การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน

Public Relations Media Creation for Thai Lue Luang Tai Woven Fabric, Doi Sa Ket Sub District, Chiang Mai Province by Community Participatory Process

รินทร์ลภัส เกตุวีระพงศ์
Rinlapas Ketverapong
Corresponding author, E-mail: Rinlapas_ket@cmru.ac.th

Received : *January 18, 2021*
Revised : *Apirl 6, 2021*
Accepted : *June 25, 2021*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มุ่งเน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่ชุมชนการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตและการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีพื้นที่เป้าหมายคือ กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สมาชิกไม่มีทักษะในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้า ในส่วนของการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์นั้นทางผู้วิจัยและชุมชนได้ผลิตสื่อร่วมกันจำนวน 3 ประเภทคือ 1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับและโปรชัวร์ 2) สื่อวิดิทัศน์ 3) เพจเฟซบุ๊ก ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ดังนี้ 1) การกำหนดประเด็นเนื้อหาสื่อ 2) การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อ 3) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลสื่อ ด้านระดับการมีส่วนร่วมพบว่าสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมใน 3 ระดับ คือ 1) ระดับผู้ใช้สาร 2) ระดับผู้ผลิต และ 3) ระดับผู้กำหนดนโยบาย

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์สื่อ, สื่อประชาสัมพันธ์, ผ้าทอไทลื้อลวงใต้ , การมีส่วนร่วม

Abstract

The purpose of this study was to study community public relations needed and to create Public Relations Media of Thai Lue Luang Tai woven fabric group by Community Participatory Process. This research is a qualitative research conducted through in-depth interviews with related persons, focus groups, participant observation, and related documentary research. The area of study is Thai Lue Luang Tai woven fabric group Doi Sa Ket Sub District, Chiang Mai province.

The research's findings showed that Thai Lue Luang Tai woven fabric groups need media to promote their products and member lack of media creation skills. There are 3 types of media included printed media (leaflets and brochures), video, and Facebook fan page. The community is involved in media creating as follows: 1) defining media issues 2) participation

อาจารย์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Lecturer, Department of Communication Arts Faculty of Management Science Chiang Mai Rajabhat University

in the media production process and 3) participation in media evaluation. In developing the media, the community took part in 3 levels of participation: 1) user level 2) producer level, and 3) policy maker level.

Keywords: Media development, Public Relations Media, Thai Lue Luang Tai Woven Fabric, Paticapatory

บทนำ

บ้านลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหมู่บ้านที่มีชาวไทลื้ออพยพมาตั้งถิ่นฐานเมื่อ 200 กว่าปีที่ผ่านมา โดยนำเอาองค์ความรู้และวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมมาด้วย ประชากรในหมู่บ้านส่วนใหญ่นั้นประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่วนสตรีนั้นมีองค์ความรู้ด้านการทอผ้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นของชาวไทลื้อ มีการผลิตทั้งไว้ใช้เองและจำหน่ายเป็นรายได้เสริม

กลุ่มสตรีในพื้นที่ได้รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ขึ้น เมื่อปี พ.ศ.2522 โดยในช่วงแรกเป็นการรวมกลุ่มกันอย่างหลวมๆ และเริ่มมีการรวมกลุ่มอย่างชัดเจนในปี พ.ศ. 2544 โดยมีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและรวมกลุ่มกันที่บริเวณศูนย์วัฒนธรรมแสดงสินค้าไทลื้อของหมู่บ้าน หน้าวัดรังสีสุทธาวาส (วัดลวงใต้) แต่ปัญหาที่พบคือแม้จะมีการรวมกลุ่มกันมายาวนาน แต่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อของกลุ่มกลับไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากนักอาจเนื่องมาจากหลายปัจจัย เช่น ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่อย่างจำกัด เน้นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล กลุ่มลูกค้าเก่า รวมไปถึงการขาดการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมทสินค้าของกลุ่ม

สอดคล้องกับการศึกษาของวุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูลและคณะ (2556) เรื่องการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มหัตถกรรมผ้าทอไทลื้อ บ้านลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอไทลื้อบ้านลวงใต้ ยังไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านช่องการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน ปัจจุบันใช้การจัดจำหน่ายผ่าน 2 ช่องทางได้แก่ 1) ร้านค้าที่ตั้งอยู่พื้นที่ชุมชน และ 2) การสั่งซื้อผ่านผู้นำกลุ่ม (คุณพรรณี สมโพธิ์) โดยตรง ในส่วนของการส่งเสริมการขายนั้นส่วนใหญ่ใช้วิธีการเข้าร่วมการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และใกล้เคียง

จากข้อมูลข้างต้นจึงได้ทำการสำรวจความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการโปรโมทสินค้าของสมาชิกกลุ่ม พบว่ากลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้มีความต้องการสื่อเพื่อใช้ในการเผยแพร่สินค้าของตนเองผ่านช่องทางต่าง ๆ ในรูปแบบของทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ โดยทางกลุ่มเองมีแนวคิดที่อยากจะทำสื่อด้วยตนเอง แต่เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ทำให้ขาดองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์สื่อและการทำการตลาด

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสิ่งจำเป็น และเป็นโอกาสอันดีที่จะใช้กระบวนการวิจัยระหว่างนักวิจัยและคนในพื้นที่ เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการของสมาชิกกลุ่มโดยใช้กระบวนการสื่อสารชุมชนเป็นหลัก เปิดโอกาสให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมทางการสื่อสาร เป็นผู้กำหนดประเด็นการสื่อสาร กำหนดชนิดของสื่อ ตลอดจนถึงกำหนดประเด็นในด้านตัวเนื้อหาสื่อต่าง ๆ และท้ายที่สุดเมื่อนักวิจัยและชุมชนร่วมกันสร้างสรรค์สื่อแล้ว กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้สามารถนำเอาสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวไปใช้ในการเพิ่มช่องทางการขายสินค้ากับกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ จังหวัดเชียงใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นแนวคิดการสื่อสารที่เน้นการพูดคุย การสนทนา การปรึกษาหารือ ระหว่างคนในชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมหรือพัฒนาชุมชน เป็นการทำงานโดยชุมชน เพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) ได้ขยายความระดับของการมีส่วนร่วม จะเป็นการพิจารณาถึงการดึงให้ประชาชนในชุมชน ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ซึ่งแต่ละระดับจะมีความแตกต่างกันไปดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชม/ผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร ถือเป็นการมีส่วนร่วมในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากการพิจารณาถึงกระบวนการสื่อสารในส่วนนี้เป็นเพียงปลายทาง มีใช่เป็นส่วนต้นในการกำหนดหรือเลือกประเด็นการสื่อสาร การมีส่วนร่วมในระดับนี้จึงเป็นเพียงฐานะผู้ชม ผู้รับสาร ผู้ใช้สารอย่างเดียว

2. การมีส่วนร่วมในฐานะระดับการมีส่วนร่วมในฐานผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้แสดง การมีส่วนร่วมในขั้นตอนนี้ถือได้ว่าเป็นระดับที่สูงขึ้น เป็นการดึงให้พลเมืองก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ โดยอาจจำแนกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- ขั้นตอนการผลิต (pre-production stage) เป็นช่วงเวลาการเตรียมประเด็นก่อนการผลิตสื่อตั้งแต่การค้นหาประเด็น การคัดเลือกแง่มุม การเขียนบท
- ขั้นการผลิต (production stage) เป็นขั้นตอนของการลงมือผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ
- ขั้นหลังการผลิต (post-production stage) เป็นขั้นตอนหลังการผลิต อาจเป็นการทำงานตัดต่อการอัดเสียงหรือการทำเสียงประกอบ นอกจากนี้ในกรณีของสื่อบางประเภท เช่น สื่อส่งพิมพ์ ขั้นตอนหลังการผลิตอาจเพิ่มเติมการนำไปเผยแพร่ ซึ่งอาจต้องใช้การมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย

3. การมีส่วนร่วมในฐานะระดับการมีส่วนของผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ระดับการมีส่วนร่วมนี้ถือเป็นระดับที่สูงสุด หมายถึงการกำหนดและวางแผนการสื่อสารระดับภาพรวมของชุมชนว่า ในชุมชนจะมีการใช้การสื่อสารแบบใดบ้าง แต่ละอันมีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยอาจมีตัวแทนของชุมชนเข้ามาเป็นผู้กำหนดนโยบาย

สำหรับขั้นตอนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น กำจร หลุยยะพงศ์ (2560) ได้สรุปแนวทางไว้ดังนี้

1. การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนหรือพื้นที่ และการสำรวจชุมชน การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน หมายถึง การที่คนภายนอกเข้าไปในชุมชนและให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับคนในชุมชน เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ร่วมกับการสำรวจชุมชนในด้านต่าง ๆ

2. การปรึกษาหารือ หลังจากได้ประเด็นปัญหาก็จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหา ด้วยการสื่อสารสนทนา (dialogue) แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในชุมชน โดยคนนอกอาจอยู่ในฐานะผู้ช่วยให้เกิดความคิด ผ่านการจัดเวทีชุมชน

3. การร่วมตัดสินใจซึ่งจะนำไปสู่การวางแผน ถือเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนตัดสินใจ อาจนำไปสู่ขั้นตอนของการจัดตั้งคณะทำงาน เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบในการผลักดันแก้ไขปัญหาและนำไปสู่การดำเนินกิจกรรม

4. การเสริมพลัง (empowerment) เป็นแนวทางสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยอาจเน้นไปที่การเสริมพลังทางด้านสติปัญญา องค์ความรู้ ทุน ซึ่งบทบาทนี้มักเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภายนอก

5. การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการสื่อสารร่วมกันหรือดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ส่วนใหญ่ในขั้นตอนนี้จะหมายถึงการที่คนในชุมชนได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสื่อหรือปรับปรุงสื่อด้วยกัน

6. การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้าย ที่จะดึงคนที่เกี่ยวข้องเข้ามาประเมินการทำงานทั้งหมด เพื่อให้เกิดการทบทวนบทเรียนการทำงาน และเป็นแนวทางในการทำงานในอนาคต

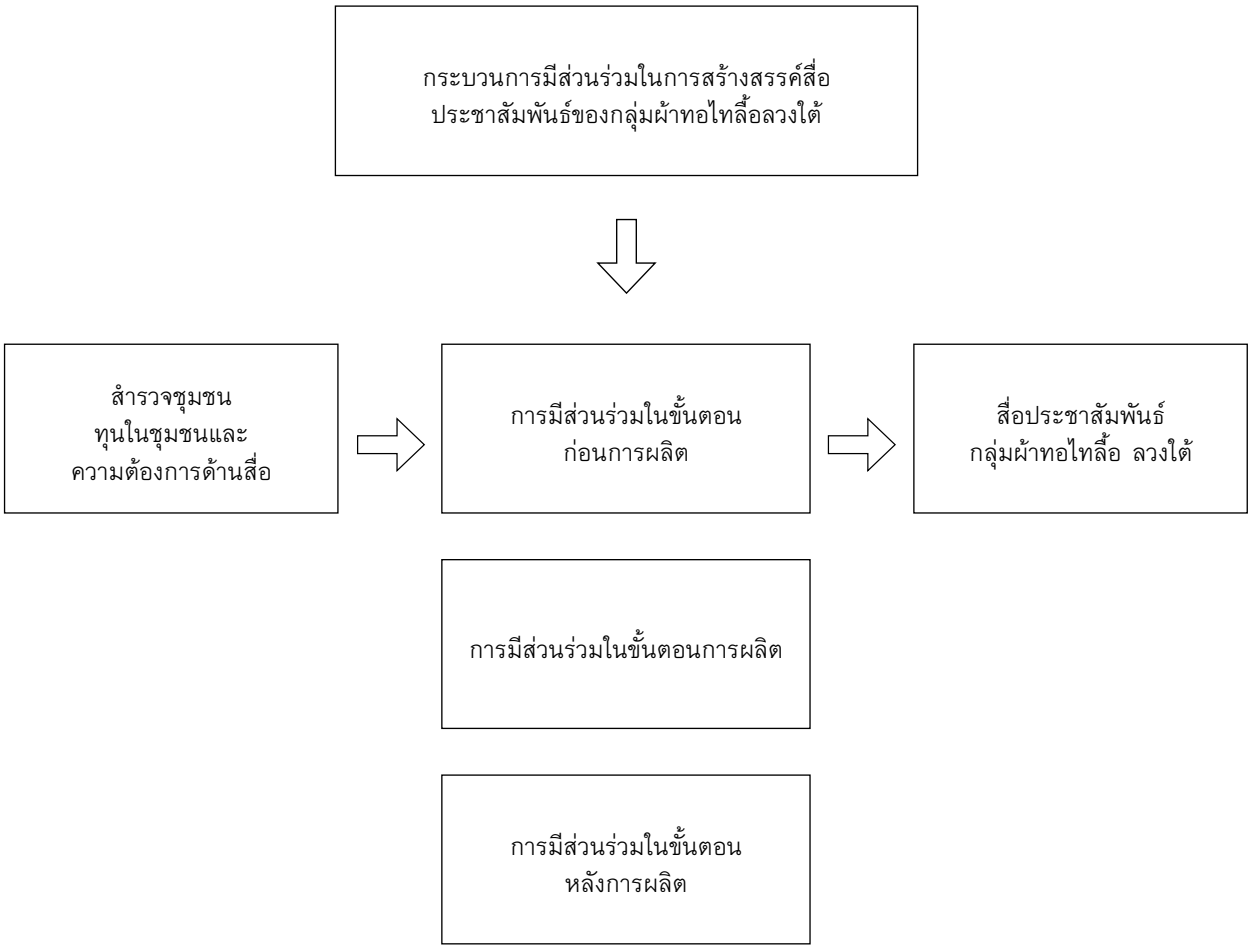
ในมิติของการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น พบว่ามีหลายชิ้นงานที่มีการศึกษาในประเด็นดังกล่าว เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน (นิษฐา หรุ่นเกษมและปรียา สมพืช, 2561) ที่มุ่งเน้นสร้างและพัฒนาสื่อแผนพับสำหรับสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้กระบวนการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านจำรุง พบว่าในการทำงานสร้างสรรค์สื่อโดยชุมชนมีส่วนร่วมนั้น จะมีลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 3 แบบ คือ การมีส่วนร่วมโดยคน โดยคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนก่อนการผลิต เช่น การให้ข้อมูลต่าง ๆ ขั้นตอนระหว่างผลิต ได้แก่การเก็บข้อมูล วางแผนการทำกิจกรรม และหลังหลังการผลิต ได้แก่ การติดตามประเมินผล รับผลประโยชน์จากการมีสื่อเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมโดยเนื้อหา ที่ชุมชนร่วมกำหนดในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนและการออกแบบสื่อแผ่นพับ และการมีส่วนร่วมในกระบวนการ การผลิตสื่อ โดยปัจจัยที่ทำให้การทำงานประสบความสำเร็จนั้นมาจากการมีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ร่วมกันระหว่างทีมวิจัยและคนในชุมชนเอง เช่นเดียวกับงานของ (อารีรัตน์ ฟักเย็นและคณะ (2561)) ที่ศึกษาเรื่องการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในพื้นที่ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ร่วมกับคนในชุมชน นักท่องเที่ยวและกลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ พบว่าชุมชนมีจุดเด่นเรื่องของวิถีชีวิตและวัฒนธรรม สามารถดึงเอาเรื่องราวมาใช้ในการสร้างสรรค์สื่อได้ แต่ในส่วนของการสร้างสรรค์สื่อนั้นได้เลือกใช้เพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวมากกว่า

ขณะที่ในงานของ บุษบา หินเธาว์ อรวรรณ ไพโรจน์วุฒิพงศ์และวชิราภรณ์ แก้วจันทร์ฉาย (2563) ที่เน้นสร้าง

และพัฒนาสื่อเพจเฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากชุมชนนั้น ก็มีการกำหนดเอาสื่อเฟซบุ๊กเป็นหลักเนื่องจากเป็นสื่อที่ยังไม่มีในการจัดประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน และต้องการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากชุมชน ตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบเนื้อหา จนถึงการผลิตชิ้นงานสื่อ มีการสืบค้นข้อมูลชุมชนเพื่อหาเรื่องเล่า จากนั้นจึงวางแผนการทำงานผลิตสื่อร่วมกับคนในพื้นที่ ซึ่งตลอดกระบวนการทำงานทำให้ชุมชนได้มีโอกาสปรึกษาหารือ รับฟังความคิดเห็น และการยอมรับความคิดเห็นของบุคคลอื่น โดยใช้การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ตลอดจนได้ตกลงร่วมกันนับตั้งแต่การเลือกประเภทของสื่อ การเลือกประเด็นเนื้อหาว่าเรื่องราวของชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนที่ควรสื่อสาร และควรสื่อสารอย่างไร ตลอดจนได้มีโอกาส ร่วมปรับปรุงแก้ไข ตรวจสอบและประเมินผลเมื่อผลิตสื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทำให้สื่อที่ผลิตออกมาเป็นไปตามความต้องการของชุมชน และสอดคล้องกับความต้องการรับรู้สื่อของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันด้วย

จะพบว่าการสร้างสรรค์สื่อโดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชนนั้น จะต้องเกิดจากความต้องการของคนในชุมชนเป็นตัวตั้งเสียก่อน และในขั้นตอนของการสร้างสรรค์สื่อนั้นจะต้องเปิดโอกาสให้คนเข้ามีส่วนร่วม ตั้งแต่การกำหนดเรื่องเล่า การกำหนดประเด็นเนื้อหา ประเภทของสื่อตลอดจนมีส่วนร่วมในการประเมินผลและปรับปรุงชิ้นงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นและออกแบบกระบวนการวิจัย เพื่อให้การศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่

กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน” นั้น ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มุ่งเน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยมีพื้นที่เป้าหมายคือ กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ การลงพื้นที่ชุมชน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสังเกต (Observation) และการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นแกนนำกลุ่มผ้าทอไทลื้อ จำนวน 2 ท่าน คือ คุณพรรณี สมโพธิ์ ประธานกลุ่มผ้าทอไทลื้อ คุณรวิชา บุญธิมา เลขานุการกลุ่มผ้าทอไทลื้อ และสมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ จำนวน 6 คน โดยมีขั้นตอนวิจัย ดังนี้

1. การลงพื้นที่ชุมชนเพื่อสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้

2. ศึกษาข้อมูลในประเด็น ขั้นตอนการสร้างสรรค์สื่อโดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการทำงานลงพื้นที่ชุมชนและวางแผนการผลิตสื่อร่วมกับชุมชน

3. สัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มกับผู้นำและสมาชิก กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ ถึงประเด็นปัญหาของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้และความต้องการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม

4. วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพปัญหาและความต้องการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดประเด็นและรูปแบบเนื้อหาการทำสื่อในขั้นต่อไป

5. กำหนดประเด็นและรูปแบบในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกกับแกนนำกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ และสมาชิกกลุ่ม

6. ออกแบบและจัดทำเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการสำรวจปัญหาและกำหนดประเด็นสื่อมาออกแบบเนื้อหาและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

7. ประเมินผลสื่อโดยชุมชน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่มกับแกนนำกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาปรับปรุงและแก้ไขสื่อตามความต้องการของชุมชน

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความต้องการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ดจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าแต่เดิมนั้นบ้านลวงใต้ เป็นหมู่บ้านที่มีชาวไทลื้ออพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่อาศัย ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก และประกอบอาชีพทอผ้าเมื่อว่างเว้นจากการเพาะปลูก กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ เริ่มมีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 แต่มารวมกลุ่มกันอย่างจริงจังในปี พ.ศ.2544 ปัจจุบันรวมกลุ่มกันที่ศูนย์วัฒนธรรมแสดงสินค้าไทลื้อของหมู่บ้าน หน้าวัดรังสีสุทธาวาส (วัดลวงใต้)

ปัญหาที่พบของกลุ่มผ้าทอลวงใต้คือ ผ้าทอไทลื้อของกลุ่มยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้างนัก เนื่องจากกลุ่มมีช่องทางการจัดจำหน่ายในชุมชนเท่านั้น ยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประกอบกับสมาชิกในกลุ่มส่วนมากเป็นผู้สูงอายุทำให้ไม่มีทักษะหรือความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ด้วยตนเอง ที่ผ่านมานั้นการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า เน้นการใช้สื่อบุคคลเพียงอย่างเดียว ขายเฉพาะคนที่รู้จักหรือเป็นลูกค้าประจำ ทำให้การสื่อสารข้อมูลยังอยู่ในวงจำกัด ส่งผลต่อยอดขายและการรู้จักผ้าทอไทลื้อของกลุ่มในวงกว้าง

จากการสอบถามข้อมูลด้านความต้องการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นั้น พบว่าสมาชิกกลุ่มมีความต้องการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ใน 3 ลักษณะ คือ

1. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับและโปรชัวร์ เนื่องจากสื่อดังกล่าวสามารถนำมาวางไว้ที่ศูนย์วัฒนธรรมแสดงสินค้าไทลื้อของหมู่บ้านได้ และสามารถนำไปแจกจ่ายตามสถานที่จัดแสดงสินค้าได้

2. สื่อวิดีทัศน์

3. สื่อออนไลน์ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากที่ผ่านมาการขายสินค้าทำจากเฟซบุ๊กของสมาชิกบางคนในกลุ่มเท่านั้น ทางกลุ่มยังไม่มีช่องทางเป็นเพจของตนเอง หากมีเพจเฟซบุ๊กก็จะสามารถนำเอาสื่อต่าง ๆ ไปเผยแพร่ในช่องทางนี้ได้ด้วย ทั้งนี้ทางกลุ่มต้องการให้ทีมวิจัยช่วยวางเนื้อหาและประเด็นในการนำเสนอต่าง ๆ ของเพจ และสอนการใช้งานเพจให้กับแกนนำกลุ่ม

ส่วนที่ 2 การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน

หลังจากวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผ้าทอลวงใต้

แล้ว ทางผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการในการสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่นั้น คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสื่อประชาสัมธ์ใน 3 ลักษณะ คือ

1. การกำหนดประเด็นและรูปแบบในการทำสื่อประชาสัมพันธ์

ภายหลังจากการสำรวจความต้องการในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้แล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับแกนนำกลุ่ม และสนทนากลุ่มกับสมาชิกกลุ่ม ผ้าทอไทลื้อลวงใต้ จนได้แนวทางในการกำหนดประเด็นเนื้อหาสื่อและรูปแบบของสื่อ ดังนี้

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์

ประเด็นเนื้อหาที่ต้องการให้ปรากฏในสื่อ คือ ประวัติความเป็นมาของผ้าทอไทลื้อ ลวดลายของผ้าทอไทลื้อขั้นตอนการทำผ้าทอไทลื้อ ภาพสินค้าผ้าทอไทลื้อ ช่องทางการติดต่อและแผนที่บ้านลวงใต้ โดยกำหนดว่าจะทำใน 2 ลักษณะคือ แผ่นพับ ขนาด A4 พับครึ่ง พิมพ์หน้าหลัง และโปรชัวร์ ขนาด A5 พิมพ์หน้าหลัง เนื่องจากทางกลุ่มสามารถนำไปใช้เผยแพร่ต่อได้ง่าย ทั้งการนำไปไว้ที่ศูนย์วัฒนธรรมแสดงสินค้าไทลื้อของหมู่บ้าน และนำไปแจกเมื่อไปนำเสนอสินค้าตามงานต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ ทางสมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อและผู้วิจัยได้หารือร่วมกัน และได้แบ่งเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ตามรายละเอียดดังนี้

1.1.1 แผ่นพับ มีเนื้อหาของประวัติผ้าทอไทลื้อ แผนที่บ้านลวงใต้ ขั้นตอนการทำผ้าทอไทลื้อ ช่องทางการติดต่อ (เพจเฟซบุ๊ก เบอร์โทรศัพท์)

1.1.2 โปรชัวร์ มีเนื้อหาของข้อมูลเกี่ยวกับลายผ้าทอไทลื้อ และช่องทางการติดต่อ (เพจเฟซบุ๊กเบอร์โทรศัพท์) นอกจากนี้ทางสมาชิกกลุ่มยังต้องการให้มีการใส่ภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์ รูปแบบมีความสวยงามและทันสมัย

1.2 สื่อวิดีทัศน์

ประเด็นเนื้อหาที่ต้องการให้ปรากฏในสื่อคือ ประวัติความเป็นมาของผ้าทอไทลื้อ และขั้นตอนการทำผ้าทอไทลื้อ เนื่องจากทางกลุ่มอยากให้คนทั่วไปรู้จักกับกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ให้มากขึ้น โดยเนื้อหาอาจจะมีการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม และการถ่ายทำในส่วนของขั้นตอนการทอผ้าต่าง ๆ เนื้อหาภายในจะต้องมีการนำเสนอภาพของผ้าทอ ไทลื้อที่มีความสวยงาม โดยประเด็นเนื้อหาที่สมาชิกกลุ่มสะท้อนมา เช่น

“หลัก ๆ อยากให้มีข้อมูลว่าผ้าทอไทลื้อมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ยังไง แล้วก็มีการให้ข้อมูลประวัติความเป็นมาของกลุ่มผ้าทอเราด้วย คนจะได้รู้จักมากขึ้น”

“นำเสนอขั้นตอนการทอผ้า ตั้งแต่เริ่มจนได้ผ้าทอหนึ่งผืนเลย คนที่เค้าดูจะได้รู้ว่ากว่าจะได้ผ้าแต่ละผืนมามันมีขั้นตอนอะไรบ้าง แล้วเราใส่ใจตั้งใจกับการทอผ้าแต่ละผืนยังไง อยากให้คนรู้สึกถึงคุณค่าของผ้าทอไทลื้อ”

จากการพูดคุยและสรุปร่วมกันระหว่างสมาชิกกลุ่มและผู้วิจัย ได้กำหนดแนวทางในการทำสื่อวิดีทัศน์ไว้ 2 แบบ ความยาวไม่เกิน 3 นาที โดยวิดีทัศน์ตัวที่ 1 เนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาของกลุ่ม ลักษณะเด่นของผ้าทอไทลื้อลวงใต้ และมีการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มประกอบด้วย ส่วนวิดีทัศน์ตัวที่ 2 นั้นเนื้อหาจะเกี่ยวกับขั้นตอนกระบวนการต่าง ๆในการผลิตผ้าทอไทลื้อ ทั้งนี้สื่อวิดีทัศน์ทางกลุ่มมีแผนที่จะเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊ก และเปิดที่ศูนย์วัฒนธรรมแสดงสินค้าไทลื้อของหมู่บ้านหากมีนักท่องเที่ยวหรือมีการเข้ามาศึกษาดูงานจากบุคคลภายนอก

1.3 สื่อออนไลน์ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก

เนื่องจากที่ผ่านมาทางกลุ่มไม่มีสื่อออนไลน์เป็นของตัวเอง อาศัยการซื้อขายแบบปากต่อปากจากคนรู้จัก หรือจากช่องทางเฟซบุ๊กส่วนตัว ดังนั้นทางกลุ่มจึงมีความต้องการที่จะสร้างช่องทางเพจเป็นของตนเอง โดยประเด็นเนื้อหาภายในจะมีการนำเสนอภาพสินค้าของกลุ่ม และมีการนำเอาสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิดีทัศน์ไปเผยแพร่ด้วย

ทั้งนี้ในช่วงแรกนั้น ทางกลุ่มขอให้ทางผู้วิจัยเป็นผู้ช่วยพัฒนาเนื้อหาในเพจก่อน จากนั้นจึงค่อยมาถ่ายทอดและสอนวิธีการใช้งานให้กับแกนนำสมาชิกในกลุ่ม เพื่อให้ทางกลุ่มสามารถใช้ช่องทางดังกล่าวในการสื่อสารของตนเองได้ต่อไป

ในการเลือกผลิตสื่อทั้ง 3 ประเภทนั้น ทางผู้วิจัยเล็งเห็นว่าสื่อทั้ง 3 แบบเป็นสื่อที่ชุมชนมีความต้องการและสามารถนำเสนอเรื่องราวของผ้าทอไทลื้อลวงใต้ได้อย่างชัดเจน โดยอาศัยจุดเด่นของแต่ละสื่อประกอบกัน โดยสื่อสิ่งพิมพ์นั้น สามารถพกพาและเผยแพร่ได้ง่าย หากสมาชิกกลุ่มนำไปใช้ในการออกบูทต่าง ๆ เนื่องจากไม่ต้องใช้เครื่องมือในการเปิด เนื้อหามีความน่าสนใจและมีข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน สื่อวิดีทัศน์ช่วยให้เห็นรายละเอียด ขั้นตอนในการทอผ้าของกลุ่ม ว่าผ้าทอไทลื้อมีความสวยงาม น่าสนใจอย่างไร ส่วนเพจเฟซบุ๊กนั้น สามารถใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มในวงกว้างมากขึ้น

2. การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อ

เมื่อได้ข้อสรุปถึงประเด็นเนื้อหาสื่อและชนิดของสื่อประชาสัมพันธ์ที่สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้มีความต้องการที่จะผลิตแล้ว ทางผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการผลิตสื่อ โดยมีการวางแผนในกระบวนการผลิตร่วมกันกับสมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การผลิตสื่อ การถ่ายทำ ไปจนถึงขั้นหลังการผลิต และเป็นผู้นำสื่อไปใช้ โดยอาจแบ่งขั้นตอนการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อตามประเภทสื่อต่าง ๆ ดังนี้

2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อได้ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ประวัติความเป็นมา ความแตกต่างของผ้าทอไทลื้อแบบดั้งเดิมและประยุกต์ รวมไปถึงการสาธิตขั้นตอนวิธีการต่าง ๆ ในการทอผ้า การนำเสนอลวดลายผ้าเพื่อใช้เป็นแบบในการถ่ายภาพ นำมาประกอบการทำสื่อ หลังจากนั้นทีมผู้วิจัยจึงออกแบบการจัดวางภาพ กราฟิกและข้อความต่าง ๆ โดยนำเอาลวดลายของผ้าทอไทลื้อมาเป็นหน้าแรกของแผ่นพับและโปรชัวร์ รวมไปถึงใช้เป็นพื้นหลังของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละหน้า

2.2 สื่อวิดีทัศน์ ในสื่อนี้เมื่อทีมวิจัยได้ข้อมูลเนื้อหาที่จะต้องผลิตสื่อแล้ว จึงนำไปทำเป็นร่างสคริปต์สำหรับการถ่ายทำ และนำมาเสนอให้แกนนำกลุ่มเพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม เมื่อแก้ไขแล้วจึงนัดหมายวันเวลากับสมาชิกในกลุ่มเพื่อถ่ายทำวิดีทัศน์ดังกล่าว โดยทางกลุ่มได้มีการจัดเตรียมบุคคล เครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์ที่จะใช้สาธิตในขั้นตอนการถ่ายทำ ในขั้นตอนนี้ใช้เวลาถ่ายทำทั้งสิ้น 2 วัน

2.3 เพจเฟซบุ๊ก สำหรับเพจเฟซบุ๊กนั้นทางกลุ่มสมาชิกผ้าทอไทลื้อลวงใต้เป็นผู้กำหนดแนวทางของเพจ ว่าอยากให้นำเสนอเนื้อหาอะไรบ้าง และทางผู้วิจัยนำความต้องการนั้นมาสร้างสรรค์เป็นเพจ โดยมีการถ่ายภาพใหม่เพื่อทำภาพหน้าเพจ ภาพสินค้าต่าง ๆ ของเพจ และเป็นผู้ดูแลเพจในช่วงแรก จากนั้นจึงค่อยดึงเอาสมาชิกกลุ่มมาเป็นผู้ดูแลเพจ

3. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลสื่อ

เมื่อทีมวิจัยทำผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ร่างแรกเสร็จแล้วก็ได้นำสื่อที่ได้ไปให้สมาชิกกลุ่มดูเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและประเมินผลปรับปรุงสื่อร่วมกันผ่านกระบวนการสนทนากลุ่ม ในขั้นตอนนี้ทางผู้วิจัยได้ข้อมูลจากทางกลุ่มและนำไปปรับปรุงแก้ไขสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม ดังนี้

สื่อสิ่งพิมพ์ ในส่วนของแผ่นพับหน้าสุดท้าย นอกจากจะมีรูปภาพของสินค้าผ้าทอของกลุ่มที่สวมใส่โดยนายแบบนางแบบแล้ว อยากให้มีการเพิ่มภาพของสมาชิกกลุ่มที่สวมใส่เสื้อผ้าทอไทลื้อลงไปด้วย ส่วนโปรชัวร์ไม่มีการแก้ไขเพิ่มเติม

สื่อวีดิทัศน์ วิดีทัศน์ตัวที่ 1 ให้มีการเพิ่มเติมข้อมูลช่องทางการติดต่อกลุ่มในตอนท้าย วิดีทัศน์ตัวที่ 2 ขั้นตอนการทำผ้าทอไทลื้อนั้น อยากให้มีการเพิ่มภาพของต้นฝ้ายเข้าไปในเนื้อหาด้วย ส่วนรายละเอียดของภาพ เสียงต่าง ๆ นั้นไม่มีการแก้ไข

เพจเฟซบุ๊ก ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ทั้งนี้เมื่อสอบถามความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ผ้าทอไทลื้อลวงใต้ของสมาชิกกลุ่มนั้น พบว่าส่วนมากมีความพึงพอใจมาก เห็นว่าสื่อมีความสมบูรณ์ ภาพสวยงามทันสมัย เนื้อหามีความชัดเจน สั้น เข้าใจง่าย และสื่อสิ่งพิมพ์สวยงาม สามารถนำไปใช้เผยแพร่ต่อได้ นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ตนเองเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนาและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้อีกด้วย

เมื่อได้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากสมาชิกกลุ่มแล้วทางผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขประปรุงตามข้อเสนอแนะและส่งมอบสื่อให้กับทางกลุ่มเพื่อนำไปใช้ต่อไป



ภาพที่ 1 แผ่นพับประชาสัมพันธ์ผ้าทอไทลื้อวงใต้



ภาพที่ 2 เพจเฟซบุ๊ก ผ้าทอไทลื้อลวงใต้ “ดอยสะเก็ด”

ทั้งนี้หากมองในมิติของระดับการมีส่วนร่วมในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์นั้นพบว่าสมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ มีส่วนร่วมใน 3 ระดับ ตั้งแต่ระดับน้อยที่สุดไปจนถึงระดับมากที่สุด ดังนี้

ระดับผู้ใช้สาร ในที่นี้หมายถึงการที่สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ได้เคยพบเห็นเนื้อหาของสื่อ เป็นผู้ชมหรือผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มในช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ เพจเฟซบุ๊กและสื่อวิดีทัศน์

ระดับผู้ผลิต การมีส่วนร่วมของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ในระดับผู้ผลิตนั้นหมายถึง การที่ชุมชนเข้ามาเป็นผู้ให้ข้อมูลหรือเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อกับนักวิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ตามกระบวนการผลิตสื่อคือ

1) ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production stage) สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ ได้ให้ข้อคิดเห็น ในการกำหนดเนื้อหา ประเด็นในการทำสื่อ ตลอดจนให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้แก่นักวิจัย ในสื่อทั้ง 3 ประเภท เช่น ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม ขั้นตอนการผลิตผ้าทอไทลื้อ จุดเด่นของผ้าทอไทลื้อ เป็นต้น ซึ่งนักวิจัยได้นำเอาข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการวางแผนสร้างสรรค์สื่อประเภทต่าง ๆ



ภาพที่ 3 ตัวอย่างวิดีทัศน์สื่อประชาสัมพันธ์ผ้าทอไทลื้อลวงใต้

2) ขั้นตอนการผลิต (production stage) ในขั้นนี้สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อได้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้ร่วมผลิตและผู้แสดง ตั้งแต่การช่วยเช็คความถูกต้องของสคริปต์วิดีทัศน์ หรือข้อความในสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ยังมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้แสดงในส่วนของการทำวิดีทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ด้วย
3) ขั้นตอนหลังการผลิต (post-production stage) หมายถึงการมีส่วนร่วมในขั้นตอนของการตัดต่อหรือเผยแพร่สื่อ ในขั้นตอนนี้สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมมากนัก เนื่องจากไม่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของกระบวนการหลังการผลิต ทำได้เพียงเป็นผู้เผยแพร่สื่อในช่วงท้ายเท่านั้น

ระดับผู้กำหนดนโยบาย ในที่นี้หมายถึงการที่สมาชิกของกลุ่มเข้ามากำหนดแนวทางในการสื่อสาร ทั้งในส่วนของการกำหนดประเด็นความต้องการ การกำหนดประเภทของสื่อ เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ และร่วมประเมินผลสื่อ โดยบุคคลที่มีส่วนร่วมมากที่สุดก็คือ แกนนำสมาชิกกลุ่ม

ผลจากงานวิจัยจะเห็นว่าการเข้าไปริเริ่มกระบวนการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ผ้าทอไทลื้อลวงใต้ของผู้วิจัย โดยพัฒนาขึ้นจากความต้องการของชุมชนและใช้กระบวนการสื่อสารชุมชนเป็นตัวนำ และเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนนั้น ส่งผลให้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้นั้นเป็นไปตามความต้องการของชุมชน ชาวบ้านรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตสื่อเพราะชุมชนมีส่วนร่วมในทุกระดับ ซึ่งส่งผลให้ชุดชนเกิดความภาคภูมใจและสามารถนำสื่อไปใช้ประโยชน์ต่อยอดในการพัฒนาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของตนเองได้อย่างยั่งยืนในที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเราจะเห็นว่าในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่นั้น เป็นการวิจัยที่เน้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่ ขั้นตอนการกำหนดประเด็นเนื้อหาสื่อ ที่คนในชุมชนได้สะท้อนประเด็นปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อที่จะใช้ประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชน ขั้นตอนการผลิตสื่อและการประเมินผลสื่อ สอดคล้องกับลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ระบุไว้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะต้องมีการกำหนดประเด็นหรือเป้าหมายมาจากคนในชุมชนเอง และดำเนินขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน (Need-oriented) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในขั้นตอนการสร้างสรรค์สื่อ และท้ายที่สุดการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ ชุมชนยังได้สะท้อนตัวตนของตัวเองผ่านตัวสื่อต่าง ๆ ออกมา ส่งผลให้ชุมชนตระหนักเห็นถึงความเป็นเจ้าของสื่อร่วมกันในที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

ในส่วนของกระบวนการในการสื่อสารนั้นจะพบว่ามีบุคคลที่มาเข้าร่วมที่หลากหลาย จึงสะท้อนความต้องการของชุมชนได้อย่างครบถ้วนและรอบด้าน เนื้อหาสารที่ได้จึงมีความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ อีกทั้งการทำงานดังกล่าวยังเน้นกระบวนการสื่อสารแบบปรึกษาหารือ ใช้การสื่อสารสองทางที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในขั้นตอนการผลิตสื่อร่วมกับทางผู้วิจัย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ , 2549)

ในขั้นตอนของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น ผู้วิจัยเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เน้นการปรึกษาหารือกับคนในพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการจนนำไปสู่การร่วมกันตัดสินใจในการวางแผนการผลิตสื่อ ทั้งในประเด็นเนื้อหาและช่องทางสื่อ มีการเสริมแรงในเรื่องของการสร้างความเชื่อมั่นและองค์ความรู้ในการทำสื่อกับกลุ่มสมาชิกผ้าทอไทลื้อจนสมาชิกในกลุ่มเข้ามาร่วมเป็นผู้สร้างสรรค์สื่อได้ และมีการประเมินผลการทำงานร่วมกับทางชุมชน (กำจร หลุยยะพงศ์ ,2560)

ด้านระดับการมีส่วนร่วมพบว่าสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ 3 ระดับ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) ดังนี้

ระดับแรก การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ใช้สารหรือผู้ใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การที่สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้เคยพบเห็นสื่อ หรือนำเอาสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการขายสินค้าของชุมชน

ระดับที่สอง การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิต ในระดับนี้ชุมชนเข้ามาเป็นผู้ให้ข้อมูลและร่วมสร้างสรรค์สื่อกับนักวิจัยทั้งในขั้นตอนก่อนการผลิต การผลิตและหลังการผลิต ตั้งแต่การให้ข้อมูล การเป็นผู้ร่วมผลิตและผู้แสดง

ระดับที่สาม การมีส่วนร่วมในระดับผู้กำหนดนโยบาย สมาชิกกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ได้เข้ามาเป็นผู้กำหนด ประเด็นความต้องการสื่อ การกำหนดประเภทของสื่อ เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ และร่วมประเมินผล ซึ่งเทียบได้กับการมีส่วนร่วมในฐานะของผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน (นิษฐา หรุ่นเกษมและปรียา สมพืช , 2561) และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อเพจเฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก (บุษบา หินเธาว์ อรวรรณ ไพโรจน์วุฒิพงศ์และวชิราภรณ์ แก้วจันทร์ฉาย, 2563) ที่ล้วนระบุว่าในการขั้นตอนของการสร้างสรรค์สื่อแบบมีส่วนร่วมจากชุมชนนั้น จะต้องเน้นให้ชุมชนเข้ามาเป็นผู้กำหนดประเด็น พัฒนาเนื้อหาสื่อต่าง ๆ ร่วมกับทีมวิจัย เนื่องจากคนในพื้นที่จะมีความรู้ความเข้าใจในประเด็นนั้น ๆ เป็นอย่างดี คนในชุมชนรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อ โดยทางชุมชนจะต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในทุกกระบวนการ เพื่อให้ตัวสื่อนั้นๆสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนและนำไปสู่การใช้ประโยชน์ได้

อย่างไรก็ตามการที่จะเข้าไปพัฒนาสื่อต่าง ๆ ให้กับชุมชนโดยใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น อาจจะต้องอาศัยปัจจัยหลายข้อที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จได้ โดยผู้วิจัยเห็นว่าในกรณีของกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้นั้นมีปัจจัยที่ส่งผล เช่น ต้นทุนเรื่องของทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนที่มีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น สามารถดึงมาสร้างเรื่องเล่าได้ ทางชุมชนเองมีประเด็นปัญหาและความต้องการในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน แกนนำกลุ่มและสมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการทำงานแบบมีส่วนร่วม มีความกระตือรือล้นในการเข้ามาร่วมทำงาน สามารถอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการสร้างสรรค์สื่อต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการสื่อสารทำความเข้าใจกันอย่างต่อเนื่องระหว่างคนในชุมชนเองและระหว่างคนในชุมชนและทีมวิจัย แต่หากจะให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารการตลาดด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการเสริมแรง ให้ความรู้กับสมาชิกกลุ่มในเรื่องของกลวิธีการสร้างสรรค์ชิ้นงานสื่อประชาสัมพันธ์อย่างง่ายด้วยตนเอง ร่วมกับการสร้างนักสื่อสารรุ่นใหม่ในชุมชนที่จะเข้ามาช่วยต่อยอดการทำงานร่วมกับกลุ่มสมาชิกเดิมต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะความต้องการและการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น แต่ไม่ได้ลงรายละเอียดถึงผลของการใช้สื่อว่าหากกลุ่มผ้าทอนำสื่อดังกล่าวไปใช้แล้วสื่อนั้นมีประสิทธิภาพหรือมีประสิทธิผลในการช่วยพัฒนายอดขายหรือการรับรู้ตราสินค้าของทางกลุ่มหรือไม่ ดังนั้นในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาที่ครอบคลุมในมิตินั้นด้วย

2. ควรมีการศึกษาเรื่องการพัฒนาทักษะการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์โดยคนในชุมชนเอง เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสื่ออย่างยั่งยืนของคนในชุมชนในอนาคต

3. จากการลงพื้นที่ชุมชนพบว่าชุมชนมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ และมีแหล่งเรียนรู้ของชุมชนอยู่ ที่อาจพัฒนาในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนได้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2548). **ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กำจร หลุยยะพงศ์. (2560). **แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในความรู้และทักษะการสื่อสารชุมชน**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, (3-60)

บุษบา หินเธาว์ อรวรรณ ไพโรจน์วุฒิพงศ์และวชิราภรณ์ แก้วจันทร์ฉาย. (2563), **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อเพจเฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาเมือง อำเภอชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก**. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 10(1), 66 – 82.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

นิษฐา หรุ่นเกษมและปรียา สมพืช. (2561, มกราคม - มิถุนายน). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน**. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 13(1), 173 – 191.

วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล พิญญ์ ตนานนท์และกอบกาญจน์ พจน์ชนะชัย. (2556, กันยายน – ธันวาคม).**การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มหัตกรรมผ้าทอไทลื้อ บ้านลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่**. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 1(3), 171-182.

อารีรัตน์ ฟักเย็น อัจฉรา หาดี เพ็ญนภา คำจ๊ะ อาภาวรรณ ชัยริยไพศาลและอารยา ร้อยอำแพง. (2561). **การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม**. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 29-30 มีนาคม 2561. หน้า 1302-1311. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

แหล่งข้อมูลสัมภาษณ์

พรรณี สมโพธิ์ ,**ประธานกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้**. สัมภาษณ์ วันที่ 25 มกราคม 2563.

รวิชา บุญธิมา ,**เลขานุการกลุ่มผ้าทอไทลื้อลวงใต้**. สัมภาษณ์ วันที่ 25 มกราคม 2563.