะพุ่งไปจับองค์พระประธานดูโดดเด่น ว่างเวง สงบเยือกเย็น ขลังและศักดิ์สิทธิ์ ลวดลายปูนปั้นบนฐานชุกชีปิดทองรองกระจกลีเขียวเมื่อกระทบกับแสงดูแวววาวงดงามยิ่งนัก

3. กุฏิ รูปทรงจั่ว เป็นอาคารก่ออิฐถือปูน ก่อผนังตั้งแต่ฐานราก ส่วนฐานล่างก่อเป็นช่องโค้งโปร่ง ระดับพื้นอาคารก่อเป็นฐานปัทม์ โดยรอบก่อผนังจรดอกไก่ จั่วประดับด้วยด้วยการฝังด้วยงานเบญจรงค์เป็นวงกลม หลังคามุงด้วยกระเบื้องกาบูกี้ มีมาลัยมุงกระเบื้องยื่นมาด้านหน้าเป็นส่วนระเบียงของตัวอาคาร และก่อเป็นผนังคางหมูสองชั้น ด้านข้างทำเป็นกันสาดมุงกระเบื้องโดยรอบผนังด้านข้างเป็นช่องประตูหน้าต่าง

ลักษณะอาคารภูมิภายในค่อนข้างมืด ช่วงของฝาผนังต่ำ ขนาดภูมิมีขนาดเล็กสำหรับความเป็นอยู่ของพระสงฆ์ผู้สมณะ ความสวยงามและคุณค่าของอาคารภูมินี้อยู่ที่การจัดมุงกระเบื้องและลวดลายของบันแถลง กระเบื้องเชิงชาย รูปทรงอาคารที่แปลกตาหาดูได้ยาก เพราะเป็นอาคารเก่าสมัยอยุธยาที่ยังคงสภาพค่อนข้างสมบูรณ์และเป็นแบบอย่างอาคารที่คนไทยรับเทคนิคการก่อสร้างอาคารจากฝรั่งต่างชาติที่เข้ามาในสมัยอยุธยา

4. พระพุทธรูปไม้ พระพุทธรูปเป็นศาสนวัตถุที่เคารพกราบไหว้ของชาวพุทธแทนองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีกรอบเป็นขอบสองชั้น ด้านข้างทั้งสองประกอบด้วยเสาไม้กลึงกลมยอดบัว ภายในตรงกลางแกะสลักเป็นรอยพระพุทธรูป และล้อมรอบเป็นกรอบสี่เหลี่ยมด้วยลายบัวเกสร กรอบชั้นที่สองแกะสลักเป็นลายหน้ากระดานลูกฟักประจายาม ก้ามปู กรอบด้านบนเป็นแผ่นไม้หน้ากระดาน ตรงกลางแกะสลักเป็นรูปยักษ์คาบลายกนกที่สะบัดไหว้ออกไปจากปากยักษ์ไปจรดเสาประกบส่วนนี้เป็นส่วนบนสุดของพระพุทธรูปไม้ ซึ่งตั้งบนแท่นฐานสิงห์ไม้สักที่มีขนาดใหญ่และหนาแกะสลักไว้เป็นช่องๆ

กรอบฐานล่างปิดกระฉากทึบสีฟ้า การตกแต่งพระพุทธรูปโดยการปิดทองร่องกระฉากพระพุทธรูปไม้วัดสิงห์นับเป็นศิลปวัตถุที่งดงามและมีคุณค่ายิ่ง ทั้งรูปแบบความประณีตสวยงามของลวดลายที่ช่างบรรจงออกแบบและตกแต่งด้วยแรงศรัทธาในพระพุทธศาสนา

5. หลวงพ่อโต ประดิษฐานในวิหารโถง (ศาลาดิน) เป็นพระพุทธรูปก่อด้วยอิฐถือปูนลงรักปิดทองปางมารวิชัย ศิลปะอยุธยา อายุประมาณ 320 ปี มีพุทธลักษณะที่งดงาม มีขนาดหน้าตักกว้าง 3 ศอก สูง 5 ศอก ไรพระศกเล็กแบบหนามขนุน ด้านหลังองค์พระมีพนักพิงเป็นซุ้มเรือนแก้ว ก่อด้วยอิฐ มีลวดลายปูนปั้นเป็นกิว ขอบเป็นเขี้ยวตะขาบจรดปลายแหลมด้านล่าง ทั้งสองข้างทำเป็นลายกนก สองข้างฐานพระพุทธรูป ฐานซุกซี้ก่อด้วยอิฐฉาบปูน เป็นชั้นย่อมุมสิบสองลดหลั่นกันลงมา ประดับด้วยลายปูนลายหน้ากระดานประจายาม ก้ามปูปิดทองร่องกระฉากสีเขียวสวยงาม หลวงพ่อโตประดิษฐานบนแท่นฐานซุกซี้มีขนาดหน้าตักกว้าง 3 ศอก 3 นิ้ว สูง 5 ศอก มีผู้เคารพกราบไหว้ อยู่เสมอด้วยศรัทธาว่าเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์มีมาแต่โบราณ

6. หลวงพ่อเพชร พระพุทธรูปปางไสยาสน์ประดิษฐานอยู่ด้านหลังหลวงพ่อโต ซึ่งมีซุ้มเรือนแก้วคั่นอยู่ องค์พระมีขนาดยาว 5 ศอก 1 คืบ 5 นิ้ว อยู่บนฐานซุกซี้ เหนือองค์หลวงพ่อเพชรมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย ประดิษฐานบนฐานซุกซี้สององค์ ส่วนฉากด้านหลังซุ้มเรือนแก้วปรากฏภาพจิตรกรรมฝาผนังศิลปะสมัยอยุธยา วาดเป็นภาพพระพุทธเจ้าเสด็จจากดาวดึงส์ นำเสียดายที่รายละเอียดของภาพถูกน้ำฝนชะล้างไปจนเหลือเลือนลาง ซึ่งนับได้ว่าเป็นภาพจิตรกรรมที่เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดปทุมธานีที่คงเหลืออยู่ หลวงพ่อเพชรเป็นพระพุทธรูปองค์หนึ่งซึ่งอยู่ร่วมกันในวิหารโถง เป็นที่เคารพกราบไหว้ของผู้คนทั่วไป

7. อุโบสถ เป็นอาคารที่ใช้ในการทำสังฆกรรมของวัดสิงห์ ประกอบด้วยกำแพงแก้ว ล้อมรอบ ด้านในกำแพงก่อเป็นช่องสามเหลี่ยมกลัดพื้นโดยรอบ เพื่อไว้วางตะเกียงตามไฟให้แสงสว่างเวลาประกอบพิธีทางศาสนาในเวลากลางคืน พื้นโดยรอบปูด้วยศิลา ทางเข้าทำเป็นซุ้มโค้งก่ออิฐแบบกู่ช้างทั้งด้านหน้าด้านหลัง ศิลปะแบบอยุธยา ด้านหน้าอุโบสถก่อเจดีย์ย่อมุมไม้สิบสอง อุโบสถก่ออิฐถือปูนเป็นผนังไปจรดอกไก่ เครื่องบนช่อฟ้าใบระกา กระเบื้องซ่อมแซมใหม่ ซุ้มประตูหน้าต่างปั้นปูนหลัง ช่วงบนยังคงเหลือหน้าบันไม้แกะสลักเป็นลายช่อหางโต ปิดทองร่องกระจกของเดิมที่สวยงาม ส่วนภายในพื้นอุโบสถจะมีระดับต่ำกว่าพื้นภายนอก ซึ่งเป็นลักษณะโบสถ์โดยทั่วไปสมัยอยุธยา ด้านหลังประดิษฐานพระประธานปูนปั้นปางมารวิชัย พระพักตร์รูปไข่ พระขนงโค้งโค้ง พระนาสิกโด่ง พระโอษฐ์ยิ้ม พระกรรณยาว พระเกศาเป็นเม็ดละเอียด พระรัศมีเป็นเกศเปลว พระวรกายบอบบางสวยงามรูปแบบศิลปะสมัยอยุธยา ฐานชุกชีส่วนบนทำเป็นบัวกลุ่มกลีบใหญ่รองรับเป็นฐานปัทม์ย่อมุมขยายจนจกแทน ส่วนพระพุทธรูปองค์รองมีรูปทรงเช่นเดียวกัน

8. โศกพญากราย อดีตเจ้าอาวาสวัดสิงห์ พระราชาคณะสมัยรัชกาลที่ 2 ก่อด้วยอิฐฉาบปูน รูปแบบโกศโถทรงกระบอกกลมปากผาย ฝายอดปริกปูนปั้นประดับกระจก ตั้งอยู่ในบริเวณโบสถ์หน้าวิหารน้อย ฐานเหลี่ยมย่อมุมตักแต่งด้วยลายปูนปั้นประดับด้วยลายบัววง ลายหน้ากระดาน ประจำยามก้ามปู ส่วนตัวโกศประดับด้วยลายปูนปั้นลายกาบพรหมสร และกาบกระจกโดยรอบตัวโกศ ส่วนยอดประดับด้วยบัวกลุ่ม 12 ชั้น บัวจงกลปลียอดและหยาดน้ำค้างสวยงามโดดเด่นด้วยรูปทรงที่ได้สัดส่วน ตกแต่งด้วยลวดลายปูนปั้นประดับและงดงามด้วยฝีมือปั้นปูนสดที่หาคุณภาพได้ยาก “พญากราย” เป็นพระราชาคณะที่มีประวัติที่พิสดารยิ่งนักตามคำบอกเล่าของท่านเจ้าคุณพระวินัยสาทร อดีตเจ้าอาวาสวัดลำแลแก้วว่า “พญากราย” คงเป็นขุนนางรามัญหรือเชื้อพระวงศ์ของเจ้าเมืองรามัญอุปสมบทเป็นพระภิกษุ เมื่อรามัญประเทศถูกย่ำยีจากพม่า จึงพาน้องสาวมุ่งหน้าหนีมาสู่ประเทศไทยตามพรรคพวกรามัญที่อพยพมาก่อนในสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ทั้งสองเดินลัดป่าร้อนแรมเป็นเวลาหลายเดือนจนผมยารุ่งรัง พญากรายซึ่งเดิมมีนามว่า “ไทร” มีมิดกราย (มิดไต้) ติดตัวมา 1 เล่ม เวลาค่ำคืนจะนอนใกล้กันเพราะเกรงสิ่งสสารสัตว์ที่มีอยู่ในป่าจะทำร้ายน้อง เมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทยมาจำพรรษาอยู่ที่วัดสิงห์ ซึ่งเป็นที่ชาวมัญญ์อพยพมาตั้งถิ่นฐานแต่เดิมแล้ว แต่ชาวมัญญ์ที่สามโคกไม่เชื่อในความบริสุทธิ์ของพระไทรรูปนี้ เพราะการรอนแรมมากลางป่านานๆ เป็นแรมเดือนนั้นยากต่อการรักษาพรหมจรรย์ได้ จึงตั้งข้อรังเกียจว่าเป็นพระไม่บริสุทธิ์ ไม่เคารพบูชากราบไหว้ กล่าวหาว่าปราชัย พระภิกษุไทรก็ยืนยันว่าตัวเองเป็นพระสงฆ์บริสุทธิ์ โดยขออ้างมิดกรายเป็นพยาน จึงอธิษฐานจิตและประกาศแก่ชาวบ้านทั่วไปว่าจะโยนมิดกรายเล่มนี้ลงในแม่น้ำหน้าวัดสิงห์ ถ้ายังบริสุทธิ์อยู่ขอให้มิดกรายจงลอยน้ำได้ แต่ถ้าไม่บริสุทธิ์ก็ขอให้มิดกรายจงจมน้ำไป พระภิกษุไทรอธิษฐานถึงคุณพระศรีรัตนตรัย เทพเทวดาฟ้า

ดินถึงความบริสุทธิ์ของตน แล้วขว้างมีดกรายลงไปในน้ำ มีดกรายก็ลอยน้ำขึ้นมา ชาวบ้านทั้งหลาย จึงเรียกท่านว่า “พญากราย” กิตติศัพท์เรื่องนี้ลือไปถึงล้นเกล้ารัชกาลที่สอง จึงพระราชทานสมณศักดิ์เป็นพระราชอาคันตุกะนามว่า “พระไตรสรณรัช” ถวายเครื่องใช้ไม้สอยพิเศษ เช่น เตียง ตั้ง ตู้พระไตรปิฎกถลายรดน้ำ และของอื่นๆ อีกมากมาย และเสด็จพระราชดำเนินมาสนทนาธรรมและเยี่ยมอยู่เป็นประจำ เมื่อถึงแก่กรรมภายหลังจากพระราชทานเพลิงศพท่านแล้วได้บรรจุอัฐิไว้ที่วัดสิงห์ โดยก่อเป็นโกศไว้หน้าวิหารน้อยภายในเขตอุโบสถ เพื่อเป็นที่เคารพสักการะแก่บุคคลทั่วไป

9. พระแท่นบรรทม เป็นพระแท่นบรรทมของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ล้นเกล้ารัชกาลที่ 2 ซึ่งทรงอุทิศถวายแด่พญากราย เจ้าอาวาสวัดสิงห์ขณะนั้นในคราวเสด็จประพาสเมืองสามโคก ในเทศกาลออกพรรษาเดือน 11 ซึ่งตรงกับวันที่ 18 ตุลาคม 2358 ซึ่งในครั้งนั้นชาวรามัญและชาวบ้านได้พากันนำดอกบัวมาทูลเกล้าฯถวายเป็นจำนวนมาก พระองค์ท่านจึงได้พระราชทานนามให้แก่เมืองสามโคกใหม่ว่าเมืองประทุมธานี ดังปรากฏในนิราศภูเขาทองที่ประพันธ์โดยสุนทรภู่ว่า

“...ถึงสามโคกโศกถวิลถึงปิ่นเกล้า พระพุทธเจ้าหลวงบำรุงซึ่งกรุงศรี
ประทานนามสามโคกเป็นเมืองศรี ชื่อประทุมธานีเพราะมีบัว....”

ดังนั้นพระแท่นบรรทมนี้จึงเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ชิ้นสำคัญ ที่มีความเชื่อมโยงไปถึงต้นกำเนิดของนามจังหวัดปทุมธานี และเป็นโบราณวัตถุชิ้นเอกที่แสดงถึงฝีมือช่างในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ได้เป็นอย่างดี

8.2 โบราณสถานเตาโอง่าง

โบราณสถานเตาโอง่าง เป็นหลักฐานของการตั้งชุมชนมอญในสมัยแรก นับตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยที่เตาโบราณแห่งนี้พบคู่มสามโคกเป็นภาชนะบรรจุที่ใหญ่ที่สุด โบราณสถานเตาโอง่าง ตั้งอยู่บริเวณใกล้ๆ วัดสิงห์ ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตร สันนิษฐานว่าเป็นสถานที่แห่งแรกในสมัยที่ชาวมอญอพยพมาตั้งหลักแหล่งในชุมชนวัดสิงห์

โบราณสถานเตาโอง่าง หรือเตาเผาคู่มสามโคก ตั้งอยู่บริเวณฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และริมคลองบ้านทาสข้างวัดสิงห์ เป็นเนินโคกเตาเผาสามโคกตั้งเรียงรายกัน โลกที่สามถูกรถไถเกรดเนินโคกเตาไปทำถนนจนหมดคงเหลือเพียงสองโคก เนินโคกเตาที่หนึ่ง มีพื้นที่กว้างประมาณ 300 ตารางวา มีต้นไม้ใหญ่ เช่น ต้นมะขาม ก้ามปูและปืบ ขึ้นโดยรอบ บนเนินโคกเตาเต็มไปด้วยเศษอิฐและภาชนะเครื่องปั้นดินเผา เช่น โอง่าง ครก เนินโคกเตาที่สอง อยู่ห่างจากเนินโคกเตาที่หนึ่ง ประมาณ 50 เมตร ใกล้กับคลองบ้านทาส เนินโคกเตาที่สองนี้ถูกถนนตัดผ่าน จึงเหลือเพียงส่วนเดียว พบแนวอิฐโครงสร้างเตาและเศษภาชนะเครื่องปั้นดินเผาอยู่โดยทั่วไป การขุดค้นทางโบราณคดีที่เตาเผาคู่มสามโคก โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี องค์การบริหารส่วนตำบลสามโคกได้ร่วมกับ

สำนักงานโบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 2 สุพรรณบุรี กรมศิลปากร ได้ทำการขุดแต่ง เตาเผาตุ่มโลก เตาเผาที่หนึ่ง เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี เมื่อเดือน พฤศจิกายน พุทธศักราช 2542 ผลการขุดแต่งพบซากโครงสร้างเตาปรากฏอยู่บนเนิน 1 เตา ลักษณะ เป็นเตาก่อนนานไปกับแม่น้ำเจ้าพระยาในแนวทิศเหนือและทิศใต้ ลักษณะเตาเป็นเตาแบบระบาย ความร้อนผ่านแนวนอนมีรูปร่างเตากล้ายเรือคว่ำหรือมะละกอผ่าซีกก่อด้วยอิฐ

หลังจากขุดแต่งเสร็จแล้ว ได้จัดทำหลังคาคลุมเนินโคกเตาป้องกันน้ำฝนชะล้างทำลาย กำแพงเตา ปรับบริเวณด้านข้างเตาที่ติดกับถนน จัดทำโປ้ศาลาท่าน้ำสำหรับเรือนักท่องเที่ยวทางน้ำ มาแวะชม และจัดทำถนนทางเข้าสู่เตาเผาตุ่มสามโลก เตาเผาตุ่มสามโลกเป็นเตาเผาที่ชนชาติมอญที่อพยพมาครั้งกรุงศรีอยุธยาและมาตั้งบ้านเรือนอยู่ที่สามโลก ได้ก่อตั้งเพื่อเผาเครื่องปั้นดินเผา ออกจำหน่าย เป็นสินค้าทางเรือมีทั้งตุ่ม อ่าง ครก หม้อ กระปุก และพระพุทธรูป ภาชนะที่สำคัญ และเป็นที่ยู้งักกันทั่วไปก็คือ “ตุ่มสามโลก” ตุ่มดินเผาเนื้อดินสีแดงดั่งสีหมากสุก ใส่น้ำดื่มตาม บ้านเรือนทั่วไป

8.3 วัดตำหนัก

วัดตำหนัก ตั้งอยู่ที่ตำบลสามโลก ห่างจากจังหวัดปทุมธานี ประมาณ 8 กิโลเมตร วัดนี้มี อุโบสถลักษณะฐานเป็นรูปท้องเรือสำเภา พระประธานในอุโบสถสร้างด้วยศิลาแลง และเจดีย์เหลี่ยมย่อมุมไม้สิบสอง

8.4 วัดสามโลก

วัดสามโลกถูกสร้างขึ้นเมื่อราว พ.ศ. 2100 โดยชาวมอญสองพี่น้องสร้างวัดใกล้กัน ต่อมา ภายหลั้่นำมารวมกันเป็นวัดเดียว คือ วัดสามโลก สิ่งสำคัญในวัดมีมากมาย เช่น กุฏิเรือนไทย ศาลา ทำน้ำทรงไทยโบราณ หอไตร ตุ่มสามโลก ชุ่มหน้าต่างทรงเรือนแก้ว

8.5 วัดสะแก

วัดสะแก เป็นอีกวัดหนึ่งที่อยู่คู่ชุมชนสามโลกมาเป็นเวลานาน สร้างขึ้นราว พ.ศ.2115 สมัย อยุธยาตอนกลาง รัชสมัยของสมเด็จพระมหาธรรมราชา ซึ่งมีสิ่งเก่าแก่ในวัดมากมายได้แก่ หมู่เจดีย์ เจดีย์แบบจีน “ละ” พระประธานทิ้งดงาม หอระฆัง วิหารเก่า พระเจดีย์เก่า พระพุทธรูปเก่า และ อาคารเรือนไทย

8.6 วัดแจ้ง

ชาวบ้านมีความเชื่อกันว่า การไปไหว้พระวัดแจ้ง จะทำให้ชีวิตมีแต่ความรุ่งโรจน์รุ่งเรือง นอกจากไปไหว้พระให้จิตใจแจ่มใสและเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตแล้ว ภายใ้้นวัดยังมีโบราณสถาน โบราณวัตถุที่น่าสนใจ เช่น หอไตรโบราณ ศาลาการเปรียญไม้ ภาวนาดโดยรอบคอบสองซกรรมาสมั บุษบก และกุฏิเรือนไทย

9. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

ความหมายที่เข้าใจง่ายที่สุดของคำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง “การสัมพันธ์กับประชาชน” (Relation with the Public) แต่การอธิบายความหมายเพียงสั้นๆ แค่นี้ไม่เกิดประโยชน์อันใด ทั้งยังอาจก่อให้เกิดความไขว้เขวขึ้นได้ เพราะคำว่า การประชาสัมพันธ์ในลักษณะความหมายดังกล่าว อาจอธิบายได้ทั้งในแง่ที่เป็นสภาพการณ์ และในแง่ที่เป็นกิจกรรม อย่างไรก็ตาม เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติ (Public Opinion) เพื่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) ให้มีความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เพียงแค่งานการเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธภาพที่กลมเกลียว ราบรื่น ระหว่างหน่วยงาน องค์กร หรือ สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกลุ่มต่างๆ ความคิดเห็นของประชาชนหรือประชามตินี้ ย่อมมีความสำคัญที่อาจก่อให้เกิดผลดี ผลเสียต่อองค์กร สถาบัน ได้เสมอ กล่าวคือ อาจจะทำให้เกิดความรุ่งเรืองไปพลุลย์แก่องค์กร สถาบันนั้น ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงเป็นการสร้างความนิยม (goodwill) แก่กลุ่มประชาชนต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร สถาบัน ด้วยวิธีการบอกกล่าว (to inform) ซึ่งแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์กร สถาบันได้กระทำลงไป นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ทุกคน ต่างก็รู้ซึ่ง และตระหนักดีถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว นั่นคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์กร สถาบัน ดำเนินการตัดสินใจกระทำลงไปนั้น ย่อมมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเสมอ ฉะนั้นทุกสิ่งทุกอย่างที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อโครงการ หรือกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน ย่อมถือได้ว่าสิ่งนั้น เป็นพื้นฐานเบื้องต้นแห่งการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

9.1 ความหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์หาคำตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่เราแปลมาจากในภาษาอังกฤษว่า Public Relation โดยแปลคำว่า “public” เป็นภาษาไทยว่า “ประชา” หมายถึง หมู่คน และแปลคำว่า “Relations” เป็นภาษาไทยว่า “สัมพันธ์” หมายความว่า การผูกพัน

นั่นคือ Public = ประชา = หมู่คน

Relations = สัมพันธ์ = การผูกพัน

ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะมีความหมายว่า “การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่คน” วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วย การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กลุ่มประชาชนนั่นเอง

พจนานุกรมฉบับ Webster’s New Collegiate ได้อธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ ธุรกิจที่ชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและมีความนิยมชมชอบต่อบุคคล หรือหน่วยงานสถาบันนั้น

พจนานุกรมฉบับ World Book Dictionary ได้ให้หรืออธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์คือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน หรือ บุคคล ที่ปฏิบัติเพื่อชนะใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

2. ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน

3. การดำเนินธุรกิจและประกอบอาชีพทางด้านนี้

พจนานุกรมฉบับ The American Heritage Dictionary ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ

1. กิจกรรมและวิธีการที่องค์กรสถาบันปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดี (Favorable relationship) กับประชาชน

2. ระดับขั้น (Degree) ของความสำเร็จที่ได้รับจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

3. ศิลป์ และ ศาสตร์ ที่ว่าด้วยวิชาการทางด้านนี้

9.2 ความหมายทางด้านวิชาการของการประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการ (management function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจดี มีความเห็นอกเห็นใจ (sympathy) และได้การสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์กรสถาบันเกี่ยวข้องกับอยู่ โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชาคมดีที่ประชาชนมีต่อองค์กร แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กร สถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชาคมดี หรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์กร และ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย แก่บรรดาลูกจ้าง และผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความเข้าใจร่วมกันและความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่างๆ และสถาบันสังคม

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British Institute of Public Relations) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำที่มีการวางแผนอย่างสุขุมรอบคอบ และมีความหมายอย่างไม่ลดละ เพื่อสร้างสรรค์ และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีร่วมกันระหว่างกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

คัทลิปและเซนเตอร์ (Cutlip และ Center) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อ สื่อสารและการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์การสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์การ สถาบัน ด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืน (harmonious adjustment) กับสังคมได้

9.3 การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นศาสตร์และศิลปะ

การประชาสัมพันธ์นั้นอาจพิจารณาได้ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะพร้อมกันในตัวเอง กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ในแง่ลักษณะที่เป็นศาสตร์ (science) ในที่นี้หมายถึง วิทยาการ ความรู้ ความเชื่อถือที่กำหนดไว้เป็นระบบระเบียบ (scientific) ที่เชื่อถือได้ (reliable) และสามารถศึกษาค้นคว้าหาความจริงได้อย่างมีระเบียบแบบแผน และมีระบบ (systematic study)

สำหรับการประชาสัมพันธ์ในแง่ของศิลปะนั้น หมายถึงว่า การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์ และทักษะ (experience & skill) ของแต่ละบุคคลร่วมประกอบด้วย เทคนิคการประชาสัมพันธ์บางอย่างเป็นเทคนิค หรือความสามารถเฉพาะตัว เช่น ความสามารถในการสื่อสาร และทักษะในการสื่อสาร (Communicative ability & skill in communication) อาจถ่ายทอดหรือลอกเลียนแบบกันได้ยาก ทั้งนี้เพราะความสามารถเฉพาะตัวของเราย่อมไม่เหมือนกันทุกคนไป เทคนิคอย่างหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์บางคนอาจสามารถนำไปใช้ได้ผลอย่างดีมาก ประสบความสำเร็จ แต่เทคนิคอย่างเดียวกันนี้หากผู้อื่นนำมาใช้บ้างอาจล้มเหลวไม่ได้ผลเลยก็ได้เพราะบุคคล สถานที่ เวลา บรรยากาศ สภาพแวดล้อม และสถานการณ์ ย่อมมีอิทธิพลเกี่ยวข้องอยู่ด้วย

9.4 หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน หรือ กิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหว ขององค์การ สถาบัน ให้ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์การ สถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การ สถาบัน การบอก กล่าว หรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้จึงมุ่งหมายไปในการชี้แจงให้ทราบ (to inform) และ ในด้านการให้ข่าวสารความรู้ (to educate) แก่ประชาชน รวมทั้งการเรียกร้องความ สนับสนุนร่วมมือจากประชาชน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่การโฆษณา (advertising) หรือ การ โฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) ดังที่มีผู้เข้าใจผิดอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน การบอกกล่าวชี้แจง ให้ประชาชนทราบ และเข้าใจในตัวขององค์การ สถาบัน ในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจาก ประชาชน เพราะเมื่อประชาชนเข้าใจโดยถ่องแท้แล้วประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความ ร่วมมือด้วย

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อ ป้องกัน (Preventive Public Relations) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผล ดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน บังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้ การป้องกัน ความเข้าใจผิดจึงเป็นงานในหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์

3. การสำรวจประชามติ

หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัย ประชามติ เพราะ องค์การ สถาบัน จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องรู้ซึ่ง ถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือ ที่เรียกว่า ประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่า ประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่ ประชาชนมีต่อองค์การ สถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจ วิจัยประชามติเพื่อองค์การ สถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของ ประชาชน

9.5 หลักปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายอย่างมี ประสิทธิภาพนั้น นักประชาสัมพันธ์ หรือ ผู้ที่ทำงานทางด้านประชาสัมพันธ์พึงยึดถือหลักปฏิบัติ พอสังเขป 3 ประการ ดังนี้ คือ

1. การกระทำดี หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ดีมีคุณธรรม สมควรแก่การเชื่อถือศรัทธา และให้ความไว้วางใจ นอกจากนี้การปฏิบัติงานจะต้องดำเนินไปด้วยดีมีผลงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และควรแก่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ พึงระลึกไว้เสมอว่า ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นเราต้องยึดถือความจริง (truth)

2. สร้างความสนใจแก่ประชาชน การเผยแพร่ผลงานให้ประชาชนทราบแผนงาน หรือ โครงการที่กำหนดไว้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ หรือ วิธีการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน ให้ประชาชนหันมาสนใจในเรื่อง หรือ สิ่งซึ่งเราประสงค์จะสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยังต้องคำนึงถึงผลประโยชน์โดยรวมของประชาชนด้วย มิใช่คำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การ สถาบันเพียงอย่างเดียว

3. ใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ดำเนินงานด้านนี้ จะต้องมีการวางแผนในการใช้สื่อหรือเครื่องมือการประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมเหมาะสม รวมทั้งวิธีการและเทคนิคในการใช้สื่อต่างๆ และคุณภาพของเครื่องมือ หรือสื่ออื่นๆ ซึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์บางครั้งอาจจะต้องใช้สื่อ หรือ เครื่องมือประชาสัมพันธ์หลายๆ อย่างประกอบกันไป เช่น การแถลงชี้แจงด้วยวาจา การใช้เอกสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ การใช้สื่อมวลชนช่วยแพร่กระจายข่าว เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

9.6 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่การประเมิน วิเคราะห์ และชักจูงประชามติของกลุ่มประชาชน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน สถาบันต่างๆ มีดังนี้คือ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินงาน ธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ

2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหาร หรือฝ่ายจัดการ (management) ได้ทราบถึงทัศนคติ ประชามติ หรือ ความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

4. เพื่อให้ประชาชนให้การยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้าน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทของตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ รวมทั้งมีส่วนเพิ่มพูนปริมาณการขายทางอ้อมด้วย

5. เพื่อทำหน้าที่จัดปัญหายุ่งยากต่างๆ ภายในหน่วยงาน

6. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหาร หรือ ฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้า และชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

9.7 กลุ่มประชาชนกับการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น อาจแบ่งกลุ่มประชาชนออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics) คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงาน หรือ เจ้าหน้าที่ทำงานในองค์กร สถาบัน มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรสถาบันอย่างใกล้ชิด เช่น หากเป็น องค์กรของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เป็นต้น กลุ่มประชาชนภายในดังกล่าวนี้ นับว่ามีความสำคัญต่อองค์กร สถาบันมาก เพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชนภายในเป็นไปด้วยดีราบรื่น กิจกรรมขององค์กร สถาบันนั้นก็ย่อมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ที่ดี ย่อมจะก่อประโยชน์และเอื้ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด ให้แก่องค์กร สถาบัน อันเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการบริหารให้ดียิ่งขึ้น

2. กลุ่มประชาชนภายนอก (External Publics) คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์กร สถาบัน อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น และ กลุ่มประชาชนทั่วไป