



การ

พัฒนาความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริม ประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความ เป็นชาติ

กฤติกา คุณูปการ^{1*}ธนธร วชิรขจร²

รับบทความ: 27 ธันวาคม 2568 แก้ไขบทความ: 26 มกราคม 2569 ตอบรับบทความ: 28 มกราคม 2569

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ และ 2) พัฒนาสื่อการนำเสนอองค์ความรู้ดังกล่าว โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 35 คน ได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ประวัติศาสตร์กองบิน 5 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอนาวัง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า องค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่สามารถสังเคราะห์เป็น 1 ประเด็นหลัก คือ ความรักถิ่น และ 3 ประเด็นย่อย ได้แก่ ความกล้าหาญ ความเสียสละ และความหวัง ซึ่งได้ถูกนำไปพัฒนาเป็นชุดองค์ความรู้ “รักถิ่น กองบิน 5” ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงความหมาย นอกจากนี้ยังเกิดนวัตกรรมสื่อ ภาพเรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Visualization) ซึ่งเป็นสื่อเชิงปฏิสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล พร้อมทั้งได้พัฒนาเครื่องมือเชิงกระบวนการ 2 รายการระหว่างการวิจัย ได้แก่ เส้นทางการสร้างสรรค์เรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Creation Journey) และแคนวาสการสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Media Innovation Canvas) เพื่อใช้เป็นกรอบในการออกแบบสื่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ และสามารถประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวในเขตทหาร การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว

¹⁻² คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* อีเมล: krittika_kun@utcc.ac.th

Development of Area-based Historical Knowledge to Promote Hybrid Tourism Experiences based on Patriotic Consciousness

Krittika Kunupakan ^{1*}

Thanathorn Vajirakachorn ²

Abstract

This research aimed to: 1) gather historical knowledge to promote hybrid tourism experiences grounded in patriotic consciousness, and 2) develop media for presenting such knowledge. A qualitative research approach was employed. A total of 35 key informants were selected through purposive sampling, including personnel involved in the historical area of Wing 5, media experts, tourists, and local business operators in the Ao Manao area. Data was collected through documentary research, in-depth interviews, and focus group discussions, and analyzed using content analysis.

The findings revealed that the area-based historical knowledge could be synthesized into one main theme, namely local attachment, with three sub-themes: courage, sacrifice, and hope. These themes were further developed into a historical knowledge set entitled “Local Attachment: Wing 5”, presented in the form of an electronic book to enhance meaningful tourism experiences. In addition, the study resulted in the development of an innovative interactive media format, Tourism Story Visualization, delivered through digital platforms. Furthermore, two process-based tools were generated during the research, namely Tourism Story Creation Journey and Tourism Media Innovation Canvas, which serve as conceptual frameworks for designing heritage tourism media that connect hybrid tourism experiences with patriotic consciousness and can be applied to other tourism destinations.

Keywords: Historical Tourism, Military Tourism, Tourism Interpretation

¹⁻² School of Tourism and Services, University of the Thai Chamber of Commerce

* Email: krittika_kun@utcc.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และได้รับการกำหนดเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองรอง เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง (UNWTO, 2023) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเฉพาะพื้นที่กองบิน 5 ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับเหตุการณ์สำคัญในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และกิจกรรมผจญภัย อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังขาดการนำเสนอที่โดดเด่น ส่งผลให้การท่องเที่ยวยังคงกระจุกตัวในพื้นที่ยอดนิยม เช่น หัวหิน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567)

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวถึงการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงมรดกและวัฒนธรรม แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นในพิพิธภัณฑ์ แหล่งโบราณคดี หรือชุมชนท่องเที่ยวทั่วไป (Liu et al., 2025) ขณะที่ เขตพื้นที่ปิด เช่น พื้นที่ทางทหาร ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ ทั้งที่พื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพสูงด้านคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และสามารถใช้เป็นฐานในการสร้างสำนึกความเป็นชาติได้ อีกทั้งงานวิจัยที่มีอยู่มักแยกการศึกษาออกเป็นด้านอุปสงค์ (นักท่องเที่ยว) หรือด้านอุปทาน (ผู้ดูแลพื้นที่) เพียงด้านเดียว โดยขาดการบูรณาการข้อมูลทั้งสองส่วนเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อที่ตอบโจทย์ทั้งผู้ใช้และผู้จัดการพื้นที่ (Zhang & Lu, 2024) นอกจากนี้ แม้จะมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น สื่อมัลติมีเดียและแอปพลิเคชัน มาใช้เพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่ในประเทศไทย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทหาร ยังขาดการศึกษาและพัฒนาสื่อเชิงโต้ตอบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการสืบสานความทรงจำทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ (Stewart & Stewart, 2023) งานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และการอนุรักษ์ แต่ยังไม่เน้นการเชื่อมโยงการใช้สื่อดิจิทัลกับการสร้างจิตสำนึกความเป็นชาติ (patriotic consciousness) อย่างชัดเจน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ด้วยการพัฒนานวัตกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อความหมายในพื้นที่กองบิน 5 โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม (participatory approach) และการออกแบบสื่อเชิงโต้ตอบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสองฝ่าย และเสริมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในชาติ

นอกจากนี้แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ที่เน้นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2566) การศึกษานี้จึงไม่เพียงมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในเมืองรองเท่านั้น หากยังเป็นต้นแบบของการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ในพื้นที่เฉพาะ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ
2. เพื่อพัฒนาสื่อการนำเสนอความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์หมายถึงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตในท้องถิ่น เพื่อชื่นชมและเรียนรู้ความเป็นมาของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจ ควบคู่กับจิตสำนึกในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว, 2557; ธนกร สุภูมิ กุล, 2552) ซึ่งในบริบทเฉพาะของการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ทหาร การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมพื้นที่หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางทหาร เช่น การศึกษาประวัติศาสตร์การรบและการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ทางทหาร ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สะท้อนมิติด้านการเมือง ความมั่นคง และอัตลักษณ์ของชาติ อย่างชัดเจน (Dermetzopoulos et al., 2009; Chen et al., 2024) โดยในหลายประเทศพื้นที่ทางทหาร ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งเรียนรู้และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ขณะที่ประเทศไทยเองได้เริ่มมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมภายใต้แผนแม่บท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา

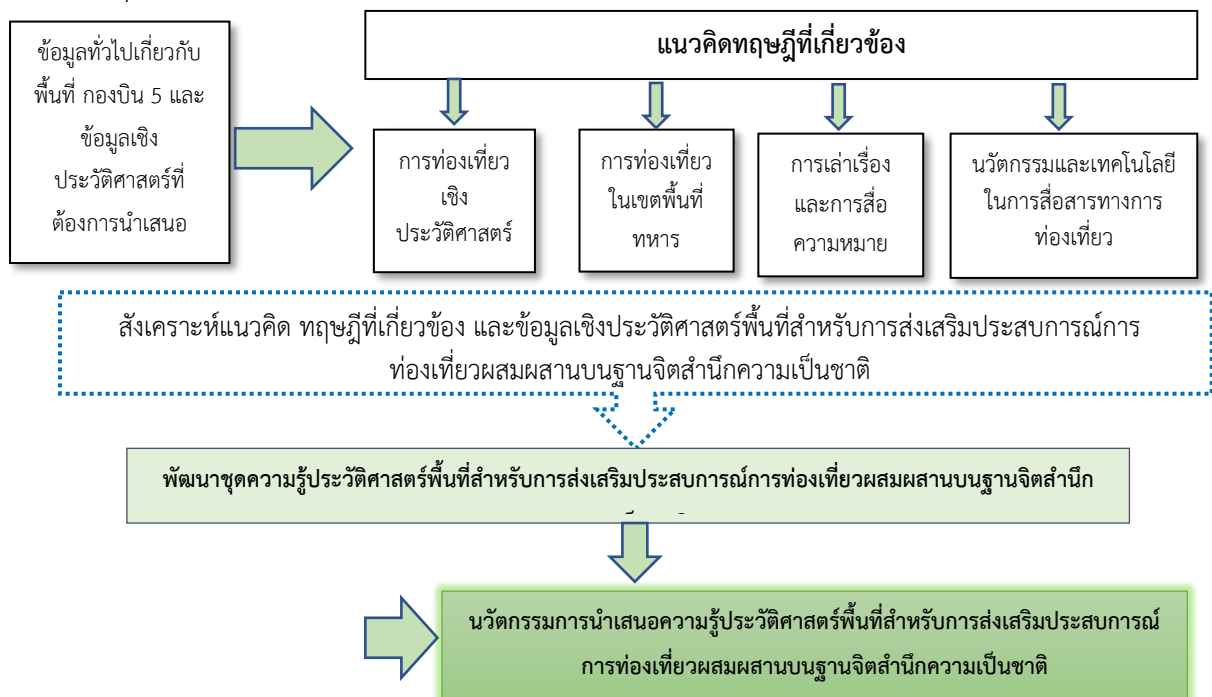
อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวเชิงสัญลักษณ์ เช่น เขตทหาร จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ เพื่อถ่ายทอดคุณค่า ความหมาย และเรื่องราวของพื้นที่ไปสู่ผู้มาเยือนอย่างเหมาะสม การสื่อความหมายจึงไม่ใช่เพียงการให้ข้อมูล แต่เป็นกระบวนการสร้างความเข้าใจร่วมกันผ่านการออกแบบประสบการณ์การเรียนรู้ ซึ่งช่วยเพิ่มพูนความรู้สึกรักผูกพันและความตระหนักรู้ต่อมรดกทางวัฒนธรรม (McArthur & Hall, 1996; Tilden, 2007) โดยเฉพาะการใช้การเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อความหมาย สามารถกระตุ้นอารมณ์ เปิดพื้นที่จินตนาการ และสร้างความทรงจำที่มีความหมายให้แก่ผู้เยี่ยมชม ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีคุณภาพ (Baker, 2022; Campos et al., 2025) ซึ่งเป็นหัวใจของประสบการณ์การเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์บนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ อย่างไรก็ตาม การปลูกฝังจิตสำนึกดังกล่าวจำเป็นต้องตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดชาตินิยมที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย โดยเฉพาะแนวคิดชาตินิยมเชิงอนุรักษ์ (Conservative nationalism) ซึ่งให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรม ภาษา ศาสนา และสถาบันหลักของชาติ โดยเฉพาะพระพุทธศาสนาและสถาบันพระมหากษัตริย์ในฐานะรากฐานทางจิตใจและสัญลักษณ์ร่วมของสังคมไทย อันเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความภาคภูมิใจ ความ

ผูกพัน และความหมายเชิงอัตลักษณ์ในประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (ยุทธานสินธุ์ ศรีนุรัตน์เดชา, 2564)

ในยุคดิจิทัล แนวคิดเรื่องสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการออกแบบกระบวนการสื่อความหมาย เนื่องจากสื่อดิจิทัลเอื้อให้เกิดการสื่อสารสองทาง สามารถสานภาพ เสียง และข้อความเข้าด้วยกันในรูปแบบมัลติมีเดีย และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาได้โดยตรง (Burnett & Marshall, 2003) งานวิจัยหลายฉบับชี้ว่าการออกแบบสื่อดิจิทัลแบบโต้ตอบช่วยยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม เพิ่มการมีส่วนร่วม และเสริมสร้างความผูกพันเชิงอารมณ์กับสถานที่ ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว (Stewart & Stewart, 2023; STQRY, 2025) ดังนั้น การจัดการการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และพื้นที่ทางทหารจึงควรมุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีที่เหมาะสม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการออกแบบกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์เชิงอารมณ์และการเรียนรู้เชิงลึก เพื่อส่งเสริมความเข้าใจ ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Nowacki, 2021; Liu et al., 2025)

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Framework) สำหรับบทความวิจัยเรื่อง "การพัฒนาความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ" สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่เชื่อมโยงกันได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ทั้งเอกสารปฐมภูมิ (Primary documentary) และเอกสารทุติยภูมิ (Secondary documentary) ที่เกี่ยวข้อง) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ได้มีการใช้เอกสารหนังสือประวัติกองบิน 5 ที่จัดทำขึ้นโดย แผนกกิจการพลเรือน กองบังคับการ กองบิน 5 เมื่อปี พ.ศ. 2558 เป็นเอกสารหลัก ประกอบกับบันทึกของเจ้าหน้าที่แผนกกิจการพลเรือน ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้บรรยาย พิพิธภัณฑ ที่ได้บันทึกมาจากผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ เมื่อยังมีชีวิตอยู่ รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่จัดแสดงภายใน พิพิธภัณฑ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ในพื้นที่ กองบิน 5 อ่าวมะนาว จ. ประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมวิเคราะห์ และพิจารณาหาประเด็นสำคัญ รวบรวมความรู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์ในพื้นที่อ่าวมะนาว และประเด็นความต้องการในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และเรื่องราวต่างๆ ใน พื้นที่วิจัยจากนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ทั้งเอกสารปฐมภูมิ (Primary documentary) และเอกสารทุติยภูมิ (Secondary documentary) ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์พื้นที่กองบิน 5 โดยใช้หนังสือ ประวัติกองบิน 5 ที่จัดทำโดยแผนกกิจการพลเรือน กองบังคับการ กองบิน 5 เมื่อปี พ.ศ. 2558 เป็นเอกสาร หลัก ประกอบกับบันทึกของเจ้าหน้าที่แผนกกิจการพลเรือนและข้อมูลที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ รวมถึง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญและพัฒนาข้อคำถามเบื้องต้น สำหรับการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับเจ้าหน้าที่แผนกกิจการพลเรือน และแผนก ประชาสัมพันธ์กิจการพลเรือน กองบิน 5 และเจ้าหน้าที่ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 จำนวน 5 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณอ่าว มะนาว กองบิน 5 จำนวน 5 คน ในประเด็นความตระหนักรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์พื้นที่บริเวณอ่าวมะนาว ประเด็นความต้องการเกี่ยวกับความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

4. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) กับเสนาธิการกองบิน 5 หัวหน้าแผนกกิจการพลเรือน แผนก ประชาสัมพันธ์กิจการพลเรือน หัวหน้าฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 คน

แนวคำถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลพัฒนาขึ้นจากการศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามที่นำเสนอไว้ในบทที่ 2 โดยการใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ซึ่งเป็นการ สนทนาเชิงลึกระหว่างคณะผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล คณะผู้วิจัยได้จัดเตรียมชุดคำถามเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายเหตุผลและให้รายละเอียดเพิ่มเติมตามประสบการณ์และมุมมองของตน

วิธีการดังกล่าวช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในประเด็นเฉพาะที่ต้องการศึกษา และมีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากสามารถปรับถ้อยคำและลำดับคำถามให้เหมาะสมกับบริบทและความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย อีกทั้งการสื่อสารโดยตรงยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันและเพิ่มความชัดเจนของข้อมูลที่ได้รับ

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ครอบคลุมถึงความสำคัญและความต้องการของเจ้าของพื้นที่ในการรวบรวมองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ แหล่งข้อมูลที่มีอยู่ในพื้นที่ ตลอดจนเกร็ดความรู้ทางประวัติศาสตร์จากคำบอกเล่าของแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ขณะเดียวกันการประชุมกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทางผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ทั้งหมด ตั้งแต่บุคลากรฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติการได้รับรู้และบูรณงานร่วมกันในการให้ข้อมูลกับทางคณะผู้วิจัย อีกทั้งร่วมหารือแนวทางในการจัดเก็บและอนุรักษ์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยอย่างเป็นระบบ

ขั้นตอนที่ 2

การดำเนินการในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมวิเคราะห์และพิจารณาประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อสำหรับการนำเสนอองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์พื้นที่ เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ โดยคำนึงถึงทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมพื้นที่ และมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ซึ่งเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์แก่เยาวชนและผู้สนใจเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างจิตสำนึกความเป็นชาติ นอกจากนี้ ยังมุ่งรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ภายในกองบิน 5 อ่าวมะนาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมทั้งการระบุข้อจำกัดและอุปสรรคในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ปิด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของทั้งฝั่งอุปสงค์ (Demand) และฝั่งอุปทาน (Supply)

โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของชุดองค์ความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่ โดยจัดประชุมร่วมกับเจ้าหน้าที่แผนกกิจการพลเรือน แผนกประชาสัมพันธ์กิจการพลเรือน กองบิน 5 และเจ้าหน้าที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอ่าวมะนาว กองบิน 5 จำนวน 11 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกันกับผู้ให้ข้อมูลในรอบแรก วัตถุประสงค์ของการประชุมครั้งนี้เพื่อร่วมกันพิจารณาและยืนยันความถูกต้อง ความครบถ้วน และความเหมาะสมของชุดข้อมูลประวัติศาสตร์พื้นที่ที่คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขึ้น

2. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ จำนวน 9 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการนำเสนอ วิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัด และร่วมกันสรุปแนวทางการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์และส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกความเป็นชาติ

3. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อทดสอบสื่อการนำเสนอชุดองค์ความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสิทธิภาพการท่องเที่ยผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ โดยเปิดรับ

ข้อคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่วิจัย ผู้ประกอบการบริเวณอ่าวมะนาว และนักท่องเที่ยวในพื้นที่อ่าวมะนาว ทั้งนี้ยังครอบคลุมถึงการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการใช้สื่อ และแนวทางการจัดเก็บข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของพื้นที่ในการนำไปใช้จริง

ทางคณะผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ตามเทคนิคการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ของลินคอล์นและกิบบาร์ (Guba & Lincoln, 1994) คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation) จากแหล่งบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทหารฝ่ายบริหาร และทหารฝ่ายปฏิบัติการบริการนักท่องเที่ยว เพื่อยืนยันความสอดคล้องและถูกต้องของข้อมูลระหว่างแหล่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการภายหลังจากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ทั้งในระดับข้อความที่ปรากฏอย่างชัดเจน (manifest content) และการตีความเชิงนัยหรือความหมายแฝง (latent content) ผ่านกระบวนการจัดกลุ่มข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ และ 2) การพัฒนาสื่อการนำเสนอความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่เพื่อส่งเสริมประสบการณ์ดังกล่าว โดยคณะผู้วิจัยเริ่มจากการถอดความข้อมูลจากการสัมภาษณ์และอ่านบททวนหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจภาพรวม จากนั้นจึงทำการตีความและคัดเลือกข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนหรือใกล้เคียงกันมาจัดกลุ่ม พร้อมกำหนดรหัสข้อมูลให้กับทุกหน่วยความหมาย ก่อนสังเคราะห์เป็นคำสำคัญและจัดหมวดหมู่เป็นประเด็นหลัก (themes) และประเด็นย่อย (sub-themes) ภายใต้กรอบการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์คำหลัก (domain analysis) ในขั้นตอนต่อมา คณะผู้วิจัยดำเนินการเขียนอธิบายปรากฏการณ์อย่างเป็นระบบ โดยคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องและมีนัยสำคัญ พร้อมนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบการพรรณนาเชิงคุณภาพโดยไม่ใช้ทฤษฎีควบคุมการตีความ และยกตัวอย่างถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูลประกอบเพื่อสะท้อนความหมายและความชัดเจนของประเด็นที่ค้นพบ หลังจากนั้นทำการตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อสรุปให้คณะผู้ให้ข้อมูลร่วมตรวจสอบว่าเป็นความจริงตามที่บรรยายและอธิบายมาหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบจากการให้ข้อมูลจริงของผู้ให้ข้อมูล (Colaizzi, 1978)

ผลการวิจัย

จากการดำเนินโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสื่อการนำเสนอความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ทหาร สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ ทางคณะผู้วิจัยได้ผลการวิจัยออกมาเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1) ข้อมูลเบื้องต้นประวัติศาสตร์พื้นที่และจุดสำคัญทางประวัติศาสตร์ภายในกองบิน 5

กองบิน 5 ตั้งอยู่ ณ เชียงเขาล้อมหมวก พื้นที่มีลักษณะเป็นแหลมยื่นออกไปในทะเลของอ่าวประจวบ และอ่าวมะนาว โดยอยู่ห่างจากตัวเมืองประจวบคีรีขันธ์ประมาณ 3 กม.

กองบิน 5 มีพื้นที่ประมาณ 3,739 ไร่ 2 งาน 52 ตรว. โดยมีอาณาเขตดังนี้ ทิศเหนือ จรดอ่าวประจวบ (เกาะหลัก, เกาะไโหล่, เกาะร่ม, เกาะแรด) ทิศตะวันออก จรดเขาล้อมหมวก ทิศใต้ จรดอ่าวมะนาวและทิศตะวันตก จรดทางรถไฟ โดยมีจุดสำคัญทางประวัติศาสตร์ภายในกองบิน 5 ดังนี้ 1) แท่นหินแกะสลัก อนุสรณ์สถานอุทยานประวัติศาสตร์ กองบิน 5 2) หลุมฝังศพของวีรชนในสมัยสงคราม 3) หินก้อนสุดท้าย ที่มั่นสุดท้าย 4) เจ้าพ่อเขาล้อมหมวก 5) ถ้ำหลบภัย 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484 และ 6) จุดลงนามสัญญาสงบศึก อนุสรณ์สถานอุทยานประวัติศาสตร์ กองบิน 5

ประวัติกองบิน 5

กองบิน 5 หรือกองบินน้อยที่ 5 ในอดีต คือ กองบินใหญ่ที่ 1 ได้ถูกก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2465 โดยผู้บุกเบิก 2 ท่านคือ ร.อ.หลวงอมรศักดิ์และร.อ.กาพย์ ทัดตานนท์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2552 ได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นกองบิน 5 จนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติประวัติอันกล้าหาญของเหล่าวีรชนในเหตุการณ์สงครามมหาเอเชียบูรพา เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2484 โดยจะมีการจัดงานมหกรรมสดุดีวีรชน 8 ธ.ค. 84 เป็นประจำในวันที่ 8 ธันวาคม ของทุกปี



ภาพที่ 2 พิธีวางพวงมาลา “สดุดีวีรชน 8 ธันวาคม 2484”

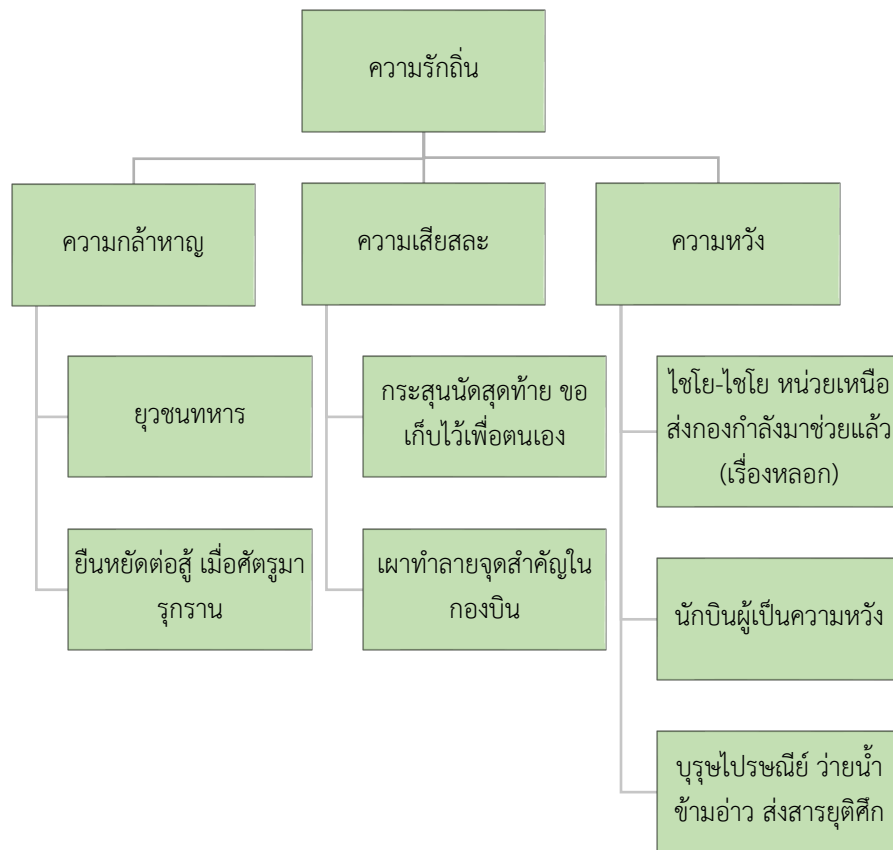
ที่มา: มติชนออนไลน์

2) ข้อมูลประวัติศาสตร์พื้นที่และเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่ผ่านการสอบทานแล้ว เหตุการณ์การยกพลขึ้นบกของกองทัพญี่ปุ่นในวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484 ณ กองบินน้อยที่ 5 เป็นหนึ่งในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่มีความสำคัญในบริบทของสงครามโลกครั้งที่ 2 และสะท้อนบทบาทของประเทศไทยภายใต้นโยบายวางตัวเป็นกลางท่ามกลางความขัดแย้งระหว่างมหาอำนาจโลก โดยข้อมูลจากเอกสารประวัติศาสตร์และคำบอกเล่าของผู้เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นว่า แม้รัฐบาลไทยจะมีมติยินยอมให้กองทัพญี่ปุ่นผ่านแดน แต่ทหาร

อากาศไทยที่ประจำการ ณ กองบินน้อยที่ 5 ได้ตัดสินใจต่อสู้เพื่อปกป้องอธิปไตยของชาติอย่างกล้าหาญ แม้จะมีกำลังและอาวุธด้อยกว่าอย่างมาก การสู้รบดำเนินไปอย่างดุเดือดจนต้องยุติตามคำสั่งจากรัฐบาลในวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2484 โดยภายหลังการสู้รบพบว่าฝ่ายไทยมีผู้เสียชีวิตรวม 42 คน ขณะที่ฝ่ายญี่ปุ่นมีผู้เสียชีวิตมากกว่า 200 คน เหตุการณ์ดังกล่าวสะท้อนคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ด้านความเสียสละ ความกล้าหาญและจิตสำนึกในการปกป้องชาติ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นฐานองค์ความรู้สำคัญในการพัฒนาเนื้อหาทางประวัติศาสตร์เพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่กองบิน 5 อย่างมีความหมาย

3) เรื่องราวของบุคคลสำคัญที่มีบทบาทโดดเด่นในเหตุการณ์การสู้รบเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484 ณ กองบินน้อยที่ 5 ล้วนสะท้อนมิติของความกล้าหาญ ความเสียสละและจิตสำนึกในการปกป้องอธิปไตยของชาติในบริบทที่แตกต่างกัน ทั้งในฐานะผู้นำทหาร ผู้ปฏิบัติการแนวหน้าและประชาชนทั่วไป โดยเรืออากาศตรี แมน ประสงค์ดี เป็นนักบินเพียงคนเดียวที่สามารถนำเครื่องบินขึ้นปฏิบัติการได้ในช่วงการสู้รบ แม้ภารกิจจะไม่ประสบผลสำเร็จแต่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการต่อต้านข้าศึก ขณะที่นาวาอากาศตรี หม่อมหลวงประวิศ ชุมสาย ในฐานะผู้บังคับการกองบินน้อยที่ 5 มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างขวัญ และกำลังใจของกำลังพล ตลอดจนตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์เพื่อไม่ให้ทรัพยากรทางทหารถูกยึดครอง นอกจากนี้ ลูกเสือเอกบุญยิ่ง ศิริเสถียร ซึ่งเป็นเยาวชนในพื้นที่ ได้เสียชีวิตขณะปฏิบัติหน้าที่ลำเลียงกระสุนให้ทหาร สะท้อนบทบาทของพลเรือนในการมีส่วนร่วมปกป้องชาติ ขณะที่เรืออากาศตรี สมศรี สุจริตธรรม มีบทบาททั้งในฐานะผู้เฝ้าระวังภัยและผู้บันทึกเหตุการณ์ ซึ่งข้อมูลจากบันทึกของท่านเป็นแหล่งประวัติศาสตร์สำคัญที่ช่วยคงไว้ซึ่งความทรงจำของพื้นที่ ส่วนในมิติของความหวัง นายขจิต ชลินบุญกุล บุรุษไพรชณีย์ ได้ปฏิบัติการกิจเสี่ยงชีวิตเพื่อนำสารคำสั่งยุติการรบมายังกองบินน้อยที่ 5 ส่งผลให้การสู้รบยุติลง เหตุการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์พื้นที่มิได้จำกัดอยู่เพียงฝ่ายทหาร แต่ครอบคลุมถึงเยาวชนและประชาชนทั่วไป ซึ่งองค์ความรู้ด้านบุคคลเหล่านี้สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการพัฒนาเนื้อหาทางประวัติศาสตร์เพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่กองบิน 5 อย่างมีความหมาย

จากการรวบรวมข้อมูลข้างต้น คณะผู้วิจัยได้พบประเด็นหลักและประเด็นรอง ดังแสดงในภาพที่ 2 โดยประเด็นหลักได้แก่ ความรักถิ่น ส่วนประเด็นรอง ได้แก่ 1) ความกล้าหาญ มีเรื่องราวที่น่าสนใจ 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่องยุทธนาวี และเรื่องยืนหยัดต่อสู้ เมื่อศัตรูมารุกราน 2) ความเสียสละ มีเรื่องราวที่น่าสนใจ 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่องกระสุนนัดสุดท้าย ขอเก็บไว้เพื่อตนเอง และเรื่องเผาทำลายจุดสำคัญในกองบิน และ 3) ความหวัง มีเรื่องราวที่น่าสนใจ 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องไซโย-ไซโย หน่วยเหนือส่งกองกำลังมาช่วยแล้ว (เรื่องหลอก) เรื่องนักบินผู้เป็นความหวังและเรื่องบุรุษไพรชณีย์ วายน้ำข้ามอ่าว ส่งสารยุติศึก



ภาพที่ 3 ประเด็นหลักและประเด็นรองที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว (Demand side) คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณอ่าวมะนาว เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และความสนใจด้านประวัติศาสตร์พื้นที่ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเพียง 1 คนที่ทราบว่าบริเวณอ่าวมะนาวและภายในกองบิน 5 มีเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 มาก่อน แต่ยังไม่เคยเข้าไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวภายในกองบิน 5 ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนว่า หากมีการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จะช่วยให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการมีอยู่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่และเมื่อได้เข้าไปเยี่ยมชมแล้ว ย่อมมีแนวโน้มก่อให้เกิดการเรียนรู้และการตระหนักรู้ด้านจิตสำนึกความเป็นชาติในระดับที่สูงขึ้น

ขณะเดียวกัน เพื่อบูรณาการมุมมองจากฝั่งเจ้าของพื้นที่ (Supply side) คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้แทนจากกองบิน 5 จำนวน 6 คน ผลการประชุมสะท้อนข้อเสนอสำคัญ 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นแรก คือ ความกังวลเกี่ยวกับการสูญหายของข้อมูลประวัติศาสตร์ เนื่องจากการจัดเก็บยังขาดระบบและกระจัดกระจายทั้งในรูปแบบเอกสาร หนังสือ วิดิทัศน์ และเรื่องเล่าจากผู้เกี่ยวข้องโดยตรง จึงมีความต้องการระบบรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถสืบค้นและถ่ายทอดได้อย่างต่อเนื่อง ประเด็นที่สอง คือ ความเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อความเป็นชาติ ทำให้หน่วยงานต้องการสื่อที่

ก่อนที่จะออกมาเผยแพร่ 7) การเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยวิธีการหรือช่องทางการนำเสนอสื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญในการส่งมอบ (Deliver) สื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป จากขั้นตอนข้างต้น เมื่อคณะผู้วิจัยได้พบประเด็นหลัก และประเด็นรอง จึงนำเนื้อหาเรื่องราวต่างๆ ที่จะนำไปเผยแพร่ไปนำเสนอให้แก่ทางกองบิน 5 เพื่อพิจารณาและตรวจสอบในขั้นตอนสุดท้าย โดยประเด็นหลักได้แก่ ความรักถิ่น ส่วนประเด็นรอง ได้แก่ 1) ความกล้าหาญ 2) ความเสียสละ และ 3) ความหวัง จากนั้นคณะผู้วิจัยได้นำเอาประเด็นหลักทั้ง 3 ประเด็นที่ได้มาทำการประชุมกลุ่มย่อยผู้เชี่ยวชาญ ด้านนวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวในหลายๆ ภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูล และประเด็นจากหลากหลายมุมมอง ในการที่จะนำมาบูรณาการร่วมกันในงานวิจัย ผลการศึกษาพบว่าทางผู้เข้าร่วมวิจัยเสนอว่าข้อมูลประวัติศาสตร์ที่จะนำไปใช้ในการผลิตสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นควรจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและได้มีการตรวจทานจากเจ้าของพื้นที่ให้ถูกต้องแม่นยำก่อน ซึ่งทางคณะผู้วิจัยได้ผ่านขั้นตอนนั้นมาแล้วโดยข้อมูลที่ทางคณะผู้วิจัยได้นำมาได้มีการสอบทานกับเจ้าของพื้นที่ และคนในพื้นที่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ประเด็นเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมวิจัยได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำสื่อไปใช้ในที่นี้คือกลุ่มเยาวชน และกลุ่มครอบครัว ผู้เข้าร่วมวิจัยมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าจะต้องมีหลากหลายช่องทางไม่ควรมีช่องทางเดียว ควรมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อที่จะตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มได้ ผู้เชี่ยวชาญมุ่งเน้นไปที่สื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเข้าได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งทางผู้เข้าร่วมการวิจัยนั้นเห็นตรงกันว่าควรเป็นสื่อผ่านช่องทางมือถือ (Mobile Media) ได้ และเป็นข้อมูลที่สามารถดาวน์โหลดเก็บไว้อ่านในช่วงที่สะดวก อีกทั้งผู้เข้าร่วมวิจัยยังแนะนำให้มีการทำประชาสัมพันธ์ ตามเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) โดยจะต้องทำให้พื้นที่ท่องเที่ยวนี้เป็นที่รู้จัก ส่วนในกลุ่มเยาวชนซึ่งคือกลุ่มเป้าหมายของทางกองบิน มีพฤติกรรมที่ค้นหาข้อมูลมาจากช่องทางออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ โดยเริ่มจากหาข้อมูลจาก Google และการรีวิว

“ถ้าเยาวชนเห็น เรียกให้ครอบครัว พามาทัศนศึกษาให้เห็นว่ากองบิน 5 มีที่เที่ยวแบบนี้” (ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อฯ คนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 9 มีนาคม 2564)

“สื่ออาจจะต้องผสมผสาน ในการนำเสนอ ไม่ใช่แค่ mass media อย่างเดียว ควรใช้หลายๆช่องทาง” (ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อฯ คนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 9 มีนาคม 2564)

ประเด็นเกี่ยวกับประเภทของสื่อและช่องทางการนำเสนอข้อมูลประวัติศาสตร์พื้นที่สำหรับการส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติ ทางผู้เข้าร่วมได้มีการตกลงร่วมกันว่าควรเป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ใช้วิธีการสื่อสารที่มีคลิปวิดีโอให้เห็นภาพใหญ่ก่อน โดยมีการสร้างการเข้าถึง สอดแทรกเรื่องราวประวัติศาสตร์ไปเรื่อย ๆ ทำให้ไม่น่าเบื่อ โดยให้นักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกมีส่วนร่วม (Engagement) กับช่องทางการนำเสนอของทางคณะผู้วิจัยผ่านทางสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว (interactive) ให้มีลักษณะเหมือนการต่อจิ๊กซอร์ ไม่ใช่เป็นการอัดเยียดข้อมูลที่มากจนเกินไป

(Information Overloaded) ซึ่งอาจจะทำให้น่าเบื่อและไม่น่าสนใจอีกทั้งควรมีการใส่ภาพที่สวยงามในการดึงดูด การใช้ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ในการเล่าเรื่องแทนการใส่ตัวหนังสือที่มากเกินไป ยิ่งไปกว่านั้นการวางโครงเนื้อหาที่น่าสนใจก็เป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กัน การใช้แฮชแทค การใช้คำสำคัญเพื่อให้สามารถค้นหาได้ง่าย ความแม่นยำของปักหมุดใน google map ซึ่งเป็นช่องทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และการเชื่อมโยงกับสิ่งอำนวยความสะดวกหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยการใช้คนในพื้นที่เองเป็น Local Influencer ก็เป็นสิ่งที่ทางผู้เข้าร่วมวิจัยให้ความสำคัญ

“คนในองค์กร ช่วยในการสื่อสาร เป็น micro influencer คนในพื้นที่แชร์เรื่องนี้ในมุมมองของเค้า คนจะเข้าถึงได้มากขึ้น” (ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อฯ คนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 9 มีนาคม 2564)

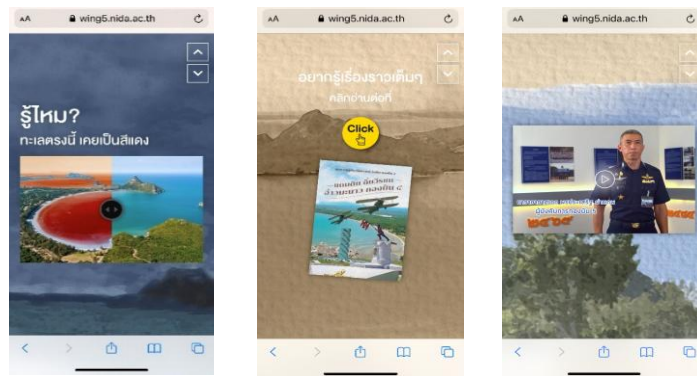
“ลบกรอบความคิดเก่าๆ การเล่าประวัติศาสตร์ในเครื่องมือใหม่ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อฯ คนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อ วันที่ 9 มีนาคม 2564)

หลังจากที่ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์พื้นที่จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) กับผู้ให้ข้อมูลหลักและได้มีการสอบถามข้อมูลให้ พร้อมกันนั้นทางคณะฯ ได้ทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) กับทางพื้นที่กองบิน 5 ซึ่งทางพื้นที่นั้นต้องการมุ่งเน้นเป็นกลุ่มเยาวชนและกลุ่มครอบครัว หลังจากทางคณะผู้วิจัยได้ประเด็นหลักและกลุ่มเป้าหมาย เรียบร้อยแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยว และการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อในการทำการตลาดต่างๆ จากนั้นนำมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์โดยใช้ข้อมูลที่กล่าวข้างต้น ผ่านเครื่องมือ แคนวาส การสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Media Innovation Canvas) ซึ่งทางคณะผู้วิจัยได้ค้นพบระหว่างการศึกษาวิจัย

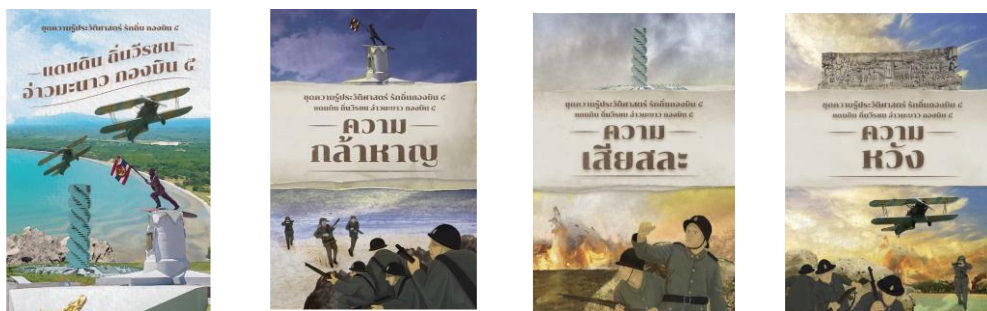


ภาพที่ 5 เครื่องมือแคนวาสการสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Media Innovation Canvas)

จนได้นวัตกรรมสื่อ การสร้างภาพเรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Visualization) (ภาพที่ 5) เป็นนวัตกรรมสื่อที่สามารถแก้ปัญหา (Pain Point) ทั้งของพื้นที่และของนักท่องเที่ยว สามารถก่อให้เกิดการสร้างประสบการณ์ที่ผู้รับสื่อมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับสื่อ หรือมีส่วนร่วม (Engagement) ในระหว่าง การรับชมสื่อ เช่น การเลือกชมเนื้อหาตามลำดับที่ต้องการได้เอง และการเลื่อนดูรูปภาพด้วยตนเอง ทำให้เกิด ความน่าสนใจเหมือนการค่อย ๆ ร้อยเรียงเรื่องราว โดยเน้นภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งที่เป็นภาพจริงและ ภาพวาด รวมถึงเสียงประกอบ อีกทั้งยังมีการใส่คลิปวิดีโอสั้นๆ เพื่อเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์อย่างกระชับให้ เห็นภาพโดยรวมก่อน นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงลิงค์เพื่อให้สามารถดาวน์โหลด หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) ชุดความรู้ประวัติศาสตร์ “รักถิ่น กองบิน 5” (ภาพที่ 6) เพื่ออ่านในช่วงเวลาที่สะดวกได้อีกด้วยและที่สำคัญยังไม่มีค่าใช้จ่ายสื่อชนิดนี้ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสามารถเปิดได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์และ โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) ได้อีกด้วย



ภาพที่ 6 สื่อการสร้างภาพเรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Visualization)



ภาพที่ 7 หน้าปก หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)

อภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การจัดหมวดหมู่องค์ความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่กองบิน 5 ภายใต้ประเด็นหลัก ความรักถิ่น และประเด็นย่อย ความกล้าหาญ ความเสียสละ และความหวัง สามารถตอบวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบผสมผสานบนฐานจิตสำนึกความเป็นชาติได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเนื้อหาในแต่ละประเด็นสะท้อนคุณค่าทางอารมณ์ และอัตลักษณ์ร่วมของสังคม ซึ่งเอื้อต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงความหมาย (meaningful tourism experience) ที่ไม่ได้มุ่งเพียงการรับรู้ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ แต่ยังส่งเสริมการเชื่อมโยงทางจิตใจระหว่างนักท่องเที่ยวกับพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการรับรู้ถึงความสำคัญของมรดกทางประวัติศาสตร์ในฐานะส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ชาติ

2. ผลการวิจัยด้านการพัฒนาสื่อการนำเสนอความรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่ พบว่า นวัตกรรมสื่อ การสร้างภาพเรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Visualization) เป็นผลลัพธ์สำคัญที่สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในมิติของการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงปฏิสัมพันธ์ (interactive) และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เข้ากับคุณค่าทางอัตลักษณ์และจิตสำนึกความเป็นชาติผ่านสื่อดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และตรงกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น

องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากงานวิจัย ได้แก่ เครื่องมือ เส้นทางการสร้างสรรค์เรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Creation Journey) และแคนวาสการสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Media Innovation Canvas) ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงกระบวนการในการแปลงองค์ความรู้ประวัติศาสตร์จากข้อมูลดิบให้กลายเป็น เรื่องเล่าทางการท่องเที่ยว ที่มีโครงสร้าง ชัดเจน และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ เครื่องมือ เส้นทางการสร้างสรรค์เรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Creation Journey) ช่วยกำหนดลำดับขั้นของการคัดเลือก ตรวจสอบ และออกแบบเนื้อหาเชิงอัตลักษณ์ ทำให้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์สามารถถ่ายทอดคุณค่าเชิงอารมณ์ เช่น ความกล้าหาญ ความเสียสละ และความหวัง ได้อย่างเป็นระบบ ขณะที่แคนวาสการสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Media Innovation Canvas) ทำหน้าที่เชื่อมโยงมุมมองความต้องการของผู้ดูแลพื้นที่ นักท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเข้าด้วยกัน ส่งผลให้การออกแบบสื่อสามารถตอบโจทย์ทั้งเชิงเนื้อหา เชิงประสบการณ์ และเชิงการจัดการ

เมื่อประยุกต์ใช้เครื่องมือทั้งสองร่วมกัน จึงทำให้นวัตกรรมสื่อ การสร้างภาพเรื่องราวทางการท่องเที่ยว (Tourism Story Visualization) ไม่ได้เป็นเพียงสื่อดิจิทัลเพื่อการรับรู้ข้อมูล แต่ทำหน้าที่เป็นสื่อเชิงประสบการณ์ (experiential media) ที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการเลือกชม ตีความ และเชื่อมโยงตนเองกับเรื่องราวในพื้นที่ ส่งผลให้ประวัติศาสตร์ไม่ได้ถูกจดจำในฐานะเหตุการณ์ในอดีตเท่านั้น แต่ได้ถูกแปลงเป็นประสบการณ์ร่วมที่เสริมสร้างความหมายเชิงชาติและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jia et al. (2025) และ Liu et al. (2025) ที่ชี้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเชิง

ปฏิสัมพันธ์สามารถยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงมรดกจากระดับ “การรับรู้ข้อมูล” ไปสู่ระดับ “การมีส่วนร่วมเชิงอารมณ์และอัตลักษณ์” อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลประวัติศาสตร์ในพื้นที่กองบิน 5 โดยเฉพาะเหตุการณ์สำคัญในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484 ผู้วิจัยได้สำรวจความต้องการจากทั้งฝั่งนักท่องเที่ยวและผู้ดูแลพื้นที่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่นี้ แต่มีความสนใจและพร้อมจะเรียนรู้หากมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี เจ้าของพื้นที่ก็มีความกังวลเรื่องการสูญหายของข้อมูลประวัติศาสตร์ที่กระจัดกระจาย และต้องการสื่อรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายหลักอย่างเยาวชนและครอบครัว ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์ชุดความรู้ทางประวัติศาสตร์ออกมาภายใต้แกนหลักคือ "ความรักถิ่น" ซึ่งประกอบด้วยเรื่องราว 3 ประเด็นย่อย ได้แก่ ความกล้าหาญ (เช่น เรื่องราวของยุวชนทหารและการยืนหยัดต่อสู้) ความเสียสละ (เช่น การเก็บกระสุนนัดสุดท้ายไว้เพื่อตนเองและการเผาทำลายจุดสำคัญ) และความหวัง (เช่น เรื่องของนักบินและวีรกรรมของบุรุษไพรชณีย์ที่ว่ายน้ำข้ามอ่าวเพื่อส่งสารยุติศึก) เพื่อแปลงชุดความรู้ทางประวัติศาสตร์นี้ไปสู่สื่อที่ตอบโจทย์การใช้งานจริง ผู้วิจัยได้ค้นพบและพัฒนาเครื่องมือเชิงกระบวนการขึ้นมา 2 รายการ ได้แก่ "เส้นทางการสร้างสรรค์เรื่องราวทางการท่องเที่ยว" (Tourism Story Creation Journey) ซึ่งเป็นกรอบการทำงาน 7 ขั้นตอนตั้งแต่การรวบรวมและตรวจสอบข้อมูล ค้นหาอัตลักษณ์ สร้างเรื่องราว ไปจนถึงการทดสอบและเผยแพร่สื่อ และ "แคนวาสการสร้างนวัตกรรมสื่อเพื่อการท่องเที่ยว" (Tourism Media Innovation Canvas) ที่ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยว เจ้าของพื้นที่ และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อเข้าด้วยกัน เครื่องมือทั้งสองนี้ช่วยเป็นกรอบแนวคิดให้การออกแบบสื่อดำเนินไปอย่างเป็นระบบและสามารถส่งมอบคุณค่าที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ผลลัพธ์สุดท้ายที่ได้จากการบูรณาการข้อมูลและผ่านกระบวนการออกแบบดังกล่าวคือการเกิดนวัตกรรมสื่อดิจิทัล 2 รูปแบบ ได้แก่ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) ชุด "รักถิ่น กองบิน 5" และนวัตกรรมสื่อ "การสร้างภาพเรื่องราวทางการท่องเที่ยว" (Tourism Story Visualization) โดยสื่อประเภทหลังนี้ถูกออกแบบมาให้เป็นสื่อดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive) เพื่อแก้ปัญหาการอัดเยียดข้อมูลมากเกินไป (Information Overload) โดยการผสมผสานภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และวิดีโอสั้นเข้าด้วยกันอย่างลงตัว เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการคลิกและเลื่อนรับชมเรื่องราวด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์

การพัฒนานวัตกรรมสื่อเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยแก้ปัญหาการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ของพื้นที่เท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนการเรียนรู้ข้อมูลในอดีตแบบเดิมๆ ให้กลายเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมเชิงอารมณ์ ซึ่งช่วย

ยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวและส่งเสริมจิตสำนึกความเป็นชาติให้กับผู้มาเยือนได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านนโยบาย หน่วยงานระดับกองทัพและระดับจังหวัด ควรใช้ชุดสื่อดิจิทัลและเครื่องมือการสร้างภาพเรื่องราวการท่องเที่ยว (Tourism Story Visualization) ที่ได้จากงานวิจัยนี้ เป็นต้นแบบในการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารทั่วประเทศ เพื่อเปลี่ยนพื้นที่ปิดให้กลายเป็นพื้นที่เสริมสร้างจิตสำนึกของความเป็นชาติ

2. ด้านการจัดการพื้นที่ กองบิน 5 ควรมอบหมายหน่วยงานเฉพาะเพื่อดูแลแพลตฟอร์มออนไลน์ (Facebook/YouTube/Website) ที่คณะผู้วิจัยส่งมอบให้ เพื่อใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารประวัติศาสตร์ความรักถิ่นและความเสียสละ อย่างต่อเนื่อง

3. ด้านการตลาด ภาคเอกชนสามารถนำชุดความรู้ที่สังเคราะห์แล้วไปบูรณาการเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิถีกรรม 8 ธันวาคม เชื่อมโยงเมืองรองในภูมิภาค เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวคุณภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อวัดประสิทธิผลของนวัตกรรมสื่อที่พัฒนาขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างในวงกว้าง เพื่อประเมินระดับ "จิตสำนึกความเป็นชาติ" และ "ความพึงพอใจ" อย่างเป็นรูปธรรมด้วยสถิติเชิงอ้างอิง

2. ควรศึกษาการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ "สงครามมหาเอเชียบูรพา" ในระดับภูมิภาค เช่น ชุมพร ระนอง สงขลา เพื่อสร้างเนื้อหาที่ต่อเนื่องและส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามจังหวัดอย่างเป็นระบบ

3. ควรนำเครื่องมือ Tourism Story Creation Journey และ Tourism Media Innovation Canvas ไปทดสอบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น (เช่น แหล่งท่องเที่ยวชุมชนหรือวัฒนธรรม) เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้มีความยืดหยุ่นและเป็นมาตรฐานสำหรับการพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวในวงกว้าง

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). รายงานการท่องเที่ยวเมืองรอง ปี 2566. กองกลยุทธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580). สำนักงาน.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2566). แนวทางการประยุกต์ใช้โมเดล BCG ในการพัฒนาการท่องเที่ยว. สำนักงาน.

- ธนกร สุภูมิกุล. (2552). *ความพร้อมและศักยภาพขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระนองในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์* [ปริญญารัฐศาสนศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ยุทธนาสินธุ์ ศรีนุรัตน์เดชา (2564). *แนวทางไปสู่การเป็นชาตินิยม*. สถาบันพระปกเกล้า.
- Baker, C. (2022). From story-based to story-interactive experiences: Layers of narrative application in theme parks and attractions. In *Global perspectives on strategic storytelling in destination marketing* (pp. 74-93). IGI Global Scientific Publishing.
- Burnett, R., & Marshall, P. D. (2003). *Web theory: An introduction*. Psychology Press.
- Campos, A. C., Guerreiro, M. M., & Beavor, M. C. (2025). Storytelling in heritage tourism: an exploration of co-creative experiences from a tourist perspective. *Museum Management and Curatorship*, 40(2), 225-250
- Chen, K., Ye, Y. & Yu, C. (2024), Military tourism cultural heritage site experiences cape effects on authenticity, memorability, and revisit intention: learning from Taiwanese military dependents' villages. *Tourism Review*, 79(3), 739–756
- Dermetzopoulos, A., Bonarou, C. & Christou, E. (2009), Military Service, Destination Image and Repeat Visitation on a Greek Border Island. Published in *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(3), 127-147
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), 105
- Jia, S., Chi, O. H., Martinez, S. D., & Lu, L. (2025). When “old” meets “new”: Unlocking the future of innovative technology implementation in heritage tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 49(3), 640-661
- Liu, S., Zhang, H., & Wang, Y. (2025). Digital engagement and visitor satisfaction at world heritage sites: A study on interaction, authenticity, and recommendations in coastal China. *Heritage Science*, 15(3), 110
- McArthur, S. & Hall C.M. (1996). *Interpretation: Principles and practice*. In C.M. Hall and S. McArthur *Heritage Management in Australia and New Zealand* (2nd edn). Melbourne: Oxford University Press.

- Nowacki, M. (2021). Heritage interpretation and sustainable development: A systematic literature review. *Sustainability*, 13(8), 4383
- Stewart, R., & Stewart, C. (2023). Digital Approaches for the Presentation of Tourist Sites with Historical Significance. *Digital Presentation and Preservation of Cultural and Scientific Heritage*, 13, 325-332.
- STQRY. (2025). *Digital storytelling in tourism: Engaging modern travelers*.
<https://stqry.com/blog/digital-storytelling-in-tourism-engaging/>
- Tilden, F. (2007). *Interpreting our heritage* (4th ed.). University of North Carolina Press.
- Zhang, M., & Lu, D. (2024). A study on shaping tourists' conservational intentions towards cultural heritage in the digital era: Exploring the effects of authenticity, cultural experience, and place attachment. *International Journal of Heritage Studies*, 30(6), 612-630