

การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์कुล้านนา*

COMMUNICATION STRATEGIES TO PROMOTE CULTURE VIA SOCIAL MEDIA OF THE SPARK U LANNA

จริญญา ตูมะแก้ว*, สุภาภรณ์ ศรีดี, ทฤทัย ปัญญาวุฒระกุล, สมาน งามสนิท

Charinya Tumakaew*, Supaporn Sridee, Hareuthai Panyarvuttrakul, Sman Ngamsanit

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat OpenUniversity, Nonthaburi, Thailand

*Corresponding author E-mail: Cheri_pp@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การออกแบบเนื้อหาสาระ 2) การนำเสนอวัฒนธรรม 3) การเผยแพร่สาร และ 4) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์कुล้านนา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บข้อมูลจากกลุ่มวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คณะกรรมการและที่ปรึกษาโครงการ บุคลากรเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้แทนมณฑลทหารบกที่ 33 ค่ายกาวิละ กลุ่มผู้จัดละครนาฏกรรมอิงประวัติศาสตร์ล้านนา ทีมออกแบบเนื้อหาสาระ ทีมผู้จัดการแสดงแสงสีเสียงผ่าน สื่อออนไลน์ นักปราชญ์ล้านนา และผู้นำท้องถิ่นศิลปินล้านนา จำนวน 15 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ผลการวิจัย พบว่า 1) การออกแบบเนื้อหาสาระผ่านสื่อออนไลน์ เป็นการออกแบบเนื้อหาด้วยภาษาที่จูงใจ การใช้จุดจับใจให้คล้อยตาม 2) การนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ เป็นรูปแบบการนำเสนอที่ต่อเนื่องสอดคล้องกับประวัติศาสตร์ และการเมือง การใช้ตัวแบบโดยอิงคุณลักษณะให้คล้ายคลึงกับประวัติศาสตร์เสมือนจริง 3) การเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ เป็นการสืบทอดทางวัฒนธรรมใน 3 มิติ เพื่อโน้มน้าวใจ การมีส่วนร่วมระหว่าง ผู้ใช้สื่อกับผู้รับชมการผสมผสานข้ามสื่อระหว่างยูทูบ และเฟซบุ๊ก และ 4) การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเป็น การออกแบบเนื้อหา และการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ มีรูปแบบ วิธีการที่ซับซ้อนด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมนิยมประเพณีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ควรมีการเขียนบรรยายภาษาอื่น ๆ เพื่อช่วยเสริมความเข้าใจ การเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ ควรคำนึงถึงประโยชน์ในการถ่ายทอดการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และแนวทางส่งเสริมควรให้ภาครัฐ กำหนดแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่นำไปสู่ การปฏิบัติให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น

คำสำคัญ: การเผยแพร่วัฒนธรรม, กลยุทธ์การสื่อสาร, สื่อออนไลน์, โครงการสปาร์कुล้านนา

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the Spark U Lanna project's content design for spreading culture through social media; 2) the Spark U Lanna project's online social media presentation of culture; 3) the Spark U Lanna project's broadcasting of content through social media; and 4) the Spark U Lanna project's development of communication tactics to promote culture using social media. This research used the qualitative research method of in - depth interviews. The 15 key informants were chosen through purposive sampling from those

directly involved with the Spark U Lanna project's communications. The first group consisted of representatives of the Chiang Mai provincial culture group, the Spark U Lanna project's executive committee and consultants, the Nakhon Chiang Mai Municipality, and the 33rd Military Circle at Fort Kawila; and the second group consisted of individuals representing producers of a Lanna historical drama, the content design team, the production team of an online light and sound show, Lanna folk philosophers, and leading Lanna local artists. The results showed that 1) the Spark U Lanna project's content design consisted of choosing persuasive language to stimulate people's emotions and ideas to draw viewers in and tie them in to become emotionally invested in the story. 2) The project's online culture presentation is a continuous format consistent with history and politics. Using a feature - based model to resemble virtual history 3) The Spark U Lanna project's broadcasting of content through social media is a cultural inheritance in 3D to persuade media users and viewers to engage in a cross - media mix between YouTube and Facebook. 4) Suggestions for the further development of communication strategies in content design and presentation through online media with complex forms and methods in terms of history, lifestyles, unique traditions, and other languages should be written to help enhance understanding. Formulate a communication strategy plan that leads to action in the local social and cultural context.

Keywords: Cultural Communication, Communication Tactics, Social Media, Spark U Lanna Project

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการพัฒนา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมวัฒนธรรมนี้ยังเป็นการสร้างฐานให้ชุมชนมีความรักในท้องถิ่นและรักชาติวัฒนธรรมของตนเอง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ซึ่งจะนำไปสู่การหวงแหนและสำนึกรักบ้านเกิดของคนในชุมชนด้วย การมุ่งเน้นมุ่งสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่แต่ละพื้นที่ให้คงอยู่ สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อคงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมด้านนาฏศิลป์ล้านนา ถือเป็นศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญยิ่งของคนไทย จังหวัดเชียงใหม่ได้มี การอนุรักษ์สืบทอดศิลปวัฒนธรรมล้านนา ซึ่งมีภาคีเครือข่าย ที่ร่วมกันรื้อฟื้น ดัดแปลง ฟื้นฟูและรักษาไว้ โดยมีสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ให้การสนับสนุนการดำเนินโครงการ สปราร์คยูล้านนา โดยจุดเด่นของกลุ่มเครือข่ายสปราร์คยูล้านนา คือ ภาคประชาคมที่เข้มแข็งยึดโยงกันเป็นเครือข่าย โดยการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มแรก เพื่อจุดประกาย “ฟื้นใจ เมืองล้านนา” ผลักดันเชียงใหม่สู่เมืองมรดกโลก แหล่งมรดกทางศิลปวัฒนธรรม และโบราณสถานที่เกี่ยวเนื่อง เครือข่ายเชียงใหม่ เชียง สวย หอม ขบวนการเขียวเปลี่ยนโลก เพื่อต่อลมหายใจให้เมืองเชียงใหม่ อนุรักษ์สืบสานนาฏศิลป์ล้านนา สืบสาน ภูมิปัญญาล้านนาโดยนำละครเรื่อง “ล้านนาที่ซำรัก พระเจ้ากาวิละ พระเจ้าเชียงใหม่” เพื่อเป็นจุดเชื่อมทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของเชียงใหม่ และสยาม และสะท้อนให้เห็นความร่วมมือร่วมใจระหว่างสองดินแดนก่อนจะมารวมตัวกันเป็นประเทศไทย ซึ่งละครนี้จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ฟื้นฟูความรู้ของล้านนาทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรม และภาคภูมิใจในบรรพบุรุษ รักในแผ่นดิน สร้างแรงบันดาลใจให้สร้างสรรค์สิ่ง ๆ ให้กับเมืองล้านนา และถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมต้นแบบไปสู่ภาคอื่น ๆ ที่เป็นเครือข่ายภาคประชาคม ได้แก่ ภาคอีสาน (โครงการสปราร์คยูอีสานบ้านเฮา) และภาคใต้ (โครงการสปราร์คยูใต้ไข้อย) ต่อไป การ

เปิดพื้นที่และโอกาสให้เยาวชนคนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารและพื้นที่สร้างสรรค์ในประเด็นต่าง ๆ อาทิ การฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมล้านนา สิ่งแวดล้อมเมือง รวมทั้งการเผยแพร่ผ่านนักร้องสื่อสารกิจกรรมการอ่าน ดนตรี และศิลปะ เป็นต้น กระตุ้นให้คนรุ่นใหม่หันมาร่วมใจกันอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมพื้นบ้านให้มีความร่วมสมัยอย่างยั่งยืน (เกศสุตา สิทธิสันติกุล และคณะ, 2562)

การสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น เป็นกลไกที่สำคัญในการช่วยอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอด และขยายแนวความคิด ตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากผู้ปกครองไปยังประชาชน เพื่อชักชวน และจูงใจให้ประชาชนเกิดความศรัทธา และเชื่อมั่นในความจงรักภักดีต่อผู้ปกครอง การพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม และความรู้ความเข้าใจทางการเมืองของประชาชน ทำให้เกิดการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งมีบทบาทที่เป็นตัวกลางระหว่างประชาชน กับรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อมูลทางด้านส่งเสริมวัฒนธรรม และการถ่ายทอดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์ และส่งผลต่อนโยบายของรัฐบาล ให้สอดคล้องต่อความต้องการของประชาชน ทั้งนี้การสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น ย่อมเกิดจากความร่วมมือจากภาครัฐ และภาคประชาคม และผู้ที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปวัฒนธรรม เข้ามา มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมไป สู่ทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการอนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมในท้องถิ่นต่าง ๆ ให้คงอยู่ต่อไป จึงเป็นที่มาของการเกิดโครงการสปาร์คยู ใน 3 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ (สปาร์คยู เชียงใหม่) ภาคอีสาน (สปาร์คยูอีสานบ้านเฮา) และภาคใต้ (สปาร์คยูใต้ไชโย) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และการร่วมมือของผู้นำการปกครองท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมทำให้โครงการนี้เกิดขึ้น

โครงการสปาร์คยูล้านนา เป็นโครงการที่มีรูปแบบในการสร้างความร่วมมือจากภาคราชการ การปกครองส่วนท้องถิ่นภาคประชาคม หรือ นักวิชาการ สถาบันการศึกษา ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ และแผนงานสร้างเสริมวัฒนธรรมการอ่าน ได้ปลุกจิตสำนึกรักเมืองเชียงใหม่ ระหว่างทหารบกมณฑลที่ 33 ค่ายกาวิละ นักดนตรีล้านนา ช่างฟ้อน และรำดาบ นักขับลำนำ ภูมิปัญญาล้านนา และศิลปินรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่ละครล้านนาที่รักเป็นละครฟอร์มใหญ่ เรื่องล้านนาที่ซึ้งรัก พระเจ้ากาวิละ ที่มีนักแสดงศิลปินล้านนากว่า 200 คน บอกเล่าประวัติศาสตร์ล้านนาในยุคสมัยพระเจ้ากาวิละผ่านศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านล้านนา เครือข่ายครูภูมิปัญญา ผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญในสรรพองค์ความรู้ด้านล้านนา สล่า จ้างฟ้อน (ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่และศูนย์ศิลปวัฒนธรรม , 2538) นำเสนอผ่านช่องทางยูทูป และเฟซบุ๊กที่ในขณะที่ถ่ายทอดสดมีผู้รับชมกว่าห้าพันคน และได้มีการพัฒนาการเผยแพร่สื่อสารประวัติศาสตร์ล้านนาในรูปแบบการจัดละครเวทีขึ้น มีรูปแบบ การเผยแพร่ถ่ายทอดสดผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ยูทูป และบนสื่อโซเชียลมีเดีย ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ต่อมาอาทิ กิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พัฒนาแหล่งน้ำคลองแม่ข่า ปลุกต้นหมาก และมี การจัดการแสดงละครที่มีแสง สี เสียง ทางนาฏกรรมอิงประวัติศาสตร์ล้านนา ส่งผลให้การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมนาฏศิลป์ล้านนาที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมเฉพาะของพื้นที่โดดเด่นถ่ายทอดผ่านคนพื้นถิ่นล้านนา (ศูนย์ศึกษาเอกสารโบราณ (ศ.อ.บ.), 2559) ไม่สามารถดำเนินการส่งเสริมวัฒนธรรมในรูปแบบการจัดละครเวทีเหมือนเดิมได้ ทางโครงการฯ จึงได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการส่งเสริมวัฒนธรรมโดยการถ่ายทอดเผยแพร่ทางนาฏกรรมละครเวทีที่อิงประวัติศาสตร์ของล้านนา ละครเวทีเพื่อสื่อสารเชิงวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ขึ้นมา โดยมีองค์ประกอบของภาพ เสียง และดนตรี ในรูปแบบคลิปวิดีโอของการแสดง นำไปเผยแพร่ลงเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งในส่วนเว็บไซต์โดยตรงของสปาร์คยูล้านนา และช่องทาง อื่น ๆ ได้แก่ ยูทูป และเฟซบุ๊ก เพื่อเป็นการแก้ปัญหาและปฏิบัติตามนโยบายป้องกันโรคติดต่อของรัฐบาลตามมาตรการ การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) แต่อย่างไรก็ตามการใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารวัฒนธรรมฯ ดังกล่าว ยังพบปัญหาในเรื่องของข้อจำกัดความไม่เข้าถึงในทุกกลุ่มคนที่

มีช่วงวัยอายุที่หลากหลายแตกต่างกัน ทำให้ประสบปัญหาการเข้าใช้งานสื่อและการเข้าถึงสื่อ อาทิ ข้อจำกัดในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีของแต่ละช่วงวัย ความซับซ้อนในการเข้าถึงหรือเข้ารับชมของแต่ละช่วงวัย การโปรโมทประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้แก่ประชาชนทั่วไป เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหาสาระ การนำเสนอ การเผยแพร่ วัฒนธรรม และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยู ล้านนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นต้นแบบโครงการพลังร่วมสร้างสุข ปลุกเปลี่ยนเมืองให้กับภาคี เครือข่ายสปาร์คยู ใน 3 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ (สปาร์คยูเชียงใหม่ พลังเปลี่ยนเมือง “พินใจ เมืองล้านนา” สู่มือง มรดกโลก) ภาคอีสาน (สปาร์คยูอีสานบ้านเฮา) และภาคใต้ (สปาร์คยูใต้ใช่เลย) โดยได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบเนื้อหาสาระเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยู ล้านนา
2. เพื่อศึกษาการนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา
3. เพื่อศึกษาการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา
4. เพื่อศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยู ล้านนา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นี้มุ่งเน้นศึกษาการสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา การออกแบบเนื้อหาสาระเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา การนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูล้านนา การเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา และการพัฒนากลยุทธ์ การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

2. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโครงการสปาร์คยูล้านนาของจังหวัด เชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างเป็นทางการ คือ กลุ่มวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คณะกรรมการและที่ปรึกษาในโครงการสปาร์คยูล้านนา บุคลากรเทศบาลนคร เชียงใหม่ และผู้แทนมณฑลทหารบกที่ 33 ค่ายกาวิละ จำนวน 5 คน และ 2) กลุ่มที่ใช้แบบ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง คือ กลุ่มผู้จัดละครนาฏกรรมอิงประวัติศาสตร์ล้านนา ทีมออกแบบเนื้อหาสาระ ทีมผู้จัดการแสดง แสงสีเสียงผ่านสื่อออนไลน์ นักปราชญ์ล้านนา และผู้นำท้องถิ่นศิลปินล้านนา จำนวน 10 คน และ รวมจำนวน 15 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง 2 ชุด กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อ YouTube และเฟซบุ๊กของโครงการสปาร์คยูล้านนา โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้คือ 1) กลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างเป็นทางการ (ชุดที่ 1) และ 2) กลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบ มีโครงสร้าง (ชุดที่ 2)

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้การสร้างเครื่องมือ เริ่มต้นจากการนำเอาวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาใช้เป็นกรอบสำหรับการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปสู่ การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยจากนั้นจึงได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัยดังกล่าวมาแตกเป็นประเด็น และแนว

คำถามสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือสัมภาษณ์ ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของข้อความภาคสนามตามระเบียบวิธีวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากเครื่องมือสัมภาษณ์ และผลสรุปของการตรวจเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญผ่านตามเกณฑ์ความเชื่อมั่น หลังจากนั้นจึงส่งเอกสารขอรับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัย ในมนุษย์ เมื่อเครื่องมือวิจัยผ่านการรับรองเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth interview) ด้วยการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มประชากรตามเกณฑ์คุณภาพของงานวิจัย

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ ติความ แปลความหมาย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างจากการลงพื้นมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุปตามประเด็นที่ศึกษาจากข้อมูลที่ได้รวบรวมมาเป็นกรอบแนวคิดตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเชื่อมโยงเพื่อให้ได้ข้อสรุปตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างเป็นทางการ คือ กลุ่มวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คณะกรรมการและที่ปรึกษาในโครงการสปาร์คยูล้านนา บุคลากรเทศบาลนครเชียงใหม่ และผู้แทนมณฑลทหารบกที่ 33 ค่ายกาวิละ และกลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง คือ กลุ่มผู้จัดละครนาฏกรรมอิงประวัติศาสตร์ล้านนา ทีมออกแบบเนื้อหาสาร ทีมผู้จัดการแสดงแสงสีเสียงผ่านสื่อออนไลน์ นักปราชญ์ล้านนา และผู้นำท้องถิ่นศิลปินล้านนา ซึ่งนำเสนอผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย เป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. การออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ พบว่า การออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนาตามโครงสร้างประกอบด้วย การออกแบบเนื้อหาสาร การจูงใจ และการใช้จุดจับใจ หรือ จุดดึงดูดใจโดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละมีความเหมาะสมกับเนื้อหาของเรื่องนี้ โดยมีความสำคัญของการเล่าเรื่องจากละครประวัติศาสตร์ และความเป็นมาในอดีตของเมืองล้านนา และการส่งเสริมวัฒนธรรม คุณธรรม รวมไปถึงทัศนคติ และความเชื่อที่แสดงให้เห็นในเนื้อเรื่อง และการกำหนดคุณลักษณะของเนื้อหา และตัวละคร โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลจากประวัติศาสตร์ล้านนา มาก่อน และนำมาคัดเลือกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง นำมาถ่ายทอดความรู้ และอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดจาก บทคำพูด ท่าทาง การขับร้อง ประเพณีต่าง ๆ การสู้รบในสถานที่จริง และภาษาล้านนาที่ใช้ เพื่อเล่าเรื่องราวสถานการณ์ในประวัติศาสตร์ที่ออกมาในรูปแบบของการแสดงละครกลางแจ้งเสมือนจริง ทั้งนี้จะจุดประกายต่อการจูงใจ ดึงดูดใจความสนใจ และการโน้มน้าวใจให้ทราบซึ่งในเกียรติประวัติของพระเจ้ากาวิละที่มีต่อประชาชน เพื่อนำไปปรับปรุงในการดำเนินชีวิตได้อย่างดี

2. การนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ พบว่า การนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา ตามโครงสร้างประกอบด้วย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา และการใช้ตัวแบบ โดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการ เจ้ากาวิละ รูปแบบการนำเสนอจะมีรูปแบบการสื่อสารของการแสดงในรูปแบบของการแสดงกลางแจ้ง ณ อนุสรณ์สถานพระเจ้ากาวิละ มณฑลทหารบกที่ 33 โดยการจำกัดจำนวนผู้เข้าชม และมีการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

เช่น ยูทูบ และเฟซบุ๊ก พร้อมคำบรรยายในแต่ละตอนของการแสดง เพื่อให้ผู้สนใจเข้ามาชมทางด้านสื่อสังคมออนไลน์ โดยละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ มีการจัดเรียงเนื้อหา และการจัดลำดับเรื่องได้ดีมาก ตั้งแต่เริ่มเล่าประวัติศาสตร์ล้านนาภาพรวม จนกระทั่งมาถึงตอนท้าย โดยมี การดำเนินเรื่องที่ต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ศึกษามาก่อน จึงทำให้มีความเข้าใจในเรื่องเป็นอย่างดี การใช้ตัวแบบในเชิงบุคคล และเชิงสัญลักษณ์ มีการกำหนดบทบาทของตัวละคร นักแสดง โดยอิงคุณลักษณะของบุคคล การแต่งตัว และเครื่องประดับ ให้ตรงกับข้อมูลที่คล้ายคลึงกับประวัติศาสตร์ล้านนา ซึ่งนักแสดงก็มาจากครูบาอาจารย์ ศิลปินผู้มีชื่อเสียง และผู้เชี่ยวชาญ การต่อสู้ทางล้านนา เช่น พระเจ้ากาวิละ นางรำ และ พม่ารามัญ การเตรียมความพร้อมของแสง สี เสียง เพลง และฉากการแสดง มีทีมผู้ผลิต ตัดต่อที่มีคุณภาพมาก ทำให้ละครออกมาสวยงามเสมือนจริง

3. การเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนา ที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ พบว่า การเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนาตามโครงสร้างประกอบด้วย การสืบทอดทางวัฒนธรรม และการนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วม โดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ การสืบทอดทางวัฒนธรรม ในส่วนของมิติบุคคล มิติพื้นที่ และมิติเวลา มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมได้ดี โดยการกล่าวถึงประวัติพระเจ้ากาวิละ เป็นผู้กอบกู้เอกราชโดยการต่อรบ แยกชิงเมืองล้านนาจากพม่า และมีส่วนร่วมความสัมพันธ์ระหว่างเมืองสยาม กับเมืองล้านนาเข้าด้วยกัน ส่งเสริมให้เกิดความรักชาติ หวงแหนแผ่นดิน จากละครจึงสะท้อนให้เห็นประกอบการแสดงในพื้นที่ ณ อนุสรณ์สถานพระเจ้ากาวิละ มณฑลทหารบกที่ 33 ที่เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของล้านนา จึงแสดงถึงการเผยแพร่ประวัติ และการสืบทอดทางวัฒนธรรมโดยแท้ ให้กับรุ่นสู่รุ่น และวัยรุ่นยุคปัจจุบันได้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมล้านนา การนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วม โดยใช้สื่อออนไลน์ผ่านยูทูบ และเฟซบุ๊กมาผสมผสานข้ามสื่อ ส่งผลทำให้สามารถดูซ้ำ เข้าถึงและติดตามได้ง่าย และสามารถรับชมได้ทุกที่ ทุกภูมิภาค แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่ใช้นำข้อมูลเข้าไปตามชนิดของสื่อออนไลน์ที่นำมาใช้ และสิ่งที่สำคัญอีกข้อก็คือ ผู้เข้าชมส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ชื่นชอบในเรื่องประวัติศาสตร์ล้านนา หรือ ศึกษาด้านประวัติศาสตร์จะมีความเข้าใจเนื้อหาของละครทั้งหมด มากกว่าผู้ที่รับชมที่เป็นวัยรุ่นยุคสมัยใหม่ที่ไม่มีความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์เลย

4. การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูล้านนา พบว่า การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ จะประกอบด้วย คือ การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ เป็นการออกแบบเนื้อหาสารถือเป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารที่มุ่งหวังให้ประชาชนได้เข้าใจความรู้ในการพัฒนาในการเมืองการปกครองท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในการนำละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละเป็นสื่อกลางในการสื่อสารและเผยแพร่วัฒนธรรม การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ เป็นการนำเสนอในการนำความรู้ทางการเมืองเพื่อเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมในการนำละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละมาถ่ายทอดความรู้ ประกอบกับการสร้างกลยุทธ์การนำเสนอทางการเมือง เพื่อกระตุ้นความดึงดูดความสนใจ การโน้มน้าวใจ และการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อความบันเทิง และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ เป็นการเผยแพร่เกิดขึ้นจากการร่วมกันระหว่างผู้ใช้สื่อออนไลน์กับผู้รับชมละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละทำให้เห็นคุณค่า หวงแหน และการรักษาสืบทอดให้ดำรงอยู่เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนลงมือปฏิบัติควบคู่กับการสนับสนุนจากภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือและมีส่วนร่วมให้มีการพัฒนาต่อไป ทั้งนี้ ควรอย่างยิ่งเพื่อให้ทันตามยุคตามสมัย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มาเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวัน การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้คนรุ่นใหม่ ทั้งที่

อยู่เมืองไทย หรือ ต่างประเทศได้นี้ก็ถึงถิ่นฐานบ้านเกิด รักชาติ และรักในวัฒนธรรมในชาติตัวเอง มีการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารมีการนำใช้ปฏิบัติ คือ กลยุทธ์การพัฒนาและรักษาสัมพันธ์ภาพกับสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ กลยุทธ์การชี้แนะนำประเด็น กลยุทธ์ การสื่อสารผ่านกิจกรรม กลยุทธ์การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน และกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ซึ่งใช้ กลยุทธ์ที่มีความหลากหลายก่อให้เกิดทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม เพื่อนำเสนอข้อเท็จจริง และหลักของ การปกครองเมือง และการรักถิ่นฐานบ้านเกิดที่ได้จากละครนำมาประยุกต์ใช้กับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และมีการพัฒนาระบบสังคมการเมืองการปกครองท้องถิ่น แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์นั้นจำเป็นต้องมีการสนับสนุนในเรื่องงบประมาณที่เพียงพอ และต่อเนื่องจากภาครัฐและผู้สนับสนุนเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้น และประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ มีบทบาทในการพัฒนาการสื่อสารทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะการศึกษาเป็น การส่งเสริมวัฒนธรรมล้านนา เพื่อให้สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมไปต่างเมืองต่างภูมิภาคได้ และให้เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกช่วงวัย

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างเป็นทางการ คือ กลุ่มวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คณะกรรมการและที่ปรึกษาในโครงการสปาร์คยูล้านนา บุคลากรเทศบาลนครเชียงใหม่ และผู้แทนมณฑลทหารบกที่ 33 ค่ายกาวิละ และกลุ่มที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง คือ กลุ่มผู้จัดละครนาฏกรรม อิงประวัติศาสตร์ล้านนา ทิมออกแบบเนื้อหาสาร ทิมผู้จัดการแสดงแสงสีเสียงผ่านสื่อออนไลน์ นักปราชญ์ล้านนา และผู้นำท้องถิ่นศิลปินล้านนา ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงการศึกษา โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. การออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนาที่ซำรักพระเจ้ากาวิละ แสดงให้เห็นว่า การศึกษาประกอบด้วย การออกแบบเนื้อหาสาร การจูงใจ และการใช้จุดจับใจ หรือ จุดดึงดูดใจ ที่ซึ่งมีการจัดข้อมูล เนื้อหา และเรื่องราวจากละครล้านนาที่ซำรักพระเจ้ากาวิละ โดยอาศัยถ้อยคำ ข้อความ สัญลักษณ์ รูปภาพ สี เสียง เพื่อสื่อสารไปยังผู้รับชมสามารถเข้าใจ และรับรู้ความหมายร่วมกัน การออกแบบเนื้อหาสารจะประกอบไปด้วย ประเด็นและสาระสำคัญของเนื้อหา การคัดเลือกเนื้อหา การแสดงออกทางลีลาอารมณ์ของเนื้อหา และการสื่อภาษาของเนื้อหา เช่น อวัจนภาษา หรือ วัจนภาษา (อิริยาพร อุทธา, 2560) ; (Balakrishnan, J. & Griffiths, M. D., 2017) โดยเนื้อหาของละคร แสดงประเด็นเนื้อหาด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมโดยจะครอบคลุมถึง การสร้างความตระหนัก การให้ความรู้ และการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมที่สืบต่อกันมา เป็นการออกแบบเนื้อหาสารประเภทข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และความรู้สึก (ณัชชา ศิริธนาธร, 2564) การแสดงออกของเนื้อหาจากละครจะมีการแสดงออกทางลีลาอารมณ์ของเนื้อหา และทฤษฎีการโน้มน้าวใจ ที่สะท้อนสภาพบรรยากาศผ่านเรื่องราวของละครภายใต้สถานการณ์หนึ่ง ๆ อันส่งผลให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของนักแสดง และฉากการแสดงต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดออกมา ร่วมกับการจูงใจตามทฤษฎีของอริสโตเติล ได้แก่ ทศนคติและความเชื่อ ตรรกวิทยา และความรู้สึก (ศิริพร กิจประกอบ, 2558) และ การใช้จุดจับใจหรือจุดดึงดูดใจจากละคร ได้แก่ จุดจับใจด้านความกลัวหรือกังวลใจ จุดจับใจด้านอารมณ์ขัน จุดจับใจด้านความอบอุ่น จุดจับใจด้านอารมณ์เศร้า และจุดจับใจด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล (Schiavo, R., 2014) ซึ่งสอดคล้องกับ พัน นิลพันธุ์ ฉัตรไชยยันต์ พบว่า สาเหตุของการสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง ประกอบไปด้วย 2 ประเด็นสำคัญคือ สาเหตุด้านจิตวิทยาของการสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ และสาเหตุด้านเทคโนโลยีของการสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ ส่วนรูปแบบของการสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นการเลือกนำเสนอตัวตนในด้านบวก โดยมีวิธีการสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์

3 วิธี คือ 1) การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ผ่านการนำเสนอเกี่ยวกับตนเอง 2) การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ผ่านการแสดงความสัมพันธ์ทางสังคม และ 3) การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ผ่านการบริโภคทางวัฒนธรรม (พัน นิลพันธุ์ ฉัตรไชยยันต์, 2558)

2. การนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ แสดงให้เห็นว่า การศึกษาประกอบด้วย รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา และการใช้ตัวแบบ ที่ซึ่งการนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของละคร จะเป็นการถ่ายทอดสารอย่างเป็นระบบไปยังผู้รับชมตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาของละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ โดยการกำหนดรูปแบบการสื่อสาร การเรียงลำดับสาร และการดำเนินเรื่องผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ ยูทูป และเฟซบุ๊ก เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน เห็นด้วย คล้อยตาม และสนับสนุน การนำเสนอเนื้อหาที่ออกมาครอบคลุม ทำให้ผู้รับชมเกิดความสนใจ และเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และสามารถยืนยันแหล่งข้อมูลจากประวัติศาสตร์ล้านนาที่อ้างอิงได้ (อิริยาพร อุดทา, 2560); (Balakrishnan, J. & Griffiths, M. D., 2017) ทั้งนี้จากละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ มีการเรียงลำดับเนื้อหาโดยมีบทนำ โครงเรื่อง แก่นสำคัญเรื่องบทละครที่ผู้จัดละครได้มีการศึกษาประวัติศาสตร์มาก่อนจึงเข้าถึงเนื้อหา มีการจัดเรียงลำดับเรื่องได้ดี จึงมีการดำเนินเรื่องตามลำดับโดยการเชื่อมความสัมพันธ์ และ การนำไปสู่ข้อสรุปที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารละครที่แสดงออกมา (พจนานา นาวาวัฒน์, 2551); (Wakefield, R. & Wakefield, K., 2016) และการใช้แบบมีที่มาจากทฤษฎีปัญญาทางสังคม บุคคลไม่จำเป็นต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของตนเองเท่านั้น แต่ยังสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของบุคคลอื่นที่เผชิญสถานการณ์เดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคม และสิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยเฉพาะการสังเกตเรียนรู้ผ่านตัวแบบ ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแบบเชิงบุคคล เช่น คุณลักษณะของนักแสดง การแต่งตัว และเครื่องประดับ ให้ตรงกับข้อมูลที่คล้ายคลึงกับประวัติศาสตร์ล้านนา ซึ่งนักแสดงก็มาจากครูบาอาจารย์ ศิลปินผู้มีชื่อเสียง และผู้เชี่ยวชาญการต่อสู้ทางล้านนา เช่น พระเจ้ากาวิละ นางรำ และพม่ารามันด์ และ ตัวแบบเชิงสัญลักษณ์ เช่น การเตรียมความพร้อมของแสง สี เสียง เพลง และฉากการแสดง มีทีมผู้ผลิต ตัดต่อที่มีคุณภาพมาก ทำให้ละครออกมาสวยงาม เสมือนจริง ซึ่งสอดคล้องกับ ซีรเดซ ขึ้นประภาณุสรณ์ พบว่า ละครมีบทบาทหลัก คือ ให้ความบันเทิงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของชุมชน เสนอแนะการดำเนินชีวิต การวิพากษ์วิจารณ์ข้อเท็จจริงให้แก่สังคม และประสานความสัมพันธ์ให้บุคคลในสังคมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งนี้ยังส่งผลต่อค่านิยม และความเชื่อต่าง ๆ เช่น ครอบครัว ศาสนา การปกครอง และการศึกษาจึงทำให้เกิดความเสื่อมลงของความนิยม จำนวนผู้เข้าชมลดลง อิทธิพลจากสื่อมวลชน และความบันเทิงสมัยใหม่ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์ ซึ่งก่อให้เกิดข้อจำกัดของสื่อพื้นบ้านเกิดขึ้น (ซีรเดซ ขึ้นประภาณุสรณ์, 2538)

3. การเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

จากการศึกษาการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา โดยใช้ละครล้านนา ที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ แสดงให้เห็นว่า การเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ เป็นกลวิธีการนำเสนอทางวัฒนธรรมล้านนาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และกระจายเนื้อหาสารนำมาเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลทั่วไปที่มีความหลากหลายของช่วงวัยประกอบด้วย ช่องทาง คือ ช่องทางการสื่อสารมีหลายประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อใหม่ เป็นสื่อที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่เชื่อมต่ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ยูทูป และ เฟซบุ๊ก (นาวาวัฒน์ ลักนากุล, 2563); (Khan, M. L., 2017) รูปแบบ คือ วิธีการในการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ เช่น การแสดงละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ (ณัฐนิชา ทองทวี และคณะ, 2560) เวลา คือ รูปแบบเวลาที่ใช้ในการเผยแพร่สื่อออนไลน์ โดยการใช้สื่อผสมผสาน เช่น เสียงดนตรี ประกอบการแสดงละคร และความถี่ คือ จำนวนครั้งในการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ตามเวลาที่กำหนดไว้ ขึ้นอยู่กับงบประมาณในการสื่อสาร (พจนานา นาวาวัฒน์,

2551); (Wakefield, R. & Wakefield, K., 2016) การศึกษาประกอบด้วย การเผยแพร่สารวัฒนธรรมยังส่งผลสำคัญต่อการสืบทอดทางวัฒนธรรม และการนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วม เพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการผสมผสานทางด้านเทคโนโลยี อันส่งผลทำให้มีการเผยแพร่สารได้หลากหลาย และยังคงอยู่ของศิลปวัฒนธรรม การสืบทอดทางวัฒนธรรม เป็นวิธีการรักษา พัฒนาเพื่อรักษาอัตลักษณ์ของแบบแผนความคิด ความเชื่อ วิถีทาง และแนวทางปฏิบัติตนเอง โดยงานวิจัยนี้ คือ การรักษาอัตลักษณ์นาฏศิลป์ล้านนาที่เผยแพร่ผ่านยูทูป และเฟซบุ๊ก มิติของการสืบทอดทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ มิติบุคคล เช่น ประวัติพระเจ้ากาวิละ มิติพื้นที่ เช่น อนุสรณ์สถานพระเจ้ากาวิละ มณฑลทหารบกที่ 33 ที่เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ของล้านนา และมิติเวลา เช่น การเผยแพร่ประวัติศาสตร์ล้านนาให้ กับรุ่นสู่รุ่น (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2556) การนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วม เป็นการผสมผสานการผลิตสารเผยแพร่ข้ามสื่อโดยการนำสื่อเทคโนโลยีเข้ามาใช้ถ่ายทอดวัฒนธรรมนาฏศิลป์ล้านนาผ่านการเผยแพร่สารวัฒนธรรมผ่านยูทูป และเฟซบุ๊ก (Nongtong, N., 2008); (Khan, M. L., 2017) ส่งผลทำให้สามารถดูซ้ำ เข้าถึงและติดตามได้ง่าย และสามารถรับชมได้ทุกที่ ทุกภูมิภาค แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของความจุที่ใช้นำข้อมูลเข้าไปตามชนิดของ สื่อออนไลน์ที่นำมาใช้ และสิ่งที่สำคัญอีกข้อก็คือ ผู้เข้าชมส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ชื่นชอบในเรื่องประวัติศาสตร์ล้านนา หรือ ศึกษาด้านประวัติศาสตร์จะมีความเข้าใจเนื้อหาของละครทั้งหมด มากกว่าผู้ที่รับชมที่เป็นวัยรุ่นยุคสมัยใหม่ ที่ไม่มีความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับ Balakrishnan, J. & Griffiths, M. D. พบว่า ความพึงพอใจในเนื้อหาที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างเนื้อหา ในขณะที่ความพึงพอใจในเทคโนโลยี ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม นอกจากนี้ความพึงพอใจในสังคมมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับชมเนื้อหาใน ช่องยูทูป และการสร้างเนื้อหาในช่องยูทูป ผู้สร้างช่องมีผลต่อการติดตามช่องยูทูป มากกว่าการเป็นผู้รับชมเนื้อหาของช่องยูทูป (Balakrishnan, J. & Griffiths, M. D., 2017)

4. การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา

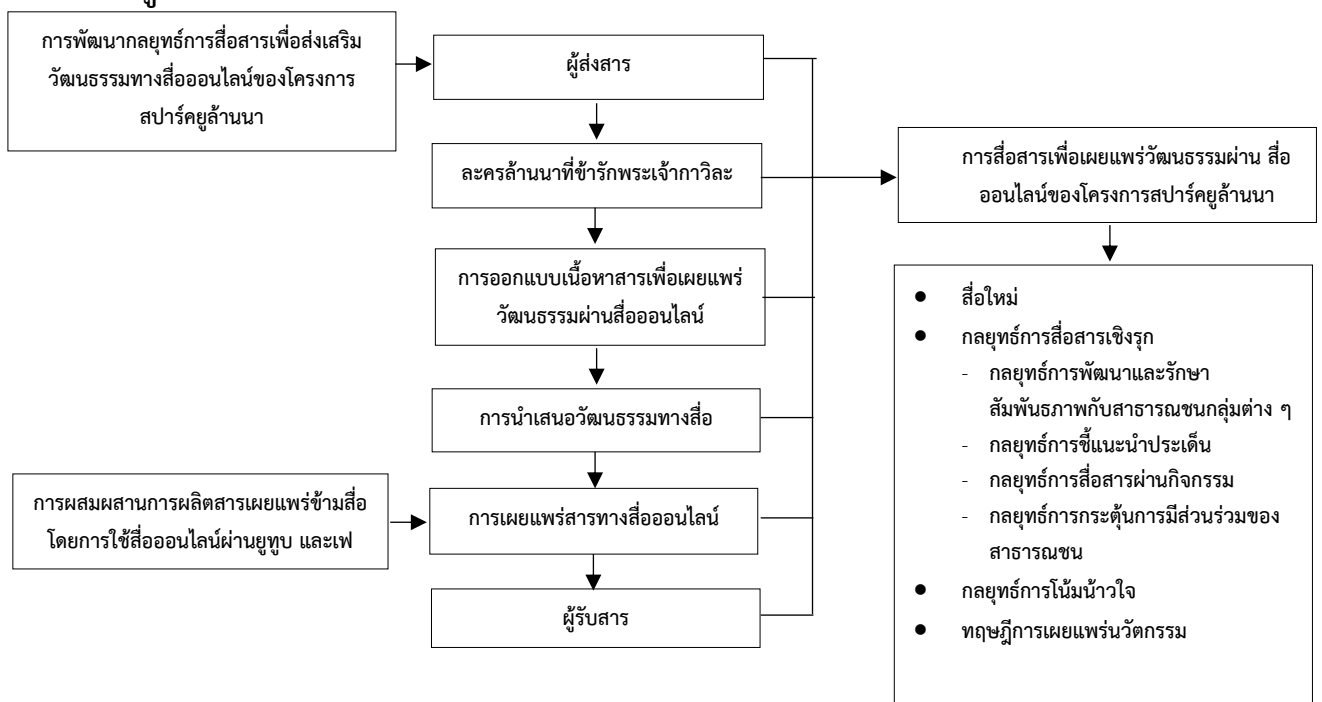
จากการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูล้านนา แสดงให้เห็นว่า ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนานโยบาย การออกแบบเนื้อหา การนำเสนอและเผยแพร่ และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา โดยการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่ โดยส่งเนื้อหาผ่าน ยูทูป และเฟซบุ๊ก เช่น การสืบสานภูมิปัญญาล้านนา เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ กระตุ้นการสร้างความร่วมมือ และสร้างสรรค์การแสดงละครล้านนาที่ซำรักพระเจ้ากาวิละ เพื่อปลูกจิตสำนึกรักเมืองเชียงใหม่ ระหว่างมณฑลทหารบกที่ 33 นักดนตรีล้านนา ช่างพ็อนรำ และช่างดาบ นักขับร้อง และศิลปินล้านนาในจังหวัดเชียงใหม่ ละครล้านนา ที่ซำรักพระเจ้ากาวิละ เป็นละครฟอร์มใหญ่ที่มีนักแสดงที่มีชื่อเสียง และศิลปินล้านนามากกว่า 200 คน เพื่อพยายามบอกเล่าประวัติศาสตร์ล้านนาในยุคสมัยพระเจ้ากาวิละ ด้วยการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านทางล้านนาได้อย่างสมบูรณ์แบบ และทรงคุณค่า ซึ่งมีผู้รับชมกว่า 1,000 คน และมีผู้รับชมผ่านช่องทางยูทูป และเฟซบุ๊กกว่า 5,000 คน ทั้งนี้ผลของการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์คยูล้านนา ควรสร้างการมีส่วนร่วมในแง่ของการจุดประกายความคิดการพัฒนากลยุทธ์ การสื่อสารเพื่อการออกแบบเนื้อหาสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ เป็นการออกแบบเนื้อหาสารถือเป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารที่มุ่งหวังให้ประชาชนได้เข้าใจความรู้ในการพัฒนาในการเมืองการปกครองท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในการนำละครล้านนาที่ซำรักพระเจ้ากาวิละ เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร และเผยแพร่วัฒนธรรม การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการนำเสนอวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ เป็นการนำเสนอในการนำความรู้ทางการเมืองเพื่อเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมในการนำละครล้านนาที่ซำรักพระเจ้ากาวิละมาถ่ายทอดความรู้ ประกอบกับการสร้างกลยุทธ์การนำเสนอทางการเมือง เพื่อกระตุ้นความตื่นตัว ความสนใจ การโน้มน้าวใจ และการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อความบันเทิง และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ เป็นการเผยแพร่เกิดขึ้นจากการร่วมกันระหว่างผู้ใช้ สื่อออนไลน์กับผู้รับชมละครล้านนาที่ซำรักพระเจ้ากาวิละทำให้เห็นคุณค่า หวังแทน และการรักษาสืบทอดให้ดำรงอยู่เพื่อกระตุ้นให้

ประชาชนลงมือปฏิบัติควบคู่กับการสนับสนุนจากภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือและมีส่วนร่วมให้มีการพัฒนาต่อไป การประชาสัมพันธ์ให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ที่คณะดำเนินงานโครงการสปาร์ควูล้านนา จัดทำขึ้นรวมทั้งขยายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ทั้งนี้ การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ ควรมีปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน ได้แก่

1. การวางแผนและการติดต่อประสานงาน ทั้งด้านการรวบรวมข้อมูล และการผลิตสื่อออนไลน์ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมล้านนา และกิจกรรมพัฒนาปลูกจิตสำนึกรัก เมืองเชียงใหม่

2. การสนับสนุนด้านงบประมาณที่เพียงพอ และต่อเนื่องในการจัดทำสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม ทั้งนี้การดำเนินงานด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม ประสบปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาเมืองเชียงใหม่ ขาดความต่อเนื่องและยั่งยืนของงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ และผู้สนับสนุน ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ มีบทบาทในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางด้านวัฒนธรรมโดยเฉพาะการศึกษานี้เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมล้านนา เพื่อให้สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมไปต่างเมือง ต่างภูมิภาคได้ และให้เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกช่วงวัย ทั้งนี้สอดคล้องกับ Bandyopadhyay, R. & Majumder, K. พบว่า ศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เป็นเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นจะไม่ค่อยเห็นความสำคัญ และเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อคนรุ่นใหม่อย่างมาก (Bandyopadhyay, R. & Majumder, K., 2012) ดังนั้น ประชาชนจึงจำเป็นต้องรักษาและเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรม โดยการพัฒนาระบบการจัดเก็บสารสนเทศทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของประชาชนในเบงกอลตะวันตก ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล เทคโนโลยีภาพและเสียง วิดีทัศน์ (Mallik, A. & Chaudhury, S. , 2011) รวมทั้งได้เสนอให้ประชาชนร่วมมือกับสถาบันวิจัย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์ระบบจัดเก็บสารสนเทศทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของประชาชน เพื่อสนับสนุนให้อนุชนทราบรากเหง้าของตนตลอดจนช่วยกันเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมอันมีค่าให้รับรู้กันอย่างกว้างขวาง และรักษามรดกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 แสดงแผนภาพองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย

การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์ควัฒนธรรมล้านนา พบว่า จะต้องประกอบไปด้วยการสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นข้อเสนอแนะต่อ การพัฒนา นโยบาย การออกแบบเนื้อหา การนำเสนอและเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ โดยการนำละครล้านนาที่ข้าราชการ เจ้ากาวิละ ซึ่งบอกถึงประเด็นเนื้อหาและสาระสำคัญ การคัดเลือก การแสดงออก และการสื่อภาษาของละคร โดยมีใจความสำคัญของการเล่าเรื่องจากละครประวัติศาสตร์ และความเป็นมาในอดีตของเมืองล้านนา การคัดเลือก เนื้อหารวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาข้อมูลจากประวัติศาสตร์ล้านนา และกำหนดคุณลักษณะของตัวละครที่มีความ เหมาะสมต่อการถ่ายทอดความรู้ให้ตรงกับเนื้อหาของละคร มีการกำหนดท่าทางการแสดงออกทางอารมณ์ด้าน เนื้อหา และสะท้อนให้เห็นถึงสภาพบรรยากาศการแสดงเสมือนจริง เพื่อเล่าเรื่องราวในสถานการณ์จากละคร ประวัติศาสตร์ เพื่อการส่งเสริมวัฒนธรรม คุณธรรม และความเชื่อที่แสดงให้เห็นในเรื่องละคร ทั้งนี้ยังส่งผ่าน ถึงผู้รับสาร หรือ ผู้รับชม โดยการเผยแพร่สารทางสื่อออนไลน์ โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ร่วมเพื่อผสมผสาน การผลิตสารเผยแพร่ข้ามสื่อ โดยการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านยูทูป และเฟซบุ๊ก ส่งผลทำให้เกิดสื่อใหม่เกิดขึ้น เพื่อใช้ในการ สืบทอดทางวัฒนธรรม และนำไปสู่การนำกลยุทธ์ การสื่อสารมาประกอบ คือ กลยุทธ์การพัฒนาและรักษาสัมพันธภาพกับสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ กลยุทธ์ การชี้แนะประเด็นกลยุทธ์การสื่อสารผ่านกิจกรรม กลยุทธ์การ กระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน และ กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ซึ่งใช้กลยุทธ์ที่มีความหลากหลายก่อให้เกิด ทฤษฎีการเผยแพร่วัฒนธรรม เพื่อนำเสนอข้อเท็จจริง และหลักของการปกครองเมือง และการรักถิ่นฐานบ้านเกิดที่ ได้จากละครนำมาประยุกต์ใช้กับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และมีการพัฒนาระบบสังคมการเมืองการปกครอง ท้องถิ่น รวมไปถึงภาครัฐ และ ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาท และยังเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารให้ทันตาม ยุคสมัย และช่วงอายุตามแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์ควัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น

สรุปและข้อเสนอแนะ

การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์ควัฒนธรรมล้านนา ประกอบไปด้วย การ ออกแบบเนื้อหาสาร การนำเสนอวัฒนธรรม การเผยแพร่สาร และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อส่งเสริม วัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ ซึ่งการใช้สื่อใหม่ โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วม เพื่อเป็นการผสมผสานข้ามสื่อโดยการ ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ยูทูป และเฟซบุ๊กนี้ช่วยสร้างการปลูกจิตสำนึกรักเมืองเชียงใหม่ และ การสืบสานวัฒนธรรม ล้านนาให้กับประชาชนบางกลุ่มที่สนใจในด้านวัฒนธรรมล้านนา และผู้ที่รู้เรื่องประวัติศาสตร์ แต่ในกลุ่มวัยรุ่นยุค ใหม่ อาจจะไม่ค่อยมีความเข้าใจในด้านวัฒนธรรมล้านนา ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการศึกษานี้ ข้อเสนอแนะในการวิจัย การออกแบบเนื้อหา และการนำเสนอวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ของโครงการสปาร์ควัฒนธรรมล้านนา มีรูปแบบ และ วิธีการที่ซับซ้อนมากกว่านี้ ด้วยการนำเสนอที่ปรากฏในการแสดงละครล้านนาที่ข้าราชการเจ้ากาวิละ จะเป็นใน เรื่องของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมล้านนาที่แสดงให้เห็นล้วนแล้วแต่มี เอกลักษณะเฉพาะตัวที่สื่อสารออกมา ทั้งนี้การออกแบบเนื้อหาสาร การนำเสนอ และการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อ ออนไลน์ ควรมีการเขียนบรรยายภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากล ในส่วนของการแสดงละคร เพิ่มเติม จึงช่วยให้ผู้ที่เข้ามาชมทั้งคนในประเทศไทย และชาวต่างชาติได้เข้าใจความหมาย และเนื้อเรื่องในละครที่ สื่อออกไปได้อย่างดี การเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในการถ่ายทอดการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมล้านนา รวมไปถึงประวัติศาสตร์ล้านนา ซึ่งล้วนแล้วมีความน่าสนใจ ทั้งการศึกษา การเรียนรู้ และ การค้นคว้า เพื่อพัฒนาต่อยอดด้านประวัติศาสตร์ล้านนา เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับศิลปวัฒนธรรมล้านนา และการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ ควรให้ผู้ที่ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ ทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม และ ผู้สนับสนุนเข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ วางแผน ค้นคว้า และกำหนดแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริม

วัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ ระหว่างประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อกำหนดแผนนำไปสู่การปฏิบัติ และติดตาม ประเมินผล การดำเนินงานได้อย่างสอดคล้องกับบริบททางด้านประเพณี สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ ผู้ดำเนินการจำเป็นต้องประสานความร่วมมือ และการขยายแนวร่วมทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อให้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม และทุกช่วงวัยให้มากขึ้น รวมไปถึงการแสวงหาแหล่งสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ต่อไป ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาเชิงลึกแบบมีโครงสร้างในการการออกแบบเนื้อหา และ การนำเสนอ การเผยแพร่ และการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมทางสื่อออนไลน์ของโครงการ สปาร์คยูลันนา ดังนั้นหากต้องการทราบข้อมูลความคิดเห็นที่มีความหลากหลาย ควรมีการวิจัย เชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจเพิ่มเติมควบคู่ไปด้วย เช่น การแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุด ทั้งกลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ทุกช่วงวัย เพื่อได้ข้อมูลในแง่มุมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริม สนับสนุนการเผยแพร่ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นต่อการนำไปประยุกต์ในด้านต่าง ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสปาร์คยูลันนา จังหวัดเชียงใหม่ สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) คณะผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ รวมทั้งวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ คณะกรรมการและที่ปรึกษาในโครงการสปาร์คยูลันนา และผู้เกี่ยวข้องละครนาฏกรรม อิงประวัติศาสตร์ล้านนาทุกท่านที่เอื้อเฟื้อข้อมูล และสนับสนุนให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- เกศสุดา สิทธิสันติกุล และคณะ. (2562). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมเมืองเชียงใหม่อย่างมีส่วนร่วม โครงการ Spark U เชียงใหม่ ปฏิบัติการเปลี่ยนเมือง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 11(2), 290-301.
- ณัชชา ศิริธรรณาร. (2564). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2556). การสืบทอดทางวัฒนธรรม (cultural inheritance) ที่ประสบความสำเร็จ. เรียกใช้เมื่อ 20 ธันวาคม 2556 จาก <http://nattawats.blogspot.com/2013/04/cultural-inheritance.html>
- ณัฐนิชา ทองทวี และคณะ. (2560). รูปแบบการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบิวตี้บล็อกเกอร์ยอดนิยม 4 อันดับแรกของไทยบนสื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 5(2), 1-10.
- ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์. (2538). การวิเคราะห์บทบาทและค่านิยมในสื่อพื้นบ้าน "ละครเสภาขุนช้างขุนแผน". ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวรรตน์ ลักคานกุล. (2563). ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจผ่านแอปพลิเคชัน TikTok. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจนานภา นาวาวัฒน์. (2551). การออกแบบสารในการรณรงค์ลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางสื่อมวลชนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัน นิลพันธ์ุ ฉัตรไชยยันต์. (2558). การสร้างอัตลักษณ์ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมบนโทรศัพท์มือถือ. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 1(1), 1-10.

- ศิริพร กิจประกอบ. (2558). “ก้านันสุเทพ” ในฐานะนักร้องสื่อสารรณรงค์ทางการเมืองจากมุมมองของนักข่าวสายการเมือง นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และด้านรัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ยอดมาลา พับลิชชิงจำกัด.
- ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่และศูนย์ศิลปวัฒนธรรม. (2538). ตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ฉบับ เชียงใหม่ 700 ปี. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง.
- ศูนย์ศึกษาเอกสารโบราณ (ศ.อ.บ.). (2559). ตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่ ฉบับนักเรียน นักศึกษาและประชาชน. เชียงใหม่: บริษัท ทรีโอ แอดเวอร์ไทซิง แอนด์ มีเดีย จำกัด.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อิริยาพร อุดทา. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพออนไลน์ผ่านสื่อเฟซบุ๊กของโรงพยาบาลพญาไทย. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 5(2), 146-156.
- Balakrishnan, J. & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube? *Journal of Behavioral Addictions*, 6(3), 364-377.
- Bandyopadhyay, R. & Majumder, K. (2012). Organizing traditional knowledge for inclusive development: Role of libraries. *BanglajOL*, 2(1), 5-11.
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66(1), 236-247.
- Mallik, A. & Chaudhury, S. (2011). Preserving the intangible heritage of Indian classical dance. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*, 2(1), 1-24.
- Nongtong, N. (2008). *Kān sū'asān kāntalāt bæp wairat khoṅg trāsīn khā dīthæk*. In Master's thesis Viral marketing communication of Dtac brand. Thepsatri Rajabhat University.
- Schiavo, R. (2014). *Health Communication: From Theory to Practice* (2nd ed.). New York: Jossey-Bass.
- Wakefield, R. & Wakefield, K. (2016). Social media network behavior: A study of user passion and affect. *Journal of Strategic Information Systems*, 25(2), 140-156.