



N3

นิเทศศาสตร์และการสื่อสาร
(Communications)

กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญ
เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร

DESIGNING PROCESS OF PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR THE DISSEMINATION
OF CULTURE AND WISDOM OF MON COMMUNITY, KHLONG SAM WA,
BANGKOK

นิษฐา หรุ่นเกษม^{1*} สิริมนต์ พึ่งสังวาลย์² และนิตรารัตน์ วิไลลักษณ์³
Nitta Roonkaseam^{1*}, Sirimon Puengsangwal², and Nisararat Wilailuk³

^{1,2,3}มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

^{1,2,3}Phranakhon Rajabhat University

*Corresponding Author, E-mail: nitta@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงจากสมาชิกในชุมชนไทยรามัญแป้นทอง ตามความเชี่ยวชาญและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน ประกอบด้วย ประธานและสมาชิกชมรมไทยรามัญแป้นทอง ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมมอญของชุมชน และผู้สูงอายุของชุมชนไทยรามัญแป้นทอง รวม 26 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ สำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนของชุมชนมอญเขตคลองสามวา ชุมชนไทยรามัญแป้นทองนี้ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อทั้งขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อและขั้นตอนการผลิตสื่อ

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานตามขั้นตอนในการออกแบบสารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยประเด็นที่เลือกนั้น ได้แก่ ประเพณีมอญ “ธงตะขาบไทยรามัญ” อาหารมอญ “กาละแมไทยรามัญ” และการละเล่น “สะบ้าทอยไทยรามัญ” ผลผลิตจากงานวิจัยนี้ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา เป็นสื่อเสียงหรือ PODCAST จำนวน 5 เรื่อง

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ชุมชนมอญ คลองสามวา

ABSTRACT

This research aimed to design a public relations media to disseminate the culture and wisdom of the Mon community in Khlong Sam Wa District, Bangkok. The research tools were an in-depth interview, focus group discussion, and observational with expertise about the Mon culture of the community and the elderly total of 26 people. A 3rd year student in Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Phranakhon Rajabhat University, has been involved in media production.

The results showed the process of designing public relations media, both media Pre-production of this media and media production. The selected topics are Mon traditions, "Thongtakab Thai Raman," Mon food, "Kalamae Thai Raman," and "Saba Toy Thai Raman" play. This research results in a PODCAST with five stories to disseminate the culture and wisdom of the Mon community in the Klong Sam Wa district.

Keywords: Public Relations Media, Culture, Wisdom, Mon Community, Khlong Sam Wa

บทนำ

“มอญ” เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (Pumpaka, 2017) นับจากการอพยพของชาวมอญเข้ามาในประเทศไทย ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของชาวมอญได้แทรกซึมและกลมกลืนอยู่ในวิถีชีวิตทั้งของชาวมอญและชาวไทย ในด้านของศาสนา ภาษา วรรณคดี อาหาร การแต่งกาย ประเพณี ความเชื่อ และพิธีกรรม อย่างต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม กระแสการเปลี่ยนแปลงในหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งจากการขยายตัวของเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร รวมถึงกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนเทคโนโลยี ทำให้หลายสิ่งหลายอย่างมีการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งวิถีชีวิตของผู้คน รวมถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชน

ชาวมอญในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร นิยมเรียกตนเองว่า “รามัญแป้นทอง” เป็นคนไทยเชื้อสายมอญตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณริมคลองสามตะวันตก และคลองสี่ตะวันตก เขตคลองสามวา เป็นชุมชนชาวมอญที่ย้ายมาจากอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ นับกว่าร้อยปีมาแล้ว สำหรับชื่อชุมชนมอญไทยรามัญ “แป้นทอง” นี้มาจากการตั้งอยู่ใกล้ ๆ กับบริเวณวัดแป้นทองโสภาราม ซึ่งเป็นวัดมอญหรือวัดรามัญแห่งหนึ่งที่มีชื่อเสียงในเขตคลองสามวา สร้างโดยนายทอง และนางแป้น สองสามีภรรยาคนหนึ่งในเขตคลองสามวา ผู้มีจิตศรัทธาเลื่อมใสพุทธศาสนาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 (นิสากรณ์ ฉิมมี, 2562; หยิบ อัคโกศล, 2565)

ชุมชนมอญไทยรามัญวัดแป้นทองนี้เป็นกลุ่มวัฒนธรรมที่มีภูมิปัญญาและทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวา เช่น ประเพณีแห่งสังฆะตชะบ บวชนาคมอญ ตักบาตรน้ำผึ้ง สะบ้ำทอย รำสามภาค รวมถึงสิ่งของต่าง ๆ อย่าง สไบมอญ ข้าวตอกตั้ง หรือกาะแม ภูมิปัญญาและทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นไม่ได้เป็นเพียงแต่ “สิ่งของ” หรือ “ผลผลิต” แต่มีชีวิตและจิตใจที่ผูกพันในทางใดทางหนึ่งกับ “คน” ในชุมชน การเป็นมากกว่าสิ่งของหรือผลผลิตนั้นส่งผลถึงการมีบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เช่น การสร้างความอบอุ่นทางใจ หรือการให้แนวทางในการดำเนินชีวิตที่ดีงาม

หากนับอายุยาวนานของชุมชนแห่งนี้ นับได้ว่า ชุมชนไทยรามัญแป้นทองมีความเข้มแข็งทางชุมชนอยู่มากพอสมควร แต่ในแง่หนึ่งนั้น ความยาวนานของอายุของชุมชนแห่งนี้ได้ส่งผลถึงช่วงเวลาของการสูญหายหรือ “ผูกพัน” ของทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ประเพณีวันสงกรานต์ในแบบมอญที่ผูกพันและเกี่ยวโยงกับความสามัคคีและความรักความผูกพันของชุมชนได้หายไป แต่ก็ได้มีการพยายามในการริเริ่มรื้อฟื้นใหม่อีกครั้งโดยชุมชนผ่านการนำของชุมชนไทยรามัญแป้นทอง หรือการทำอาหารมอญตำรับต่าง ๆ ที่ผูกพันกับเรื่องสุขภาวะของชุมชน ทั้งนี้ การสูญหายหรือผูกพันของทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อลักษณะของ “โดมิโนทางวัฒนธรรม” ได้ เช่น เมื่อภูมิปัญญาของชุมชนสูญหาย ความรู้ของชุมชนก็สูญหาย การรับรู้รากเหง้าและอัตลักษณ์ของตนเองรวมถึงความเข้มแข็งของชุมชนก็ลดน้อยถอยลงตามไปด้วย เป็นต้น

ในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 การประชาสัมพันธ์มีบทบาทและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการหล่อหลอมสังคมและวัฒนธรรม (Edwards, 2012; Riggs, 2015) ในขณะเดียวกันยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมและเผยแพร่ความรู้และภูมิปัญญาสู่ผู้คนในวงกว้างอีกด้วย จากการศึกษาเพิ่มเติมพบว่า มีผู้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน โดยเฉพาะในประเทศไทยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนมอญเขตคลองสามวา นั้นยังไม่พบว่ามีงานวิจัยใดที่เป็นเรื่องของการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยตรง ดังนั้น การศึกษาเรื่อง **"กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร"** นี้จึงมีความมุ่งหมายในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร (ชุมชนมอญไทยรามัญวัดแป้นทอง) โดยคาดหวังว่าผลการศึกษาดังนี้จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ต้องการส่งเสริมประเพณีและภูมิปัญญาของตน

วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทสื่อเสียง (PODCAST) เพื่อเป็นเครื่องมือเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญ ในเขตพื้นที่ เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร เจาะจงชุมชนมอญไทยรามัญวัดแป้นทอง ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เดือนกันยายน 2565

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชนนี้รวบรวมโดย นิษฐา หุ่นเกษม (2560) สำหรับแนวคิดนี้มีประเด็นสำคัญที่จะต้องคำนึงถึง กล่าวคือ การสร้างสารโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร โดย “ผู้สร้างสาร” สามารถนำเอาผู้รับสารบางคนเข้ามาเป็นผู้สร้างสารหรือผู้ร่วมสร้างสารได้ ทั้งในขั้นตอนก่อนการสร้างสาร ขั้นตอนการสร้างสาร และขั้นตอนหลังการสร้างสาร ซึ่งผู้รับสารในชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งก็ได้ การสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชนจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร เนื่องจากในการสร้างหรือเลือกสารเพื่อการถ่ายทอดนั้น หากผู้ส่งสารไม่ได้ดึงผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารแล้ว การสื่อสารมักจะไม่ประสบผลสำเร็จแม้จะใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้าทันสมัยแล้วก็ตาม

กาญจนา แก้วเทพ (2554) กล่าวว่า ในการสร้างสารสำหรับการสื่อสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร คือ การสร้างสารที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เข้ามามีฐานะเป็น “ผู้ส่งสาร” หรือเป็น “แหล่งสาร” ได้พอ ๆ กับการมีฐานะเป็นผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารได้มีโอกาสที่จะบอกกับผู้ส่งสารว่า “เนื้อหาอะไรบ้างที่ควรสื่อสาร และควรจะสื่อสารอย่างไร” โอกาสดังกล่าวนี้อาจจะเกิดขึ้นในขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) หรือช่วงเวลาระหว่างการผลิต (mid-production) ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ ยังได้เปรียบเทียบการผลิตเนื้อหาข่าวสารโดยที่ผู้ส่งสารไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจเรื่องสื่อ วิธีการรับรู้สาร ฯลฯ ของผู้รับสารแล้วทำการสร้างสารเผยแพร่ออกไปอีกด้วยว่า เปรียบเสมือนกับเราเป็นหมอที่สามารถสั่งยาได้โดยที่ยังไม่ต้องลงมือตรวจอาการคนไข้

ในการสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม สามารถสรุปและเรียบเรียงวิธีดำเนินการได้จาก กาญจนา แก้วเทพ (2554) เป็น 7 ตอน ดังนี้

(1) ขั้นตอนการค้นคว้าและตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเนื้อหาที่จะดำเนินการสร้างสาร เนื่องจาก ประเด็นเนื้อหาที่จะสร้างนี้ ในบางกรณีอาจเป็นประเด็นที่ผู้สร้างสารเลือกเอง แต่ก็มีบางครั้งที่ถูกกำหนดมาจากผู้อื่น และอาจมีบางประเด็นที่ผู้สร้างสารมีความรอบรู้อย่างดี บางเรื่องก็ตรงกันข้าม ดังนั้น ต้องตรวจสอบจนกระทั่งแน่ใจว่า ข้อมูลหรือสารที่ผู้สร้างสารจะนำเสนอ นั้นมีความถูกต้อง ในการตรวจสอบนี้ ผู้รับสารสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ ทั้งการร่วมสร้างสาร ร่วมค้นคว้า และร่วมตรวจสอบข้อมูล สิ่งสำคัญสำหรับขั้นตอนนี้ กล่าวคือ ผู้สร้างสารต้องมีความแน่ใจก่อนว่า ตนเองจะต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในเรื่องรานั้นเป็น

อย่างดี เพราะหากผู้สร้างสารยังไม่เข้าใจในเรื่องราวที่จะส่งไปแล้วนั้น โอกาสที่จะหวังให้ผู้รับสารเข้าใจก็คงจะเกิดขึ้นไม่ได้

(2) ขั้นตอนการศึกษาผู้รับสาร ด้วยการสังเกตวิถีคิด ค่านิยม และวิถีชีวิต ของผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อช่วยตัดสินใจว่าจะสื่อสารอย่างไร สำหรับการใช้คำว่า “กลุ่มต่าง ๆ” นี้เพื่อเจาะจงให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนที่มีอายุ เพศ ชนชั้น ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิหลัง ท้องถิ่น ศาสนา จุดยืนทางการเมือง ฯลฯ ที่แตกต่างกัน นอกจากวิถีคิด ค่านิยม และวิถีชีวิตโดยทั่วไปของผู้รับสารแล้ว ผู้สร้างสารยังต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสารกลุ่มดังกล่าว อาทิ ประเภทของสื่อที่ใช้ ความบ่อยครั้งของการใช้สื่อ ฯลฯ เนื่องจากการสร้างสารสำหรับกลุ่มวัยรุ่นย่อมมีความแตกต่างจากสารที่จะให้แก่กลุ่มผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุ เป็นต้น

(3) ขั้นตอนการเลือกวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการสื่อสาร ผู้สร้างสารควรเขียนวัตถุประสงค์เป้าหมายของการสร้างสารให้ชัดเจน และให้ครอบคลุมประเด็นต่อไปนี้ กล่าวคือ ต้องการจะให้เกิดผลกระทบอะไรบ้างกับผู้รับสาร จะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบใด ผ่านช่องทางใด และจะวัดผลกระทบจากการสื่อสารได้อย่างไร

(4) ขั้นตอนการเลือกช่องทางและวางแผนเรื่องความถี่ในการสื่อสาร นอกจากผู้สร้างสารจะต้องสนใจในเรื่องของ “สาร” แล้ว การทราบแบบแผนเฉพาะในเรื่องของการเปิดรับและการใช้สื่อของผู้รับสารจะทำให้ผู้สร้างสารสามารถสร้างสารที่มีความเฉพาะเจาะจงกับช่องทางการสื่อสารนั้น ๆ ได้อีกด้วย เนื่องจากการสร้างสารในสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อกระจายเสียงของชุมชนจะแตกต่างกันไปตามธรรมชาติของความเป็นสื่อที่แตกต่างกัน

(5) ขั้นตอนการออกแบบแบบกลยุทธ์สาร ผู้สร้างสารต้องออกแบบกลยุทธ์สารให้สร้างสรรค์เพื่อใส่ความหมายที่ต้องการจะสื่อสาร หรือเรียกว่า “จะสื่อสารอย่างไร” ทั้งนี้ สิ่งที่ผู้สร้างสารจำเป็นต้องรู้เพื่อการออกแบบกลยุทธ์สาร ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารใดที่จะดึงดูดใจผู้รับสารกลุ่มนี้ และวิธีการถ่ายทอดความหมายเพื่อให้ผู้รับสารกลุ่มนี้เข้าใจในสิ่งที่ผู้สร้างสารต้องการส่งออกไป

(6) ขั้นตอนการเรียบเรียงเนื้อหาข่าวสารก่อนการสร้างสารจริง ผู้สร้างสารอาจใช้วิธีการตอบคำถามต่อไปนี้ เพื่อเป็นตัวช่วยในการเรียบเรียงสารก่อนลงมือผลิตจริง คำถามมีดังนี้ ตัวสารหรือเนื้อหานั้นต้องการจะบอกอะไร จะใช้เนื้อหาแบบไหน มากน้อยเพียงใด และจะจัดแต่งเนื้อหาอย่างไรเพื่อให้แน่ใจว่าผู้รับสารจะสนใจและเข้าใจ

(7) ขั้นตอนการทดสอบเนื้อหาสารและปรับปรุงเนื้อหาสารนั้นก่อนทำการสื่อสารจริง สำหรับขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่ผู้รับสารกลุ่มหลัก ๆ จะได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสาร โดยมีส่วนร่วมในกระบวนการทดสอบกลยุทธ์การสื่อสารว่าเนื้อหาหรือสารที่สร้างนั้นมีความเหมาะสมที่จะเผยแพร่ออกไปหรือไม่

(8) ขั้นตอนการประเมินผลเนื้อหาสาร เป็นการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นว่า เนื้อหาสารที่เผยแพร่ไปนั้นได้บรรลุเป้าหมายด้านความรู้ ทศนคติ และการลงมือปฏิบัติ หรือไม่ ในขั้นตอนของการประเมินเนื้อหาสารนี้จะเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่ผู้รับสารสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสารได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ รายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจากสมาชิกในชุมชนไทยรามัญเป็นทอง ตามความเชี่ยวชาญและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน ประกอบด้วย ประธานและสมาชิกชมรมไทยรามัญเป็นทอง ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมมอญของชุมชน และผู้สูงอายุของชุมชนไทยรามัญเป็นทอง รวม 26 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ทั้งแบบไม่เป็นทางการ ในระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนและแบบเป็นทางการ จำนวน 26 คน และการสนทนากลุ่มอย่างไม่เป็นทางการแบบเห็นหน้าและแบบออนไลน์ จำนวน 2 ครั้ง แต่แต่ละครั้งมีตัวแทนชุมชนไทยรามัญเป็นทองและสมาชิกชมรมไทยรามัญเป็นทองเข้าร่วมในการให้ข้อมูลครั้งละ 6 คน เพื่อให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับภูมิปัญญา คุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับข้อมูลในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจะประกอบด้วยส่วนที่ใช้บันทึกข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ เช่น วันเดือนปีที่สัมภาษณ์ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ บทบาทและสถานภาพในชุมชน และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน เช่น รายละเอียดของวัฒนธรรมและภูมิปัญญานั้น ๆ จุดเด่น วัตถุประสงค์หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเข้าร่วมสังเกตการณ์ในกิจกรรมของชุมชน โดยสังเกตเหตุการณ์ กระบวนการ และขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญานั้น ๆ รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและบทบาทในกิจกรรมนั้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการและวางแผนดำเนินงานร่วมกันกับตัวแทนของชุมชนจากชมรมไทยรามัญเป็นทอง เพื่อชี้แจงและทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนดำเนินการจัดกิจกรรมร่วมกัน และกำหนดการทำกิจกรรมร่วมกันในการเก็บข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนในระหว่างเดือนมีนาคม เมษายน และพฤษภาคม พ.ศ. 2565

จากนั้น คณะผู้วิจัยดำเนินการสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในพื้นที่ชุมชนของชุมชนไทยรามัญเป็นทองเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ โดยคณะผู้ดำเนินงานโครงการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชุมชนที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญา พร้อมทั้งมีการพูดคุย การสัมภาษณ์ และการสังเกตข้อมูลในระหว่างการทำกิจกรรมร่วมกันด้วย

สำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนของชุมชนไทยรามัญเป็นทองนี้ มีการบูรณาการกับการเรียนการสอนของสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ในภาคเรียนที่ 1/2565 ในรายวิชาการวิจัยนิติศาสตร์ โดยบูรณาการการสำรวจเก็บรวบรวมทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในพื้นที่ของชุมชนเข้ากับการจัดการเรียนการสอน

ขั้นตอนและกระบวนการวิจัย โดยเฉพาะการใช้ความรู้ในเรื่องของเครื่องมือการวิจัย และฝึกปฏิบัติการเก็บข้อมูล และรายวิชาการเล่าเรื่องข้ามสื่อ โดยบูรณาการการดำเนินโครงการเข้ากับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ในส่วนของการฝึกกระบวนการคิด การวิเคราะห์ผู้รับสาร การแตกประเด็นการเล่าเรื่อง สร้างเนื้อหาด้วยองค์ประกอบของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

สรุปผลการวิจัย

กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงานตามขั้นตอนในการออกแบบสารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อและขั้นตอนการผลิตสื่อ

ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อ

สำหรับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนของชุมชนมอญเขตคลองสามวา ชุมชนไทยรามัญแป้นทองนี้ นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชานิเทศศาสตร์ ที่ได้เรียนในรายวิชาการวิจัยนิเทศศาสตร์ และรายวิชาการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ในภาคเรียนที่ 1/2565 ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อสำหรับขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อนี้ นักศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานกับคณะผู้วิจัย เริ่มตั้งแต่การลงพื้นที่ในการหาข้อมูล ร่วมเลือกประเด็นเนื้อหาในการนำเสนอกับคณะผู้วิจัย และตัวแทนชุมชนจากชมรมไทยรามัญแป้นทอง โดยประเด็นที่เลือกพร้อมกันเพื่อผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ประเพณีมอญ “ธงตะขาบไทยรามัญ” อาหารมอญ “กอละแมไทยรามัญ” และการละเล่น “สะบ้าทอยไทยรามัญ”

ขั้นตอนก่อนการผลิตสื่อนี้เทียบได้กับขั้นตอนการค้นคว้าและตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเนื้อหาที่จะดำเนินการสร้างสารของ กาญจนา แก้วเทพ (2554) โดยเฉพาะการร่วมเลือกประเด็นเพื่อผลิตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ นอกเหนือจากนั้นแล้ว สิ่งสำคัญคือการที่ตัวแทนของผู้รับสาร หรือสมาชิกชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและร่วมตรวจสอบข้อมูลเพื่อให้ศึกษานิเทศศาสตร์มีความเข้าใจในเรื่องราวที่จะสื่อสารออกไปอีกด้วย

สำหรับข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรมประเพณี และวิถีปฏิบัติที่สำคัญทางวัฒนธรรมของชุมชนมอญไทยรามัญวัดแป้นทอง ซึ่งเป็นชุมชนมอญเขตคลองสามวา ที่ได้นำมาใช้สำหรับการออกแบบสารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการเลือกเนื้อหานั้น ได้แก่ ประเพณีมอญ “ธงตะขาบไทยรามัญ” อาหารมอญ “กอละแมไทยรามัญ” และการละเล่น “สะบ้าทอยไทยรามัญ” ดังนี้

“ธงตะขาบไทยรามัญ”

ประเพณีแห่งธงตะขาบเป็นประเพณีที่ชาวมอญแห่บูชาพระพุทธรเจ้าในวันสงกรานต์ ซึ่งชาวบ้านจะมีการรวมตัวกันออกมาทำธงตะขาบ อุปกรณ์ที่ใช้ทำธงตะขาบประกอบด้วย กระจาดสี เชือกฟาง ผ้าแดง เป็นอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายตามชุมชน และมีอุปกรณ์ที่ไว้ใช้ทำลายกนก เป็นเหล็กที่จัดทำเป็นรูปแบบ วงรี ทรงตรง ขนาดจะแตกต่างกัน มีสากและเชียงที่ไว้ใช้ตอกกระจาดทำรูปลายกนกต่าง ๆ ในการแห่ธงตะขาบและแห่

ผ้าแดง ก่อนจะแห่จะให้ผ้าแดงชาวบ้านมาเขียนแล้วจะนำมาแห่พร้อมธงตะขาบ ขั้นตอนของการแห่นั้นจะเริ่มจากหน้าวัด มีการจัดตั้งแถว ผู้ชายถือธงลายหงส์มอญ ผู้หญิงถือพานรูปสลักที่เป็นหงส์และถือร่มมอญ และมีการถือธงตะขาบเล็กมีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ส่วนธงตะขาบจะทอดยาวถือต่อกันไปจนสุดปลายหาง ผ้าแดงก็เช่นเดียวกัน มีการแหวนรอบโบสถ์จนครบ 3 รอบแล้วมาทำพิธีที่หน้าเสาหงส์ พระสงฆ์จะเริ่มสวดมนต์เพื่อทำพิธีทางศาสนา เมื่อทำพิธีเสร็จจะนำธงตะขาบขึ้นยอดเสาหงส์และนำผ้าแดงขึ้นไปพันรอบโบสถ์พร้อม ๆ กันเป็นอันเสร็จสิ้นการแห่หงส์ธงตะขาบ

การทำธงตะขาบนี้เชื่อกันว่าเป็นธงนำชัยหรือธงชี้ทางนำผลบุญส่งไปให้แก่ผู้ล่วงลับไปแล้ว และด้วยอำนาจบารมีของธงตะขาบจะนำโชคนำชัย รวมถึงความมีเกียรติและพิษของ “ตะขาบ” ที่จะสามารถปกป้องคุ้มครองตนเอง กำจัดสารพัดศัตรู นำความผาสุกสวัสดิมาสู่ครอบครัวตนเองและชุมชนได้ ธงตะขาบนี้นับเป็นธงทางบุญกุศลเป็นเอกลักษณ์ของชาวรามัญจึงต้องทำด้วยผ้าแดง (หยิบ อักโกศล, 2565)



ภาพที่ 1: กิจกรรมการนำธงตะขาบขึ้นสู่ยอดเสาวัดแป้นทองโสภาราม วันสงกรานต์ 2565

ที่มา: นิษฐา หรุ่นเกษม สิริณนธ์ พึ่งสังวาลย์ และ นิศารัตน์ วิไลลักษณ์ (2565)

“กาละแมไทยรามัญ” การกวนกาละแมเป็นกิจกรรมที่มีในช่วงเทศกาลวันสงกรานต์ของทุกปี การกวนกาละแมเป็นกิจกรรมที่มีความสนุกทำให้ได้มีการรวมตัวกัน ทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมมีความสามัคคีกลมเกลียวช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สำหรับส่วนผสมของการทำกาละแมก็จะมี กะทิ ข้าวเหนียว น้ำตาลปี๊บหรือน้ำตาลมะพร้าวจะไม่ใช้น้ำตาลทรายขาวหรือน้ำตาลทรายแดงเพราะจะทำให้สีไม่สวยและไม่มีกลิ่นหอมมัน ส่วนผสมของการกวนกาละแมนี้ได้มีการปรับสูตรหรือดัดแปลงส่วนผสม โดยกะทิที่ใช้จะเป็นกะทิสำเร็จรูปต่างจากเมื่อก่อนที่จะใช้มะพร้าวจากต้น เนื่องจากปัจจุบันไม่มีลูกมะพร้าวแล้วจึงต้องใช้กะทิสำเร็จรูปแทน ในการกวนกาละแมนี้จะมีการใช้เตาแก๊สหรือเตาถ่าน และใช้กระทะที่มีขนาดใหญ่ต้องใช้แรงในการกวนมาก ทาง

ชมรมไทยรามัญแป้นทองจึงใช้วิธีการขุดหลุมให้พอดีกับกระทะที่ใช้และก่อฟืนในหลุมที่ขุดไว้ สำหรับหลุมนั้น จะมี 2 หลุม โดยขุดอีกหลุมไว้เพื่อใช้เป็นรูระบายควันความร้อน และจะต้องมีคนคุมไฟตลอดเพื่อไม่ให้ไฟแรงเกินไปเนื่องจากจะทำให้กालะแมที่กวนอยู่ไหม้ได้ ทั้งนี้ จะต้องกวนกालะแมอยู่ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ จึงต้องใช้คนเคียวและกวนหลายคนสลับกันไป กาละแมที่ได้มาจากการกวนนี้จะมีหอมความเหนียวนุ่มเป็นเอกลักษณ์มากกว่าการกวนด้วยเครื่อง

ความเชื่อที่เกี่ยวกับกालะแม คือ ความเป็นสิริมงคลกับผู้ทาน และเมื่อการกวนกालะแมต้องใช้คนจำนวนมากและใช้ระยะเวลายาวนานในการกวน กาละแมจึงเป็นสัญลักษณ์ของความอดทน ร่วมแรงร่วมใจ สามัคคี และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน



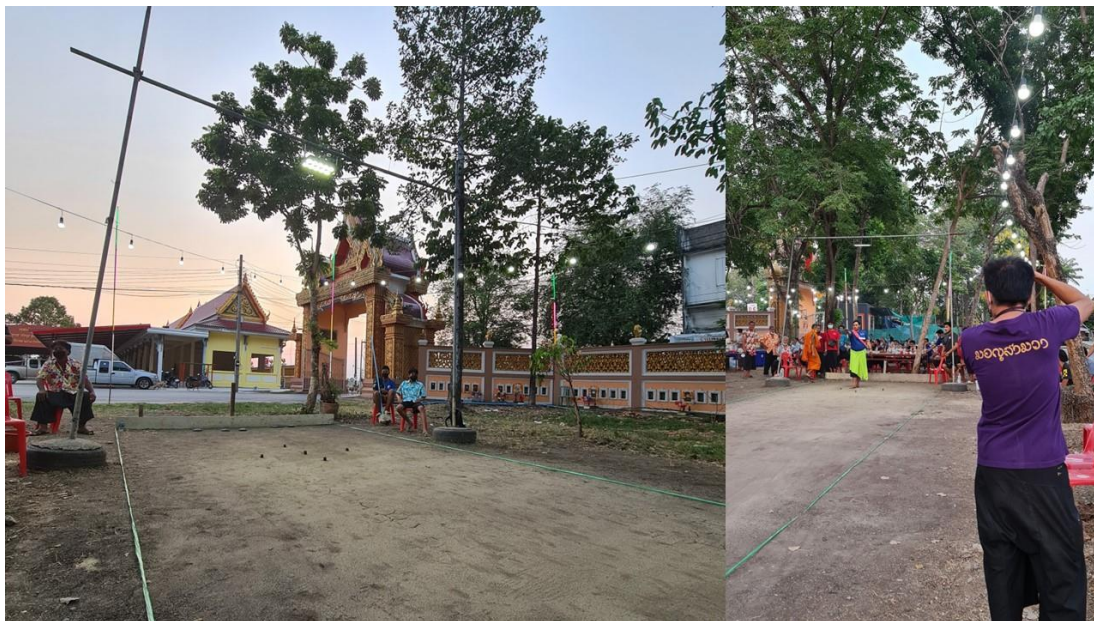
ภาพที่ 2: กิจกรรมการกวนกालะแมโดยคณะผู้วิจัยมีส่วนร่วม เมื่อวันที่ 13 เมษายน 2565

ที่มา: นิษฐา หุ่นเกษม สิริณนธ์ พึ่งสงวาลย์ และ นิสรารัตน์ วิไลลักษณ์ (2565)

“สะบ้าทอยไทยรามัญ” การละเล่นสะบ้าทอยจะจัดขึ้นในช่วงเทศกาลวันสงกรานต์ ซึ่งการละเล่นจะแข่งในพื้นที่วัดแป้นทอง โดยผู้เล่นจะมีทั้งคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ ซึ่งอาจจะเป็นชาวไทยเชื้อสายมอญในพื้นที่แถวพระประแดง ลาดกระบัง นนทบุรี สมุทรสาคร และปทุมธานีมาร่วมเล่นด้วย ประเภทของการแข่งขันจะมีประเภทเดี่ยวและประเภทคู่ อุปกรณ์ในการเล่นมี แก่นที่ทำมาจากไม้เป็นต้นนับคะแนน มีทั้งหมด 5 ลูก ลูกที่เอาไว้ออยจะเป็นลูกใหญ่ที่ทำมาจากไม้ที่มีความแข็งแรง สำหรับการแต่งกายในการเล่นสะบ้าทอยเพื่อให้สื่อถึงการละเล่นของชาวมอญ คือ การใส่ผ้าถุงกางเกงขาก๊วย หรือนำผ้าสีมาใส่เพื่อให้รู้ว่ำนั่นคือผู้เข้าแข่งขัน ส่วนของรางวัลจะมีถ้วยรางวัล และเงินรางวัล ตลอดจนอาจจะมีรางวัลปลอบใจให้กับผู้เล่นที่ไม่ชนะอีกด้วย

การเล่นสะบ้าทอยนี้มีวัตถุประสงค์ทั้งเพื่อให้หนุ่มสาวชาวมอญได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกันอย่างใกล้ชิด ภายใต้อายของผู้ใหญ่ รวมถึงการแสดงความแม่นยำในการทอยลูกสะบ้า รวมถึงการใช้การเล่นสะบ้าเพื่อ

เป็นเครื่องมือในการเชื่อมความสัมพันธ์และเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างชาวมอญในชุมชนต่าง ๆ ที่มาเข้าร่วมการแข่งขันอีกด้วย



ภาพที่ 3: กิจกรรมการเล่นสะบ้าทอย เมื่อวันที่ 14 เมษายน 2565
ที่มา: นิษฐา หรุ่นเกษม สิริมณฑท์ พึ่งสังวาลย์ และ นิศารัตน์ วิไลลักษณ์ (2565)

เมื่อได้เนื้อหาตั้งได้กล่าวมาในข้างต้นแล้วนั้น นักศึกษาลงมือออกแบบและเขียนบท ตรวจสอบบท ร่วมกับคณะผู้วิจัย ทั้งนี้เพื่อเป็นตรวจสอบข้อความสำคัญหรืออีเอ็มหลักในการสื่อสาร (Key message) ก่อนการผลิตสื่อจริง นักศึกษายังได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ออนไลน์กับปราชญ์ชุมชนไทยรามัญแป้นทอง ผ่านโปรแกรมซูม และการเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้วัฒนธรรมมอญชุมชนคลองสามวา ณ โรงเรียนวัดแป้นทอง (สามวาวิทยา) เมื่อวันที่ 21-22 กรกฎาคม 2565 จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ร่วมกับ โรงเรียนวัดแป้นทอง (สามวาวิทยา) วัดแป้นทองโสภาราม โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ เบญจมราชาลัย และชมรมไทยรามัญแป้นทอง อีกด้วย ในการตรวจสอบเนื้อหาหรือข้อความสำคัญนี้เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชน นั่นคือ นักศึกษาจะต้องตรวจสอบจนกระทั่งแน่ใจว่า เนื้อหาสารที่จะนำเสนอที่เกี่ยวข้องข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนมอญไทยรามัญวัดแป้นทองที่จะนำเสนอมีความถูกต้อง นอกเหนือจากนั้นแล้ว ยังใช้ขั้นตอนนี้เพื่อสร้างความมั่นใจและแน่ใจให้กับตัวเอง ก่อนด้วยอีกว่า ตนเองจะต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในเรื่องราวและคำศัพท์ที่จะใช้พูดนั้นเป็นอย่างดีอีกด้วย

ขั้นตอนการผลิตสื่อ

ขั้นตอนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กล่าวคือ เมื่อนักศึกษานำเสนอข้อมูลการเลือกเนื้อหาและการวางแผนผลิตสื่อเบื้องต้นต่อคณะผู้วิจัยและ

ครูผู้สอนในรายวิชาที่บูรณาการเรียบร้อยแล้ว นักศึกษาออกแบบวิธีการสื่อสารโดยเลือกกลยุทธ์การนำเสนอสื่อเสียงทั้งลักษณะของรายการแบบพุดคุยกับผู้ฟัง รายการสัมภาษณ์ และรายการสารคดี เพื่อการถ่ายทอดเรื่องราว จากนั้นลงมือผลิตสื่อเสียง ทดสอบและปรับปรุงสื่อเสียงร่วมกับคณะผู้วิจัยและครูผู้สอนในรายวิชาที่บูรณาการว่าสื่อเสียงที่ผลิตขึ้นมานั้นมีความเหมาะสมที่จะเผยแพร่ออกไปหรือไม่ จากนั้นเผยแพร่ผลงานสื่อเสียงดังกล่าวผ่านแฟนเพจของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ทั้งนี้ ผลผลิตจากงานวิจัยนี้ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อเสียงหรือ PODCAST จำนวน 5 เรื่อง ดังนี้

1.1 เรื่องแรกเป็นสื่อเสียงเพื่อเล่าเรื่องของการทำงานท่องเที่ยวชุมชนคลองสามวา เรียนรู้เรื่องวัฒนธรรมมอญผ่านวัดแป้นทอง

1.2 เรื่องที่สองเป็นสื่อเสียงเพื่อเล่าเรื่องของการแต่งกายตามแบบประเพณีและวัฒนธรรมมอญของชาวชุมชนมอญคลองสามวา

1.3 เรื่องที่สาม เป็นสื่อเสียงเพื่อเล่าเรื่องของประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบในช่วงวันสงกรานต์

1.4 เรื่องที่สี่ เป็นสื่อเสียงเพื่อเล่าเรื่องของการกวนกอละแม ซึ่งสอดแทรกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาวมอญชุมชนคลองสามวา

1.5 เรื่องที่ห้า เป็นสื่อเสียงเพื่อเล่าเรื่องของการเล่นสะบ้าทอย ซึ่งสอดแทรกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการละเล่นของชาวมอญชุมชนคลองสามวา

เนื่องจาก งานวิจัยครั้งนี้ยังไม่ได้มีการประเมินผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะให้มีการวิจัยเพื่อสำรวจผลกระทบบาทบาทของสื่อต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญา และประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ฟังในส่วนของข้อเสนอแนะแทน

สำหรับตัวอย่างบทรายการของสื่อเสียงประเภทรายการสารคดี เพื่อเล่าเรื่องของประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบในช่วงวันสงกรานต์ ดังนี้

บทรายการ “อ้อ..อย่างนี้เอง” : ตอน ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ (3.45 นาที)

Fade in / เพลงบรรเลงน่ารัก ๆ (10-15 sec) / Fade under

สวัสดีค่ะ วันนี้รายการ อ้อ..อย่างนี้เอง จะพาทุกคนมาทำความรู้จักกับ ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบกันค่ะ เอ๊ะ ทำไมต้องแห่หงส์ แล้วทำไมต้องธงตะขาบ มาค่ะ จะเล่าให้ฟัง

ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ จนมาถึงรุ่นลูก ๆ หลาน ๆ ของชาวไทยรามัญ โดยจะจัดขบวนแห่ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จุดประสงค์ก็เพื่อเป็นการบูชาพระสัมมาสัมพุทธเจ้า

องค์ประกอบหลัก ๆ เลยก็นี่มี เสาหงส์ ธงตะขาบ และผ้าแดง

...

อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาทำก็จะเป็นอุปกรณ์ทั่วไปที่หาได้ตามชุมชน การทำก็จะแบ่งตามความถนัดของแต่ละคน และถือเป็นการรวมตัวกันทำกิจกรรมประจำปีอีกอย่างหนึ่งของชาวไทยรามัญค่ะ และนี่ก็คือประเพณีแห่งสังฆะตบ ที่รายการ ออ..อย่างนี้เอง นำมาเล่าสู่กันฟังกันในวันนี้ค่ะ

Fade up / เพลงบรรเลงน่ารัก ๆ (10-15 sec) / Fade out



ภาพที่ 4: เผยแพร่สื่อผ่านเพจเด็ก วจก. ของคณะวิทยาการจัดการ มรภ.พระนคร
ที่มา: นิษฐา หุ่นเกษม สิริมณฑท์ พึ่งสังวาลย์ และ นิตรารัตน์ วิไลลักษณ์ (2565)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนมอญเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสาร ส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมและเผยแพร่ความรู้และภูมิปัญญาสู่ผู้คนในวงกว้าง (Edwards, 2012; Riggs, 2015) ดังที่งานวิจัยของ วงศ์วรุตม์ อินตะนัย พิรพงษ์ พันธะศรี และ บัญชา จุกกุล (2564) เรื่อง “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้านที่ปรากฏในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ที่ได้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถทำให้ผู้ชมได้เห็นถึง

สถานที่ท่องเที่ยว วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัด ตัวละครสามารถสื่อสารกับผู้ชมทำให้มาท่องเที่ยว สถานที่จริงและกระตุ้นให้ผู้ชมสนใจในสื่อประชาสัมพันธ์ได้

อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการให้ข้อมูล ร่วมเลือกประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนของชุมชนเพื่อนำเสนอ รวมถึงการมีส่วนร่วมของตัวแทนคนรุ่นใหม่ผ่านการบูรณาการในรายวิชา ซึ่งผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษา ทำให้นักศึกษาผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้เพิ่มขึ้นทั้งในรายวิชาที่เรียน รวมถึงสามารถนำความรู้ที่ได้รับที่เกี่ยวข้องกับประเพณีมอญ “ธงตะขาบไทยรามัญ” อาหารมอญ “กาละแมไทยรามัญ” และการละเล่น “สะบ้าทอยไทยรามัญ” ไปสื่อสารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์ สืบทอด และส่งเสริมเผยแพร่ทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในพื้นที่ชุมชนไทยรามัญแป้นทองต่อไป การมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อดังกล่าวนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธ์ โปธิบัติ (2564) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดมหาสารคาม” ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำสื่อหลังจากที่ได้ประชุมศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาสื่อทางวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน จากนั้นผลิตสื่อให้กับชุมชนตามความต้องการของชุมชน ได้แก่ สื่อวีดิทัศน์ ภาพถ่ายเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ลงใน Facebook การขายสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee นอกจากนั้นแล้ว การมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ หฤทัย ปัญญาวุฒตระกูล (2565) เรื่อง “การผลิตสื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนชุมชนบางลำพู” ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อผลิตสื่อสารคดีภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนชุมชนบางลำพู นอกจากจะทำให้ชุมชนบางลำพูได้ชิ้นงานสื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนชุมชนบางลำพูที่สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไปแล้ว กลุ่มแกนนำเยาวชนชุมชนบางลำพูที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาของชุมชนยังเกิดศักยภาพด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีมที่สามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินงานพัฒนาชุมชนต่อไปอีกด้วย

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนนั้นมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากงานวิจัยของ Theuma (2002) ศึกษาเรื่อง “Identifying the cultural tourism product in Malta: marketing and management issues” ได้แสดงให้เห็นว่า ในการสื่อสารผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมของมอลตาอย่างขาดความเห็นพ้องต้องกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับสิ่งที่ควรได้รับการส่งเสริมในฐานะวัฒนธรรม ความร่วมมือที่จำกัดระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมนั้นเป็นอุปสรรคอย่างสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ในการสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชนนั้น หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนร่วมแล้วนั้น ผู้รับสารหรือชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจะได้มีโอกาสที่จะบอกกับผู้ส่งสารว่า “เนื้อหาอะไรบ้างที่ควรสื่อสาร และควรจะสื่อสารอย่างไร” ทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เปรียบเสมือนกับการเป็นหมอที่สามารถสั่งยาได้โดยที่ยังได้ลงมือตรวจอาการคนไข้อย่างละเอียดเรียบร้อยแล้ว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอื่น ๆ ควรให้ชุมชน และ/หรือเยาวชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการผลิต ตั้งแต่การลงพื้นที่เพื่อแสวงหาและเก็บรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน ร่วมเป็นเลือกประเด็นในการนำเสนอ วิธีการนำเสนอ บท รวมถึงการตรวจทานบท การผลิตสื่อ การเลือกช่องทางการเผยแพร่ และการประเมินผลสื่อ

2. เนื่องจากการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาในครั้งนี้ เป็นการผลิตสื่อเสียงและเป็นของกลุ่มชาติพันธุ์มอญ ดังนั้น การออกแบบเนื้อหาสำหรับสื่อเสียงจึงต้องอธิบายด้วยคำพูดหรือ "เสียง" ให้เห็นภาพมากที่สุด ตลอดจนการตรวจสอบวิธีการออกเสียงที่ถูกต้องของคำศัพท์มอญกับตัวแทนของชุมชนและเขียนคำอ่านกำกับไว้ขณะลงเสียงด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบสำหรับชุมชนมอญกับสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกันสำหรับชุมชนวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร หรือส่วนอื่น ๆ ของประเทศไทย

2. ควรมีการวิจัยเพื่อสำรวจผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ (สื่อเสียง) และบทบาทของสื่อต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนมอญ หรือสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอื่น ๆ และประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ฟังในวงกว้าง

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากทุนวิจัยเงินงบประมาณแผ่นดิน โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี "โครงการ แสวงหา สืบค้น รวบรวม จัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาภายใต้รัศมีอย่างน้อย 50 กิโลเมตรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กิจกรรมสำรวจและเก็บรวบรวมทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ในพื้นที่ชุมชนไทยรามัญแป้นทอง แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร" พ.ศ. 2565

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). ทฤษฎีการสร้างสาร. *ประมวลสาระชุดวิชาการสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิษฐา หรุ่นเกษม, สิริมณฑท์ พึ่งสังวาลย์, และ นิศรารัตน์ วิไลลักษณ์. (2565). รายงานผลการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. โครงการ แสวงหา สสำรวจ รวบรวม จัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรมและภูมิปัญญาภายใต้รัศมีอย่างน้อย 50 กิโลเมตรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- นิษฐา หรุ่นเกษม. (2560). การเลือกและการสร้างสารสำหรับการสื่อสารชุมชน. *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้และทักษะการสื่อสารชุมชน*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิศาภรณ์ ฉิมมี. (2562). การพัฒนาผลการเรียนรู้รายวิชาเพิ่มเติม เรื่องวิถีมอญคลองสามวาด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนนวมินทราชินูทิศเบญจมราชูทิศ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พนัส โพธิ์ปิติ. (2564). กระบวนการเรียนรู้ในการผลิตสื่อทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(3), 239-250.
- วงศ์วรุตม์ อินตะนัย, พิศพงษ์ พันธะศรี, และ บัญชา จุกกุล. (2564). การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้านที่ปรากฏในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 8(1), 124-140.
- หยิบ อักโกศล, ประธานชมรมไทยรามัญแป้นทอง. (2565, เมษายน 8). สัมภาษณ์โดย นิษฐา หรุ่นเกษม .
- หฤทัย ปัญญาวุฒตระกูล. (2565). การผลิตสื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนชุมชนบางลำพู. *วารสารมหาจุฬานาครทรรค์*, 9(10), 49-61.
- Edwards, L. (2012). Exploring the Role of Public Relations as a Cultural Intermediary Occupation. *Cultural Sociology*, 6, 438-454. <http://doi.org/10.1177/1749975512445428>.
- Riggs, T. ed. (2015). *Public Relations* in Gale Encyclopedia of U.S. Economic History, 2nd ed., vol. 2, Farmington Hills, MI: Gale, 1072-1075. <https://link.gale.com/apps/doc/CX3611000735/GVRL?u=thpnru&sid=bookmark-GVRL&xid=6444a015>
- Theuma, N. (2002). *Identifying the cultural tourism product in Malta: marketing and management issues*. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ddu&AN=43031FF35964AA65&site=ehost-live>
- Pumpaka, W. (2017, August 3-4). Artistic wisdom of Thai-Mon community for the designing of learning media. *The Burapha University International Conference 2017*, Bangsaen, Chonburi, Thailand.