

ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อ: เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ*

MEDIA CREATION ARTS: MEDIA TO REVITALIZE THE IMAGE OF THE KOH TAO AREA IN SURAT THANI PROVINCE FROM THE CRIME OF FOREIGN TOURISTS

วันวิสาข์ พรหมจัน*, พชชนันท์ บุญช่วย

Wanwisa Promjeen*, Poschanan Boonchuai

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ นครปฐม ประเทศไทย

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom, Thailand

*Corresponding author Email: wanwisa.pro@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ศึกษาเครื่องมือและกลยุทธ์ศิลปะในการสร้างสรรค์และใช้สื่อ และ 2) พัฒนากลยุทธ์และศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อในการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ ใช้การสร้างสรรค์ศิลปะ-วิจัย โดยการวิจัยทฤษฎีฐานราก เพื่อนำเสนอเป็นทฤษฎีที่เป็นกรอบแนวคิด อธิบายกระบวนการของเหตุการณ์ในประเด็นที่วิจัย และสรุปผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าหลังจากเหตุการณ์อาชญากรรมจำเป็นต้องใช้การผสมผสานของเครื่องมือและกลยุทธ์ศิลปะและสื่อในการสร้างสรรค์ โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่เชิงบวกและดึงดูดใจ การทำงานร่วมกับชุมชน และการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง การวางแผนและดำเนินการอย่างรอบคอบจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาที่เกาะเต่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเชื่อมโยงเรื่องราวให้เนื้อเรื่องในแอนิเมชัน การ์ตูนเล่ม และเกมกระดานมีการเชื่อมโยงกัน โดยอาจมีตัวละครและเหตุการณ์ที่ปรากฏในทุกสื่อ ทำให้ผู้ชมและผู้เล่นรู้สึกถึงความต่อเนื่องของเรื่องราว โดยการผสมผสานเรื่องราวที่น่าติดตาม ยิ่งไปกว่านั้น การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และการทำงานร่วมกับศิลปินและนักสร้างสรรค์ วิธีการเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความน่าสนใจให้กับเกาะเต่าและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้ง และ 2) การพัฒนางานศิลปะและสื่อในการสร้างสรรค์สื่อโดยใช้รูปแบบการเล่าเรื่องผ่านแอนิเมชัน การ์ตูนเล่ม และเกมกระดาน สามารถสร้างความสนใจและการรับรู้ในเชิงบวกให้กับเกาะเต่า อันจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาที่เกาะเต่าได้อีกครั้ง

คำสำคัญ: ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อ, การเล่าเรื่องข้ามสื่อ, การฟื้นฟูภาพลักษณ์, อาชญาวิทยา, ชุมชนท้องถิ่นเกาะเต่า

Abstract

This research aimed to 1) Analyze and study the tools and artistic strategies for creating and utilizing media and 2) Develop strategies and artistic techniques for media creation to restore the image of Koh Tao, Surat Thani Province, following a criminal case involving foreign

tourists. The study employed a systematic qualitative research method, using art-creation research and grounded theory to present a conceptual framework that explains the process and outcomes of the research topic. The research findings revealed that 1) Restoring the image of Koh Tao after the crime incident required a combination of artistic tools and media strategies, focusing on creating positive and appealing content, collaborating with the local community, and utilizing online media to disseminate information and raise awareness on a broader scale. Careful planning and execution helped build trust and attract tourists back to Koh Tao effectively. Additionally, integrating storytelling across multiple platforms, such as animation, comic books, and board games, where characters and events appeared in all media, gave audiences and players a sense of connection to a unified narrative. The incorporation of engaging storylines, new technologies, and collaboration with artists and creators further strengthened the appeal of Koh Tao, helping to restore confidence and draw tourists back. Moreover, 2) The development of strategies and artistic media creation through storytelling in animations, comic books, and board games successfully generated interest and positive awareness for Koh Tao, enhancing its image and attracting tourists to return.

Keywords: Media Creation Arts, Transmedia Storytelling, Image Revitalization, Criminology, Koh Tao Local Communities

บทนำ

เกาะเต่าถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย และมีชื่อเสียงด้านดำน้ำ ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยว เป็นการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและประเทศเป็นจำนวนมาก จากการศึกษา พบว่า มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาเกาะเต่า จำนวน 547,710 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 92,727 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 454,983 คน ข้อมูลดังกล่าวย่อมแสดงให้เห็นว่าเกาะเต่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจสูง ซึ่งสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและประเทศได้ไม่น้อย รายได้จากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ใน พ.ศ. 2559 มีจำนวน 63,990 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นจาก 53,965 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2558 หรือคิดเป็นร้อยละ 18.57) ส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน คือ 15,145 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2559 (เพิ่มขึ้นจาก 14,088 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2558 หรือคิดเป็นร้อยละ 7.50) (สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2561) กระแสการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาสถานที่ต่าง ๆ บนเกาะเต่าเจริญมากขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวและสร้างรายได้อย่างมหาศาล แต่ยังมีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) แต่อย่างไรก็ตาม นับจากที่ได้มีการฆาตกรรมนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ เมื่อ พ.ศ. 2557 (เอ็นไอโรเซล (ประเทศไทย), 2557) บริษัท เอ็นไอโรเซล (ประเทศไทย) จำกัดได้สำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวยุโรป รวมถึงนักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษ จำนวน 1,835 คน จากเหตุการณ์ดังกล่าวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษทราบข่าวร้อยละ 94 ส่วนนักท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ในยุโรป ทราบข่าวร้อยละ 73 มีผลทำให้นักท่องเที่ยวร้อยละ 39 ที่ทราบข่าวชะลอการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย สื่อเดลิเมล์ของอังกฤษได้ประโคมข่าวเรื่อง อันตรายของการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีการเปิดเผยข้อมูลสำคัญจากกระทรวงการต่างประเทศของสหราชอาณาจักรเปิดเผยว่าตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ จำนวนถึง 11 คน ได้ถูกฆาตกรรมในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีคดีเพิ่มขึ้นอีก 11 คดี การทำร้ายร่างกาย 6 คดี และมีชาวอังกฤษที่ถูกนำตัวไปยังโรงพยาบาลด้วยสาเหตุต่าง ๆ จำนวน

267 คน ทำให้นักท่องเที่ยวยุโรปชะลอการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่าเป็นจำนวนมาก ในการที่ชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเต่าเป้าหมายที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การจัดปาร์ตี้ฟูลมูน ซึ่งในช่วงเทศกาลจัดปาร์ตี้ฟูลมูนอาจทำให้เกิดปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตร่างกายและทรัพย์สิน ปัญหาด้านยาเสพติดตามมา เหตุการณ์ที่เกาะเต่าและการเปิดเผยข้อมูลอาชญากรรมด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อต่าง ๆ ทั่วโลกนำมาซึ่งภาพลักษณ์ทางลบเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความไม่มั่นใจต่อมาตรการรักษาความปลอดภัยของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายซึ่งย่ำแย่และขาดประสิทธิภาพจนคดีสะเทือนขวัญจำนวนหลายคดียังไม่ได้รับการสะสาง อาชญากรผู้ก่อเหตุยังคงไม่ถูกจับกุมและดำเนินคดี (Thaihealthreport, 2558) จากสถิติคดีอาญาของสถานีตำรวจภูธรเกาะเต่าในปีงบประมาณ 2558 มีคดีเกี่ยวกับชีวิตร่างกายและเพศ จำนวนรับแจ้ง 14 คดี ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 8 คดี และคดีเกี่ยวกับยาเสพติดทั้งผลิต ครอบครอง จำหน่ายและอื่น ๆ ปีงบประมาณ 2558 จำนวน 114 ราย ปีงบประมาณ 2559 จำนวน 428 ราย (สถานีตำรวจภูธรเกาะเต่า, 2558)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (แอตต้า) ในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง ต่างออกมาแสดงความเป็นห่วงต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่อาจได้รับผลกระทบจากภาพลักษณ์ทางลบต่อเหตุอาชญากรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่เกาะเต่า ปัญหาจากสถานที่เกิดเหตุ จากกรณีนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ 2 ราย ถูกทำร้ายร่างกายจนเสียชีวิต (สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) ประกอบกับในช่วงปี 2557 ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยมีจำนวนลดลงจากปัจจัยภายนอกที่เป็นผลกระทบจากการตกต่ำของภาวะเศรษฐกิจโลก รวมถึงปัจจัยภายในประเทศ อันได้แก่ การประกาศใช้กฎอัยการศึกทุกพื้นที่จนรัฐบาลภายใต้การนำของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ต้องกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราประเภทนักท่องเที่ยว (Tourist Visa) ที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเปเป็นเวลา 3 เดือน ในช่วงเดือนสิงหาคม-ตุลาคม 2557 (สถาบันวิจัยและประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558) เป็นต้น ในระหว่างปี 2557 - 2561 งานสืบสวนสอบสวนของเจ้าหน้าที่คือช่องโหว่ที่ทำให้เกิดอาชญากรรมอย่างน้อย 7 ครั้ง ในรอบ 4 ปีที่ผ่านมา โดยมีทั้งที่ตัดสินไปแล้ว และอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาล หากพิจารณาเฉพาะกรณีที่มีการเสียชีวิตแบบไม่เป็นธรรมชาติของชาวต่างชาติ ในช่วงเวลา 4 ปีที่ผ่านมา จะพบว่า “หาดทรายรี” เป็นจุดหนึ่งที่เกิดเหตุกับชาวต่างชาติอย่างน้อย 7 กรณี (BBC NEWS ไทย, 2561) ซึ่งปัญหาอาชญากรรมที่เกาะเต่า สร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งผลกระทบในหลายด้าน เช่น เศรษฐกิจท้องถิ่นที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลักได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลง เพราะนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นลดลง ทำให้การจองห้องพัก กิจกรรมดำน้ำ และบริการต่าง ๆ ลดลง ซึ่งกระทบต่อธุรกิจในพื้นที่ และนำไปสู่การเลิกจ้างและปัญหาการว่างงาน การลงทุนในท้องถิ่นก็ลดลง เพราะนักลงทุนกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย ส่งผลให้เศรษฐกิจหดตัวอย่างรุนแรง นอกจากนี้ ยังเกิดผลกระทบทางสังคมชาวบ้านประสบปัญหารายได้ลดลง นำไปสู่ความยากจน และความเครียดในชุมชน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดอาชญากรรมเพิ่มขึ้น รวมทั้งความแตกแยกในชุมชนจากการวิพากษ์วิจารณ์เชิงลบเกี่ยวกับเกาะเต่า นอกจากนี้ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจยังทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นเสื่อมโทรม

การฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าจำเป็นต้องเน้นการพัฒนาการรักษาความปลอดภัยที่เข้มแข็ง พร้อมประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีจุดเด่น จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ และทำให้เกาะเต่าฟื้นตัวทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งแนวทางในการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่าจากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น ควรมีก掖ยุทธ์การใช้สื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการ



ป้องกันการกระทำความผิดซ้ำ การเฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยงที่มีโอกาสกระทำความผิด การลดโอกาสการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมและการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพ การฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่โดยใช้กลยุทธ์ศิลปะสร้างสื่ออย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นแนวทางหรือกรอบในการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถป้องกันอาชญาวิทยาสามารถนำกลยุทธ์ศิลปะการสร้างสื่อที่ได้จากงานวิจัย ซึ่งจะเป็นแนวทางหรือกรอบการฟื้นฟูภาพลักษณ์อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้กลยุทธ์การใช้สื่อควรจะมีการสร้างความร่วมมือทั้งภาคเอกชนและภาคประชาสังคมในการนำไปปฏิบัติจึงจะทำให้สามารถฟื้นฟูภาพลักษณ์การท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะในพื้นที่เกาะเต่า เพื่อความยั่งยืนและสังคมปลอดภัยจากอาชญาวิทยา ผู้วิจัยได้ศึกษา และพบว่า การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เป็นกลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหาที่สำคัญในการผลิตสื่อยุคดิจิทัล และสื่อคอนเวอร์เจนท์ ที่ทุกการสื่อสารมาจากหลายช่องทาง ด้วยวิธีการเล่าเรื่องที่หลากหลาย และสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในการรับรู้ เพื่อเจาะกลุ่มคนที่หลากหลายแตกต่างกัน (Jenkins, H., 2021) Transmedia Storytelling นิยามเป็นคำไทยว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” ด้วยเหตุผลที่กระบวนการสื่อสารเป็นการออกแบบการเล่าเรื่อง การใช้สื่อ และการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารเพื่อให้เกิดการเดินทางไปยังเนื้อหาจำนวนมาก ที่สร้างขึ้นอย่างมีแก่นเรื่องเชื่อมโยงกัน กระบวนการรับสื่อของผู้รับสารเป็นการประกอบต่อ “ประสบการณ์การรับรู้” การเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เลือกจากเป้าหมายการสื่อสารเพื่อให้เกิดกระบวนการ “รู้สึก” ไปสู่ “การคิด” และกระตุ้นไปถึงการ “ลงมือทำ” ตามเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดผลจากกระบวนการสื่อสาร การออกแบบกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ จะเน้นให้คนต่อร้อยประสบการณ์จากสื่อหนึ่ง จากเรื่องราวหนึ่ง จากแพลตฟอร์มหนึ่ง ไปยังเรื่องอื่น ๆ เหมือนการต่อจิ๊กซอว์ที่เมื่อเดินทาง “ข้ามสื่อ” จนครบ จะได้ประสบการณ์ต่อเรื่องราวที่สมบูรณ์ที่สุด สื่อและเรื่องราวที่ผลิตในกระบวนการสื่อสารกระตุ้นประสบการณ์การรับรู้ในหลากหลายรูปแบบ และเน้นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม ให้ผู้รับสารกำหนดการรับรู้เลือกประสบการณ์ และต่อยอดประสบการณ์ในโลกเนื้อหาสู่ชีวิตจริงได้ ดังนั้น คำว่า Transmedia Storytelling เป็นภาษาไทยด้วยคำว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” สะท้อนกระบวนการสื่อสารที่เน้นการเดินทางไปยังช่องทางสื่อต่าง ๆ เพื่อเก็บประสบการณ์การรับรู้ให้สมบูรณ์ (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2561)

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นในการสร้างสรรค์ผลงานสื่อที่ครอบคลุมถึงการฟื้นฟูภาพลักษณ์การป้องกันตนเองของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน เพื่อให้ทุกฝ่ายทราบถึงแนวทางปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดเหตุอาชญากรรม ทั้งนี้การฟื้นฟูภาพลักษณ์ชุมชนในพื้นที่ควรตระหนักถึงความรับผิดชอบร่วม ในการสอดส่องพฤติกรรมของผู้กระทำความผิด เพราะอาชญาวิทยาอยู่ในบริบทของสังคม และมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ ของสังคม ดังนั้นการดำเนินการตามกรอบแนวคิดงานวิจัย จึงต้องมีการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรม ผู้กระทำความผิด เหยื่อ และชุมชน อันจะนำมาเป็นทางในการแก้ไขและปรับปรุงปัญหาให้มีความสอดคล้องกับแนวทางของภาครัฐ และสามารถคุ้มครองนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศึกษาเครื่องมือและกลยุทธ์ศิลปะในการสร้างสรรค์และใช้สื่อเพื่อการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์และศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อในการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสร้างสรรคศิลปะ-วิจัย (Practice-Based Research) การทำงานสร้างสรรค์โดยให้การปฏิบัติเป็นเครื่องมือนำไปสู่ความรู้ใหม่ในสาขานั้น ๆ ทั้งนี้จะเน้นถึงความรู้ที่ได้จากกระบวนการศึกษาและสร้างสรรค์ ที่แสดงออกด้วยความเป็นเอกลักษณ์ของผลงาน (Originality) หรือการพัฒนาความรู้ในการปฏิบัติงาน

สร้างสรรค์ในสาขาศิลปะการออกแบบ โดยใช้การวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Study) การวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Study) เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจและรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) ใน 4 กลุ่ม ได้แก่ Comic Books, Feature Films, Video Games และ Web Video Series จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลและร่างกรอบแนวคิดสำหรับประเมินรูปแบบการสร้างสรรค์ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน จะประเมินความเหมาะสมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่เกาะเต่า จำนวน 7 คน

ระยะที่ 2 ขั้นวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์รหัส (Coding) ในการแยกแยะข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากนั้นแยกข้อมูลออกเป็นรหัส (Open Coding, Axial Coding และ Selective Coding) เพื่อนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมศิลป์ที่บูรณาการข้ามช่องทางสื่อหลากหลาย

ระยะที่ 3 นำข้อมูลที่สังเคราะห์เป็นต้นแบบการสร้างสรรค์ผลงาน

หลังจากสรุปข้อมูลและวิเคราะห์ได้แนวคิด ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบสื่อสำหรับพื้นที่ฟูภาพลักษณ์เกาะเต่าผ่านการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง จากนั้นจึงทดลองสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบการ์ตูนและแอนิเมชันทั้งภาษาไทยและอังกฤษ และประเมินคุณภาพผลงานกับผู้เชี่ยวชาญ

ระยะที่ 4 ประเมินผลและสรุปผลการทดลอง

การประเมินความเหมาะสมของ ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อฯ

1. นำผลงานศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อฯ ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นให้ผู้มีความเกี่ยวข้องกับปัญหา ในพื้นที่เกาะเต่าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กลุ่มที่ 1 ประเมินความเหมาะสม จำนวน 7 ท่าน โดยการเข้าไปพบที่ละท่าน
2. นำผลงานศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อฯ ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นให้ผู้มีความเกี่ยวข้องกับปัญหา ในพื้นที่เกาะเต่าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กลุ่มที่ 2 ประเมินความเหมาะสม จำนวน 7 ท่าน โดยการเข้าไปพบที่ละท่าน และตัวแทนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 30 คน
3. นำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้มีความเกี่ยวข้องกับปัญหา ในพื้นที่เกาะเต่าหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) มาปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งได้รูปแบบที่สมบูรณ์
4. นำผลงานสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ให้กลุ่มตัวอย่างที่ 3 นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้รับชมผลงาน สำหรับใช้ในการศึกษา การออกแบบศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อฯ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มเป้าหมายผู้ชมผลงานต้นแบบ เพื่อให้ได้คำตอบโดยตรงจากกลุ่มเป้าหมาย ตรงตามเป้าหมายของการประเมิน และการได้รับความร่วมมือในการตอบแบบประเมิน กำหนดจำนวนผู้ให้ความร่วมมือ ตอบแบบประเมินและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เรียบร้อยแล้วสมบูรณ์ 365 ชุด เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อ: เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติครั้งนี้ สามารถสรุปผลให้เห็นภาพตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้



1. เพื่อวิเคราะห์ศึกษาเครื่องมือและกลยุทธ์ศิลปะในการสร้างสรรค์และใช้สื่อเพื่อการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ต้องใช้วิธีการที่สร้างสรรค์และมีความหลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจและเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้ชม การใช้สีและภาพลักษณ์ การเลือกใช้สี ใช้สีที่สดใสและสีธรรมชาติ เช่น สีฟ้าของท้องฟ้าและทะเล สีเขียวของต้นไม้ เพื่อสร้างความรู้สึกสงบและปลอดภัย การใช้สีที่สื่อถึงความสดชื่นและพลังงาน เช่น สีเหลืองและสีส้ม เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นมิตร การออกแบบภาพลักษณ์ การใช้ภาพถ่ายและภาพวาดที่สวยงามของทัศนียภาพธรรมชาติและกิจกรรมที่น่าสนใจบนเกาะเต่า เช่น ดำน้ำ ชมพระอาทิตย์ตกดิน และวิถีชีวิตของชุมชน การสร้างกราฟิกและภาพวาดที่เป็นเอกลักษณ์ของเกาะเต่า เช่น สัตว์ทะเล ปะการัง และอาคารทรงไทย การเล่าเรื่อง (Storytelling) การสร้างเนื้อเรื่องที่ดึงดูดใจผ่านตัวละครที่หลากหลาย เล่าเรื่องที่มีการผจญภัยและการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ บนเกาะเต่า ผ่านตัวละครที่น่าสนใจและมีความสัมพันธ์กับผู้ชม การเน้นเรื่องราวของชุมชนและความพยายามในการฟื้นฟูพื้นที่หลังเหตุการณ์อาชญากรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ชม การใช้การเล่าเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ การทำวิดีโอสารคดีหรือแอนิเมชันที่บอกเล่าเรื่องราวของเกาะเต่า ทั้งในแง่ภูมิของที่สวยงามและความพยายามในการฟื้นฟู การเขียนบทความหรือบล็อกที่เล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ติดบนเกาะเต่า จากมุมมองของนักท่องเที่ยวจริง ๆ การใช้เสียงและดนตรี การเลือกใช้ดนตรี การใช้ดนตรีที่มีความไพเราะและสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เช่น ดนตรีแนวอะคูสติค ดนตรีบรรเลงที่เน้นเสียงธรรมชาติ การใช้ดนตรีที่มีจังหวะและพลังงานเพื่อกระตุ้นความตื่นตัวและความสนุกสนาน เช่น ดนตรีแนวเร็กเก้หรือดนตรีพื้นบ้าน การใช้เสียงของธรรมชาติ เช่น เสียงคลื่นทะเล เสียงนก ร้อง เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศที่สมจริงและผ่อนคลาย การบันทึกเสียงจากกิจกรรมต่าง ๆ บนเกาะเต่า เช่น เสียงการดำน้ำ เสียงการทำกิจกรรมของชุมชน การใช้เกมกระดาน การสร้างเกมกระดานที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการผจญภัยและการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ บนเกาะเต่า เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มคนรุ่นใหม่ การทำงานร่วมกับชุมชน การจัดนิทรรศการและกิจกรรมศิลปะร่วมกับชุมชน โดยเชิญนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนมาร่วมงาน การจัดกิจกรรมศิลปะที่ให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม

สรุป การฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าหลังจากเหตุการณ์อาชญากรรมจำเป็นต้องใช้การผสมผสานของเครื่องมือและกลยุทธ์ศิลปะและสื่อในการสร้างสรรค์ โดยเน้นการสร้างเนื้อหาที่เชิงบวกและดึงดูดใจ การทำงานร่วมกับชุมชน และการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง การวางแผนและดำเนินการอย่างรอบคอบจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาที่เกาะเต่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

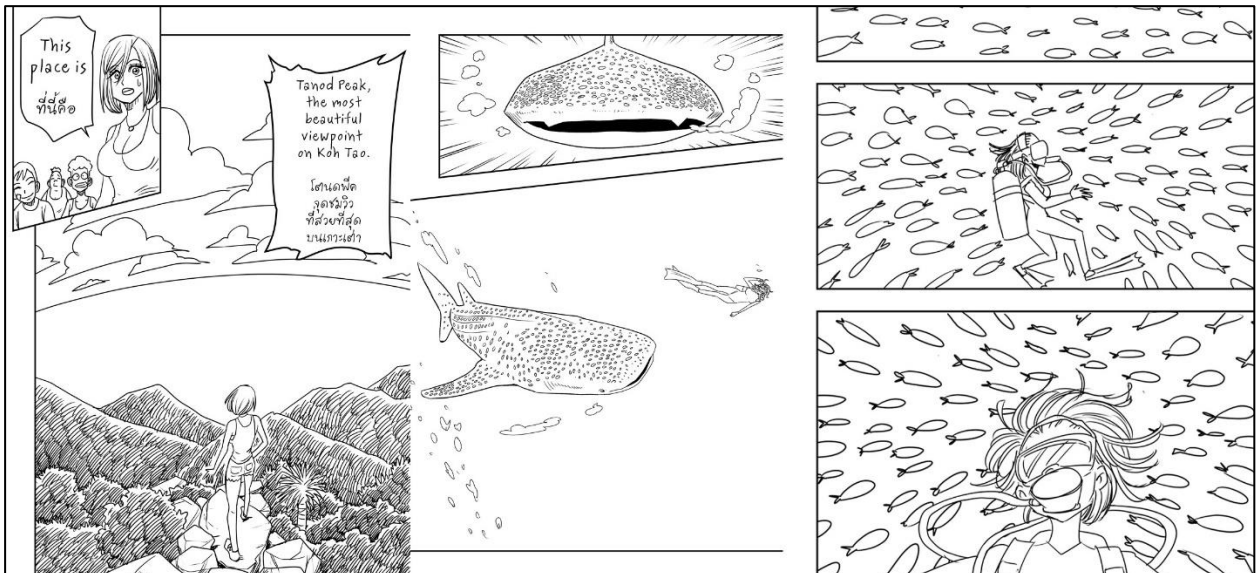
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์และศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อในการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ การใช้การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าจากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถสร้างสรรค์ในรูปแบบแอนิเมชันการ์ตูนเล่ม และเกมกระดานได้ ดังนี้

แอนิเมชัน 2 มิติ ระยะเวลา 22 นาที โดย เนื้อเรื่อง สร้างเรื่องราวที่มีตัวละครหลักเป็นนักท่องเที่ยวหรือชาวบ้านที่มีประสบการณ์ที่น่าจดจำในเกาะเต่า เน้นการผจญภัย การค้นพบ และมิตรภาพ โดยมีการผสมผสานเรื่องราวที่เกี่ยวกับการเอาชนะอุปสรรคและการฟื้นฟูพื้นที่หลังจากเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ การสร้างตัวละครพัฒนาตัวละครที่หลากหลายและน่ารัก เช่น นักท่องเที่ยวที่กล้าหาญ ชาวบ้านที่เป็นมิตร และสัตว์ทะเลที่มีเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความรักใคร่จากผู้ชม สถานที่ใช้ฉากทัศนียภาพที่สวยงามของเกาะเต่า เช่น ชายหาด ปะการัง และวิถีชีวิตประจำวันของชุมชน เพื่อแสดงถึงความงามและความสงบสุขของพื้นที่



ภาพที่ 1 แอนิเมชัน 2 มิติ (2D Animation) “Stay Safe On Kho Tao” สร้างสรรค์โดยผู้วิจัย

การ์ตูนเล่ม (Comic Strip) จำนวน 78 หน้า เนื้อเรื่องเล่าเรื่องราวที่มีหลายมิติ โดยเน้นการผจญภัย การค้นพบ และการฟื้นฟู ซึ่งอาจมีการสำรวจเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ของเกาะเต่า การสืบสวนและการแก้ไขปัญหาในท้องถิ่น หลังจากเหตุการณ์อาชญากรรมที่เกิดขึ้น การออกแบบภาพใช้ภาพวาดที่มีรายละเอียดและสวยงาม เพื่อดึงดูดผู้อ่านและสร้างบรรยากาศที่เสมือนจริงและน่าติดตาม โครงสร้างจัดทำเป็นการ์ตูนเล่มที่มีหลายตอน เพื่อให้เรื่องราวมีความลึกซึ้งและสามารถติดตามต่อเนื่องได้ พร้อมกับการใช้ภาพที่สวยงามและการเล่าเรื่องที่ น่าตื่นเต้น



ภาพที่ 2 การ์ตูนเล่ม (Comic Strip) “Stay Safe On Kho Tao” สร้างสรรค์โดยผู้วิจัย

เกมกระดาน (Board Game) แนวคิดของเกมออกแบบเกมกระดานที่เน้นการผจญภัยและการฟื้นฟู โดยผู้เล่นต้องร่วมมือกันเพื่อสำรวจและแก้ไขปัญหาบนเกาะเต่า เช่น การฟื้นฟูธรรมชาติ การสร้างความสัมพันธ์กับ



ชุมชน และการค้นพบสมบัติที่ซ่อนอยู่ กฎกติกาสร้างกฎกติกาที่เน้นการทำงานร่วมกัน (Cooperative Gameplay) เพื่อให้ผู้เล่นรู้สึกถึงความสามัคคีและการทำงานร่วมกันในการแก้ไขปัญหา การออกแบบใช้การออกแบบที่มีความสวยงามและสร้างสรรค์ โดยใช้ภาพวาดและองค์ประกอบที่สื่อถึงความงดงามของเกาะเต่า และเรื่องราวที่น่าติดตาม



ภาพที่ 3 เกมกระดาน (Board Game) “Stay Safe On Kho Tao” สร้างสรรค์โดยผู้วิจัย

การผสมผสานข้ามสื่อ การเชื่อมโยงเรื่องราวให้เนื้อเรื่องในแอนิเมชัน การ์ตูนเล่ม และเกมกระดานมีการเชื่อมโยงกัน โดยอาจมีตัวละครและเหตุการณ์ที่ปรากฏในทุกสื่อ ทำให้ผู้ชมและผู้เล่นรู้สึกถึงความเป็นหนึ่งเดียวของเรื่องราว

การโปรโมตข้ามสื่อใช้การโปรโมตที่ผสมผสานระหว่างสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการตื่นตัวและการรับรู้ในวงกว้าง เช่น การปล่อยตัวอย่างแอนิเมชันในช่วงที่เผยแพร่การ์ตูนเล่ม หรือการแจกเกมกระดานเป็นส่วนหนึ่งของการโปรโมตแอนิเมชัน

สรุป การใช้การเล่าเรื่องข้ามสื่อบนพื้นที่เกาะเต่าจากคิอาชญากรรมนักท่องเที่ยวยาวต่างชาติในรูปแบบแอนิเมชัน การ์ตูนเล่ม และเกมกระดาน สามารถสร้างความสนใจและการรับรู้ในเชิงบวกให้กับเกาะเต่า โดยการผสมผสานเรื่องราวที่น่าติดตาม การออกแบบที่สร้างสรรค์ และการโปรโมตที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาที่เกาะเต่าได้อีกครั้ง นอกจากนี้ผลงานแอนิเมชันควรมีระยะเวลาในการนำเสนอที่ยาวพอสมควร เพื่อให้ผู้ชมสามารถซึมซับความงดงามของธรรมชาติและเนื้อหาได้มากขึ้น โดยงานวิจัยเรื่องนี้มีการสร้างสรรค์ผลงานแอนิเมชัน 2 มิติ จำนวน 22 นาที และการ์ตูนช่องจำนวน 78 หน้า ยิ่งไปกว่านั้นควรมีการต่อยอดงานวิจัยนี้ไปยังพื้นที่อื่น ๆ ที่เคยเกิดเหตุอาชญากรรมเพื่อสร้างแนวทางฟื้นฟูภาพลักษณ์และการใช้สื่อที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

1. วิเคราะห์ศึกษาเครื่องมือและกลยุทธ์ศิลปะในการสร้างสรรค์และใช้สื่อเพื่อการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การใช้การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าจากคิอาชญากรรมนักท่องเที่ยวยาวต่างชาติ สามารถสร้างสรรค์ในรูปแบบแอนิเมชัน การ์ตูนเล่ม และเกมกระดานได้ ดังนี้ 1) แอนิเมชัน เนื้อเรื่อง เล่าเรื่องผ่านตัวละครหลัก เช่น นักท่องเที่ยวยาวหรือชาวบ้านที่ผจญภัยและฟื้นฟูเกาะ เน้นทัศนียภาพที่สวยงามและความสงบสุข 2) การ์ตูนเล่ม (Comic Strip) เนื้อ

เรื่องเล่าเรื่องราวที่มีหลายมิติ โดยเน้นการนำเสนอเรื่องราวการผจญภัยและการแก้ปัญหาในท้องถิ่น โดยใช้ภาพวาดที่มีรายละเอียดและสวยงาม และดำเนินเรื่องในหลายตอน 3) เกมกระดาน (Board Game) ออกแบบเกมที่ผู้เล่นร่วมมือกันฟื้นฟูเกาะและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน โดยเน้นการทำงานร่วมกัน (Cooperative Gameplay) 4) การผสมผสานข้ามสื่อ เชื่อมโยงตัวละครและเหตุการณ์ในทุกสื่อ เพื่อสร้างความต่อเนื่องและความเป็นหนึ่งเดียวในเรื่องราว และ 5) การโปรโมตข้ามสื่อ ใช้สื่อหลายช่องทางในการโปรโมต เช่น ปลอมตัวอย่างแอนิเมชันพร้อมกับการเผยแพร่การ์ตูนเล่ม และแจกเกมกระดานในการโปรโมต ซึ่งจากการสร้างสรรค์สื่อทางศิลปะเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าจากคดีอาชญากรรมดังกล่าว ต้องใช้วิธีการที่สร้างสรรค์และมีความหลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจและเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้ชม สอดคล้องกับ ธารม เชื้อสถาปนศิริ ได้ศึกษาเรื่อง เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia: Story-telling) การเล่าเรื่องข้ามสื่อ คือ เทคนิคการเล่าเรื่องที่ใช้ประโยชน์จากการแบ่งเรื่องออกเป็นส่วนใหญ่ย่อย ๆ และผลิตเรื่องราวส่วนใหญ่ย่อย ๆ นั้นนำเสนอผ่านช่องทางสื่อที่แตกต่างกัน โดยที่เรื่องทั้งหมดนั้นต่างก็มีส่วนที่เป็นเนื้อหาสมบูรณ์ในตัวมันเองหรือไม่ก็ได้ และเรื่องต่าง ๆ สามารถนำมารวมกันเป็นเรื่องเดียวกันได้ โดยผ่านประสบการณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของผู้ชมหรือผู้ใช้งานสื่อ การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (ธารม เชื้อสถาปนศิริ, 2558)

2. การพัฒนากลยุทธ์และศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อในการฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า การใช้กลยุทธ์เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) สามารถสร้างผลกระทบเชิงปฏิบัติได้จริง โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อปรับภาพลักษณ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ผลกระทบหลัก ได้แก่ 1) กระจายเนื้อหาหลายมุมมอง ใช้สื่อต่าง ๆ เช่น วิดีโอ บล็อก และ Social Media เพื่อนำเสนอเรื่องราวเชิงบวกเกี่ยวกับการฟื้นฟูธรรมชาติ ความปลอดภัย และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งช่วยลดภาพจำด้านลบ 2) สร้างการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีบทบาท เช่น การแชร์ประสบการณ์ หรือเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในพื้นที่ 3) เนื้อหาเชิงบวก เล่าเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่ดีในชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างความรู้สึกระหว่างเกาะและเชื่อมโยงกับผู้ชม 4) สร้างแรงบันดาลใจ นำเสนอเรื่องราวของนักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนที่ฟื้นตัวจากวิกฤต ซึ่งสามารถเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ชม 5) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การทำงานร่วมกันจะช่วยนำเสนอเรื่องราวที่จริง และสะท้อนการพัฒนาของชุมชน 6) จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ การจัดงานท้องถิ่นหรือแคมเปญเชิงอนุรักษ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ และ 7) ประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น การเล่าเรื่องข้ามสื่อยังสามารถปรับใช้ในพื้นที่ที่มีปัญหาอาชญากรรม โดยเน้นการฟื้นฟูและพัฒนาท้องถิ่นให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่

การใช้กลยุทธ์เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) ผ่านแอนิเมชัน การ์ตูน และบอร์ดเกมสามารถช่วยป้องกันความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของเกาะเต่าในอนาคต โดยหน่วยงานภาครัฐและชุมชนสามารถดำเนินการ ดังนี้ 1) สร้างเรื่องราวเชิงบวก นำเสนอเรื่องการฟื้นฟูและพัฒนาเกาะ เช่น ความปลอดภัยและความร่วมมือของชุมชน ผ่านสื่อเพื่อเสริมความเชื่อมั่น 2) สร้างแรงบันดาลใจ ถ่ายทอดเรื่องราวของคนท้องถิ่นที่มีบทบาทแก้ปัญหา เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว 3) ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านบอร์ดเกม พัฒนาเกมที่สอนการรับมือสถานการณ์เสี่ยงและการทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อใช้ในโรงเรียนและโปรโมตการท่องเที่ยวที่ปลอดภัย 4) ประชาสัมพันธ์ข้ามสื่อ ใช้แคมเปญการ์ตูนและแอนิเมชันเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย เช่น ครอบครัวและนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยเน้นเรื่องอนุรักษ์ธรรมชาติและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม 5) ขยายการเข้าถึงผ่าน Social Media เผยแพร่เนื้อหาออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและนำเสนอความปลอดภัยของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 6) สร้างความร่วมมือ รัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาเนื้อหาข้ามสื่อที่เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการป้องกันอาชญากรรม โดยทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และ 7) ส่งเสริมการป้องกันอาชญากรรม สร้างเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันอาชญากรรมและการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อสร้างการตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชน



อุปสรรคและข้อจำกัดในการใช้กลยุทธ์สื่อข้ามสื่อเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่ามีหลายประการ ได้แก่

- 1) ด้านงบประมาณ การผลิตสื่อ เช่น แอนิเมชัน การ์ตูน และบอร์ดเกม มีค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะหากต้องการคุณภาพระดับสูง การจัดสรรงบประมาณที่ไม่เพียงพออาจลดคุณภาพของงานและไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้
- 2) ด้านความเชี่ยวชาญ การผลิตสื่อข้ามสื่อ เช่น แอนิเมชันและบอร์ดเกม ต้องใช้ทักษะเฉพาะทาง หากขาดบุคลากรที่เชี่ยวชาญ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความน่าสนใจของเนื้อหา
- 3) ด้านระยะเวลา การผลิตสื่อต้องใช้เวลานาน หากใช้เวลานานเกินไป อาจทำให้การฟื้นฟูภาพลักษณ์ล่าช้าและพลาดโอกาสในการสร้างความเชื่อมั่นในระยะสั้น
- 4) ด้านการปรับตัวต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อาชญากรรมที่เกิดขึ้นทันทีอาจต้องการสื่อที่ตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งสื่อที่ผลิตช้าจะไม่ทันกับสถานการณ์
- 5) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน บางครั้งชุมชนอาจไม่มีความเข้าใจหรือไม่มีโอกาสมีส่วนร่วมในการออกแบบสื่อ ทำให้เนื้อหาไม่สะท้อนความเป็นจริงของพื้นที่
- 6) ด้านการเผยแพร่และเข้าถึง การเข้าถึงผู้ชมเป้าหมาย เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ อาจมีข้อจำกัดในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มที่ต้องการ
- 7) ด้านการแข่งขันในตลาด สื่อประเภทแอนิเมชัน การ์ตูน และบอร์ดเกมต้องแข่งขันกับสื่ออื่น ๆ การดึงดูดความสนใจของผู้ชมจึงต้องใช้การตลาดและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ และ
- 8) ด้านการจัดการความคาดหวัง การใช้สื่อข้ามสื่อเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถฟื้นฟูภาพลักษณ์ได้ทั้งหมด เนื่องจากต้องใช้การทำงานหลายฝ่ายเพื่อให้เห็นผลลัพธ์ในระยะ อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) สามารถสร้างผลกระทบเชิงปฏิบัติ สร้างความสนใจและการรับรู้ในเชิงบวกให้กับเกาะเต่าได้จริง สอดคล้องกับสกุลศรี ศรีสารคาม ได้ศึกษาเรื่อง Producer's Guide to Transmedia Storytelling การเล่าเรื่องข้ามสื่อและกลยุทธ์เนื้อหาหลากหลายแพลตฟอร์ม การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เป็นกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาที่ ได้ประโยชน์ 2 มิติ ผสานพลังไปด้วยกัน ซึ่งเป็นการสร้าง “คุณค่า” (Value) ให้กับการทำสื่อและการสื่อสารที่สร้างสรรค์ ทั้งโอกาสในเชิงคุณค่าต่อสังคมด้วยพลังการมีส่วนร่วม และ โอกาสในเชิงธุรกิจของรูปแบบการหารายได้จากหลายช่องทางและจากความผูกพันกับผู้รับสาร ผู้ผลิตสื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความสมดุลของสื่อที่เป็นพื้นที่ของทางสังคมและความอยู่รอดของธุรกิจสื่อ (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2565)

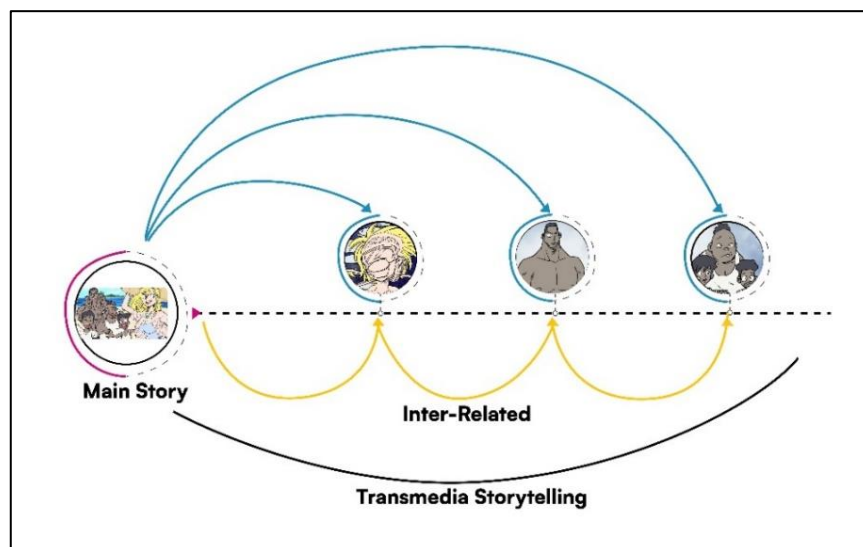
องค์ความรู้ใหม่

กลยุทธ์การใช้สื่อในการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมแตกต่างจากการใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องข้ามสื่อและมีความแตกต่างอย่างมาก เพราะการใช้ศิลปะในการข้ามสื่อถือเป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า การผลิตสื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้การเล่าเรื่องและสื่อสารอย่างมีพลัง โดยสามารถใช้วิธีการดังนี้ การเล่าเรื่องโดยใช้องค์ประกอบหลากหลาย การ์ตูนเล่ม และแอนิเมชันเชิงสารคดี สร้างสารคดีที่บอกเล่าเรื่องราวความเป็นจริงของเกาะเต่า นำเสนอแง่มุมที่น่าสนใจ เช่น ความงดงามของธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกเล่าเรื่องราวเชิงบวก เรื่องราวความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่น กิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โซเชียลมีเดีย (Social Media) ในการเล่าเรื่องราวโดยผ่านภาพถ่ายและวิดีโอสั้น ๆ ที่เน้นถึงความสวยงามของเกาะเต่า และการฟื้นฟูหลังจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การสร้างเนื้อหาที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ ใช้ภาพเคลื่อนไหว ใช้กราฟิกที่สวยงามและเข้าใจง่าย เพื่ออธิบายข้อมูลที่สำคัญ เช่น การปรับปรุงความปลอดภัย และมาตรการในการดูแลนักท่องเที่ยว การสร้างแบรนด์ด้วยเรื่องราว การสร้างแคมเปญการตลาดที่เล่าเรื่องราวผ่านตัวละครสมมติ หรือเรื่องราวที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเหตุการณ์จริง เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อมโยงและมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมของชุมชนและนักท่องเที่ยว การเล่าเรื่องของชาวบ้าน นำเสนอเรื่องราวของชาวบ้านและธุรกิจท้องถิ่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนเกาะเต่าร่วมแชร์ประสบการณ์เชิงบวกผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) และสร้างแฮชแท็ก (Hashtag) ด้วยคำหรือวลีที่น่าสนใจด้วยเครื่องหมาย # ซึ่งจะใช้โพสต์บนโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ที่สนใจหัวข้อเจอโพสต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบน

เกาะเต่า โดยในการสร้างแคมเปญครั้งนี้ ผู้วิจัยจะสร้างแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูและความงดงามของเกาะเต่า โดยมีแฮชแท็กต่าง ๆ ดังนี้ #SafeTravels #StaySafeonKohTao #SafeKohTao #SafeTravelsonKhotao #BesttimetoseeonKohTao #FundamentalFund #TSRI #RMUTR #BA #DBT #DMK # BigFishResortKohTao #bigfishresortandrestaurant #kohtaothailand #beautyfullbeach #suratthanithailand #southofthailand #islandamazing #thailand #StaySafeonKohTao

ยิ่งไปกว่านั้นจะมีการจัดกิจกรรมและแคมเปญ งานอีเวนต์และเทศกาล จัดกิจกรรมที่เชิญชวนนักท่องเที่ยวมาร่วมชมนิทรรศการงานสร้างสรรค์ทั้งในส่วนของการตุ๋นเล่ม แอนิเมชัน และบอร์ดเกม จากโครงการวิจัย สร้างแคมเปญออนไลน์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการรักษาความปลอดภัย และการร่วมมือกับชุมชน สร้างคำขวัญหรือข้อความที่สั้น กระชับ และจดจำได้ง่ายในการเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์ครั้งนี้จะใช้สโลแกน “Stay Safe on Koh Tao” เพื่อส่งเสริมการตระหนักรู้และการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ที่อาจเกิดอันตรายการประชาสัมพันธ์สื่อผ่านชุมชน ทำความร่วมมือกับชุมชนในการเผยแพร่สื่อและเรื่องราวเชิงบวก การร่วมงานกับเจ้าหน้าที่ในพื้นที่เชิญเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยเหลือเรื่องและแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เกาะเต่า การใช้การเล่าเรื่องข้ามสื่อจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมาเยือนเกาะเต่าอีกครั้ง โดยเน้นการนำเสนอเรื่องราวเชิงบวกและความเป็นจริงที่น่าสนใจ

กล่าวโดยสรุป ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อ: เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ศิลปะของการนำเสนอสาร แก่นแนวคิด และเส้นเรื่องไปสู่ผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยการวางแผนที่ดี และการมีศิลปะในการสร้างสรรค์ผลงานอย่างแยบยล พร้อม ๆ กับการใช้สื่อหลากหลายแพลตฟอร์ม นับเป็นปรัชญาทางการสื่อสาร การขยายสาระแห่งเรื่องเล่า และทำให้วงจรของเรื่องเล่าที่สร้างสรรค์ขึ้นถูกขยายออกไป เพื่อกระตุ้นให้ผู้รับชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่าด้วย นอกจากนั้นยังสามารถเลือกรับชมสื่อเพียงบางแพลตฟอร์มก็สามารถเข้าถึงสาระเนื้อหาได้ แต่หากสามารถเข้าถึงเรื่องเล่าได้ทุกแพลตฟอร์ม จะสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจในโลกของเนื้อหาได้มากกว่า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดและเข้าไปอยู่ในศูนย์กลางของโลกแห่งเรื่องเล่า “Stay Safe on Koh Tao”



ภาพที่ 4 โมเดลกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อ: เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ สร้างสรรค์โดยผู้วิจัย

สรุปและข้อเสนอแนะ

การฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าหลังเหตุการณ์อาชญากรรมต้องใช้กลยุทธ์ศิลปะและสื่อที่มุ่งเน้นการสร้างสรรค์เนื้อหาด้านบวก การทำงานร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่เนื้อหาอย่างกว้างขวาง การวางแผนที่รอบคอบและการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลับมา ประเด็นด้านจริยธรรมมีความสำคัญ ต้องให้ความเคารพต่อผู้เสียหายจากเหตุอาชญากรรม โดยหลีกเลี่ยงการใช้เรื่องราวของพวกเขาเพื่อผลประโยชน์ในการฟื้นฟูภาพลักษณ์ รวมถึงการสื่อสารที่โปร่งใสและตรงไปตรงมา การสร้างเรื่องราวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การ์ตูนและแอนิเมชัน ควรระมัดระวังในการเล่าเรื่องเพื่อไม่ให้ซ้ำเติมความเจ็บปวดของผู้เสียหาย และควรให้ความสำคัญกับการเยียวยาทางจิตใจแก่พวกเขา ก่อนการพัฒนาชุดเนื้อหาที่มีความหลากหลายและเชื่อมโยงกันอย่างยั่งยืน เช่น การเล่าเรื่องผ่านการ์ตูน แอนิเมชัน และบอร์ดเกม ควรสร้างเนื้อหาที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของเกาะเต่าอย่างชัดเจน เนื้อหาควรเชื่อมโยงกับการฟื้นฟูมาตรการรักษาความปลอดภัย การสร้างกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับเนื้อหาสร้างความสนใจและมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาครัฐกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการเล่าเรื่อง สรุป การใช้ศิลปะและสื่อข้ามสื่อเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของเกาะเต่าผ่านการ์ตูน แอนิเมชัน และบอร์ดเกม สามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยต้องให้ความสำคัญกับจริยธรรม ความเคารพต่อผู้เสียหาย และการทำงานร่วมกับชุมชน จากการทดลองยังพื้นที่ที่เกิดจากคดีอาชญากรรมยังมีอีกมาก ผู้วิจัยเล็งเห็นความจำเป็นที่ต้องยกระดับการศึกษาวิจัยเจาะลึกเฉพาะประเภท การไล่ระดับอารมณ์ของอารมณ์ตัวละครและบรรยากาศสามารถช่วยสร้างอารมณ์สเพื่อให้ผู้ชมมีความรู้สึกร่วมกับการเล่าเรื่องมากขึ้น การสร้างสรรค์ผลงานขึ้นอยู่กับความเชี่ยวชาญของผู้สร้างสรรค์ผลงานนั้นๆ ด้วย ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยและข้อเสนอแนะทั้งหมด ข้อดีและข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่ปรากฏในงานวิจัยชิ้นนี้ จะเป็นการชี้แนวทางในการสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาด้านนี้ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สัญญาเลขที่ FRB6742/2567 รหัสโครงการ 192968 โครงการวิจัยเรื่อง ศิลปะในการสร้างสรรค์สื่อ: เพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์พื้นที่เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

- ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). เล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia: story-telling). วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศ, 2(1), 59-88.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2561). สรุปโครงการพัฒนานวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Thai Media Lab). กรุงเทพมหานคร: กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2565). Producer's Guide to Transmedia Storytelling การเล่าเรื่องข้ามสื่อและกลยุทธ์เนื้อหาหลากหลายแพลตฟอร์ม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).
- สถานีตำรวจภูธรเกาะเต่า. (2558). สถิติคดีอาญาของสถานีตำรวจภูธรเกาะเต่าในปีงบประมาณ 2558 - 2559. สุราษฎร์ธานี: สถานีตำรวจภูธรเกาะเต่า.



- สถาบันวิจัยและประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2558). สุขภาพคนไทย 2558 : อูบายชายสุขภาพ เมื่อสุขภาพเป็นสินค้า ยาคือเครื่องมือหากำไร. นครปฐม: สถาบันวิจัยและประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). โครงการศึกษาความเหมาะสมในการประกาศเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวและการรับฟังความคิดเห็นในการกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครและหมู่เกาะทะเลใต้ (เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า). เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก https://secretary.mots.go.th/policy/more_news.php?cid=45.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). ข้อมูลทรัพยากร: สถิตินักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2551. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก <https://data.go.th/dataset/stattourism>.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2561). วิเคราะห์สรุปสถานการณ์จากชุดข้อมูลกลางของจังหวัดสุราษฎร์ธานี. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก http://statdw.nso.go.th/surat/images/attachments/article/271/R_travel61.pdf.
- สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). รายงานสถานการณ์และแนวโน้มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพมหานคร: สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เอ็นไวโรเซล (ประเทศไทย). (2557). เอ็นไวโรเซล บริษัทวิจัยยักษ์ใหญ่ของโลก เผยผลสำรวจ กรณีคดีเกาะเต่า ยันเมืองไทยยังน่าเที่ยว แต่ติดลบเรื่องภาพลักษณ์คนไทย [PR]. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2014/10/envirosell-survey-koh-tao/>.
- BBC NEWS ไทย. (2561). คดีเกาะเต่า: 4 ประเด็นน่าสนใจคดีอาชญากรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-45327318>.
- Jenkins, H. (2021). Transmedia Education: the 7 Principles Revisited. Retrieved June 10, 2023, from https://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html?rq=transmedia%20principle.
- Thaihealthreport. (2558). 10 ปัญหาอาชญากรรมหนามยอกการท่องเที่ยวไทย. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2566 จาก https://www.thaihealthreport.com/file_book/2558-10-p-10.pdf.