

# กระบวนการสร้างนักประชาสัมพันธ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม

## The Process of Creating Participatory Community Public Relations Officer

รัตติกาล เจนจิต (Rattikan Jenjad)<sup>1</sup>

ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ (Natwipa Sinsuwan)<sup>2</sup>

ตปากร พุทเกศ (Tapakon Putket)<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อคืนผลงานวิจัย สกว. ไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่ 2) เพื่อศึกษากระบวนการติดตั้งความรู้ ด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับนักประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยในทุกกระบวนการของการทำวิจัยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและนักวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการคืนข้อมูลให้กับชุมชนประกอบไปด้วย

- 1) การวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน
- 2) การกำหนดเนื้อหาที่จะนำไปคืนข้อมูล
- 3) การคืนข้อมูลกับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder)
- 4) การวิเคราะห์สถานภาพของสื่อในชุมชนและการนำเอาข้อมูลจากการคืนข้อมูลให้กับชุมชนไปวางแผนผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การสร้างนักประชาสัมพันธ์ในชุมชน มีกระบวนการคัดเลือกคนเข้าสู่กิจกรรมพัฒนา Smart User หรือนักประชาสัมพันธ์ชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่จะเข้ามาเป็นนักประชาสัมพันธ์ชุมชนต้องมีคุณลักษณะ เช่น มีความตั้งใจทำงาน ใจรักงาน

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในชุมชนและพื้นที่: การสืบสานวัฒนธรรมชาวไทยพวน ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี จังหวัดนครนายก” โดยได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

<sup>1, 2, 3</sup> สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ส่วนรวม มีความสามารถทางการสื่อสาร มีองค์ความรู้เรื่องวัฒนธรรมไทยพวน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ฯลฯ

กระบวนการติดตั้งความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ความรู้เรื่องกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์หรือชุมชน การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผล

**คำสำคัญ:** นักประชาสัมพันธ์ชุมชน, การเสริมศักยภาพ, การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

## Abstract

The objectives of the research were 1) to study communication process for utilize the Office of the Higher Education (OHEC) 's research results to the community and the area and 2) to study the equipment process of Community PR Officer with the knowledge of public relations (PR). Data Collection and research methodology used in this research were Participatory Action Research (PAR) focusing on the participation of the community and the researcher.

The research found that the process of returning the research data to the community was 1) the community problem analysis, 2) the selected content that would be returned to the community, 3) the data returning to the Stakeholder, 4) the analysis of media status used in the community and the use of information from the returning of research data to the community to be used in media planning to create PR media.

For the process of creating Community PR Officer, there was the process of selecting candidates for the activity to develop Smart User or Community PR Officer. The research found that the characteristics of the Smart User or Community PR Officer were, for example, having willingness to work, having willingness to work for a common purpose, having the ability to communicate, having knowledge of Thai Puan culture, and being friendly, etc.

The process to equip the community with PR knowledge was divided into 4 steps; the situation or community analysis, planning, communication and evaluation.

**Keywords:** Community Public Relations Officer, Capacity Empowerment, Research Utilization

## บทนำ

เมื่อกล่าวถึงการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยส่วนใหญ่แล้วมักจะหมายถึงการนำผลการวิจัยไปนำเสนอผลงานในเวทีประชุมวิชาการ หรือการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบถึงผลการวิจัยมากกว่าที่จะนำไปใช้ประโยชน์ให้เห็นเป็นรูปธรรม และส่วนใหญ่มักจะจำกัดในแวดวงวิชาการเท่านั้น จึงทำให้ผลงานวิจัยถูกนำไปใช้ประโยชน์ได้น้อย ซึ่งสวนทางกับจำนวนงานวิจัยที่ถูกผลิตออกมามากมายในแต่ละปี จากแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ โครงการ “การสื่อสารเพื่อใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในชุมชนและพื้นที่: การสืบสวนวัฒนธรรมชาวไทยพวน ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี จังหวัดนครนายก” เป็นหนึ่งในโครงการ **การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร** ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสารโดยเน้นประโยชน์ต่อพื้นที่และชุมชนเป็นสำคัญ โดยมีรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่มีความหลากหลายตามบริบทและตามสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน

ทั้งนี้โครงการวิจัยที่นำมาใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่นี้เป็นส่วนหนึ่งในงานวิจัยของ สกว.หรือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งเป็นองค์กรที่ผลักดันขับเคลื่อนประเทศผ่านงานวิจัยมาอย่างยาวนานมีการสนับสนุนให้เกิดการศึกษาพัฒนาต้นทุนความรู้ผ่านงานวิจัยไปในระบบกลไกต่าง ๆ ของสังคมผ่านกลุ่มคนและภาคส่วนต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วม และกำหนดยุทธศาสตร์ในการนำงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) การใช้ประโยชน์ด้านนโยบาย 2) ด้านสาธารณะ 3) ด้านพาณิชย์ 4) ด้านชุมชนและพื้นที่ และ 5)ด้านวิชาการ เพื่อให้งานวิจัยไม่อยู่ในสถานะ “ขึ้นหิ้ง” อีกต่อไป แต่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาเพื่อให้เกิดประโยชน์กับสังคม ชุมชน และกลุ่มคนได้อย่างทั่วถึง

โดยโครงการ “การสื่อสารเพื่อใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในชุมชนและพื้นที่: การสืบสานวัฒนธรรมชาวไทยพวน ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี จังหวัดนครนายก” เป็นโครงการที่เน้นเรื่องการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้านชุมชนและพื้นที่ โดยได้นำเอางานวิจัยเรื่อง การศึกษาประวัติศาสตร์ไทยพวนเพื่อการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่เหมาะสมกับบริบทตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก โดยจรินทร์ ยอดมิ่ง และคณะ (2557) มาใช้ประโยชน์และคืนความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนั้นกลับสู่ชุมชนที่เป็นเจ้าของผลงานซึ่งงานวิจัยของจรินทร์ชี้ให้เห็นถึง ปัญหาเรื่องการบริหารจัดการวัฒนธรรมโดยเฉพาะในเรื่องการสืบทอดอัตลักษณ์ ใน 4 ด้าน (อาหาร ภาษา การแต่งกาย และวัฒนธรรมประเพณี) ของชาวไทยพวน ในจังหวัดนครนายก ทั้งในเรื่องการเข้าใจเรื่องอัตลักษณ์ไม่ตรงกัน เนื่องมาจากการอพยพโยกย้ายถิ่นฐานมาจากหลากหลายที่ ทั้งยังไม่มีกำนันตึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งอัตลักษณ์บางอย่างของชาวไทยพวนเริ่มสูญหาย นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเรื่องของมองไม่เห็นคุณค่าของความเป็นพวนของคนในชุมชน รวมทั้งเด็กและเยาวชนไม่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน

จากปัญหาดังกล่าวที่มวิจัยในฐานะคนนอกชุมชนจึงได้ทำงานร่วมกับนักวิจัยท้องถิ่นและคนในชุมชน ร่วมกันสร้างเครื่องมือการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ อัตลักษณ์ไทยพวนเพื่อแก้ปัญหา โดยกระบวนการทำวิจัยในครั้งนั้นนอกจากจะเป็นการคืนข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชาวไทยพวนทั้ง 4 ด้านที่ได้มาจากงานวิจัยในครั้งแรกให้กับชุมชนแล้ว ยังมีโจทย์สำคัญคือ ที่มวิจัยจะสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างที่มวิจัยกับชุมชนที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมเพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์ของชาวไทยพวนอย่างไร การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์จะช่วยแก้ปัญหาการเผยแพร่ อัตลักษณ์และบริหารจัดการวัฒนธรรมไทยพวนอย่างไร ซึ่งกระบวนการดังกล่าว ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกกระบวนการ และเพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนที่มวิจัยจึงได้ติดตั้งความรู้ในเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ชุมชนสามารถปรับไปใช้กับงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อคืนผลงานวิจัย สกว. ไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่
2. เพื่อศึกษากระบวนการติดตั้งความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับนักประชาสัมพันธ์ชุมชน

## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. แนวทางการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

กาญจนา แก้วเทพ (2553) ได้เสนอรูปแบบการนำประโยชน์ผลงานวิจัยด้านวัฒนธรรมโดยได้นำเสนอมิติของการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย 4 มิติ คือ

- (1) มิติของลักษณะกิจกรรม มิตินี้จะเป็นคุณลักษณะร่วมกันกับการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในสาขาอื่น ๆ ในมิตินี้ยังแยกออกได้เป็นอีก 7 คุณลักษณะย่อย ดังนี้ 1) **สถานะของการคืนข้อมูลแก่ชุมชน** การคืนของข้อมูลให้แก่ชุมชนนี้ถือเป็นกระบวนการที่จะทำให้งานวิจัยชิ้นหนึ่งมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพราะวิธีการนี้ได้ใช้รูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) เนื่องจากชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาโจทย์การวิจัย การให้ข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และท้ายที่สุดก็คือ การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์/สังเคราะห์ 2) **เป้าหมายของการคืนข้อมูล** เป้าหมายของการคืนข้อมูลนั้นทำได้หลายแบบ เช่น เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อสร้างความสมบูรณ์ของข้อมูล เพื่อจัดระบบชุดความรู้-ข้อมูลกลับคืนให้ชุมชน เพื่อตรวจสอบปฏิกิริยาของชุมชน เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนเกิดการขบคิด/ทบทวนต่อประเด็นการวิจัย และเพื่อช่วยกระตุ้นให้ชุมชนค้นคิดกิจกรรมสำหรับอนาคต เพื่อคณะวิจัยจะได้ให้ข้อเสนอแนะแก่ชุมชน 3) **รูปแบบของการคืนข้อมูล** เช่น การนำเสนอแบบปากเปล่า (oral presentation) การแจกเอกสารสรุปแล้วอ่านพร้อมกัน การนำเสนอด้วยภาพถ่ายประกอบผลการวิจัย การนำเสนอด้วย PowerPoint การจัดเวทีเสวนาที่มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมให้ข้อเสนอแนะด้วย และการนำเสนอในรูปแบบโปสเตอร์/นิทรรศการ
- 4) **กลุ่มเป้าหมาย (Target Group)** เป็นประเด็นที่นักวิจัยจะต้องตัดสินใจว่าจะ

คืนข้อมูลให้กับกลุ่มเป้าหมายใดที่สำคัญไม่จำเป็นต้องเป็นคนทั้งชุมชนเสมอไป

5) การคัดเลือกและจัดระบบ/ออกแบบเนื้อหาข้อมูล (Message Selection/ Design) ในส่วนของเนื้อหาควรจะเกี่ยวข้องกับเป้าหมาย 6) ระยะเวลา/สถานที่/วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ โดยทั่วไปควรจะเลือกสถานที่ในชุมชนเพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง และเปิดโอกาสสำหรับการเข้าร่วมของชุมชน สำหรับระยะเวลาที่ใช้้นั้นควรเป็นช่วงเวลาที่ชุมชนมีความสะดวก ไม่สั้นและไม่ยาวจนเกินไป 7) ผู้นำเสนอข้อมูล อาจจะเป็นไปได้ทั้งนักวิจัยจากภายนอกและตัวแทนของชุมชน

(2) มิติของการทำงานกับสถาบัน เป็นมิติที่เน้นการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้านวัฒนธรรมให้มีการความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งที่เรียกว่าเป็น “วัฒนธรรม” นั้นจะต้องมีคุณสมบัติประการหนึ่งคือ มีอายุยืนยาว วัฒนธรรมนั้น ๆ จะต้องเข้าไปอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันในชุมชน/ในสังคม (institutionalization)

(3) มิติของการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยตามแนวทาง สวช. กระทรวงวัฒนธรรม อาศัยแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์จากการวิจัยตามทิศทางของด้านมนุษยศาสตร์ที่ได้กล่าวไปข้างต้น บวกผสมกับแนวทางการทำงานด้านวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมและสวช. การพิจารณาเรื่องการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์จึงอาจพิจารณาตามเป้าหมายการทำงานของ สวช. ทั้งนี้โดยมี “ตัวแปร” คือสถานภาพของวัฒนธรรมพื้นบ้านแต่ละชนิดในพื้นที่เป็นตัวกำหนดเป้าหมาย

(4) มิติกลยุทธ์การทำงานวัฒนธรรม เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมที่มีอดีตมายาวนานมีการสั่งสมวัฒนธรรมมาตั้งแต่ครั้งโบราณกาล แต่ในเวลาเดียวกันสังคมไทยก็เปิดรับวัฒนธรรมใหม่ ๆ ในการพิจารณาเรื่องการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยจึงจะมีหลักแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การทำงานวัฒนธรรมในสภาพการณ์ที่มีวัฒนธรรมทั้งเก่าและใหม่มาพบกัน

สำหรับงานวิจัยขั้นนี้มุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญกับมิติกิจกรรมมากที่สุด เนื่องจากนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบของการคืนข้อมูลให้กับชุมชนจำเป็นต้องอาศัยกิจกรรมเพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน

## 2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์โดย กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้อธิบายเรื่องสื่อกับกลุ่มชาติพันธุ์ไว้อย่างน่าสนใจว่าชาติพันธุ์จะมี "อัตลักษณ์" (ethnic identity) ที่แยกออกจากคนอื่น ๆ ดังนั้น กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ จึงเหมือนกระบวนการสร้างเอกภาพของชาติ กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างผ่านเรื่องเล่า (narration) การใช้สัญลักษณ์ การประกอบพิธีกรรม การสร้างภาพลักษณ์ ฯลฯ

ในเชิงของการสื่อสาร สื่อทางเลือกเป็นเครื่องมือในการสื่อสารของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อทางเลือกที่กลุ่มชาติพันธุ์นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารตรงกับสื่อกระแสหลักหรือสื่อมวลชน คือ มีคุณลักษณะเป็นสื่อที่มีขนาดเล็ก ราคาถูก เข้าถึงง่าย และมีลักษณะ "กระจายตัว" (decentralize) ในแง่ของการเป็นเจ้าของ (ownership) ส่งผลถึงรูปแบบการวางแผนและการนำไปใช้ที่มีลักษณะกระจายตัวและสอดคล้องกับแต่ละท้องถิ่น (localized) ยิ่งไปกว่านั้น สื่อทางเลือกยังเป็นสื่อที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของกลุ่มคนชายขอบเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เช่น สื่อพื้นบ้าน ไม่ว่าจะเป็น ประเพณี หรือพิธีกรรมต่าง ๆ หรือสื่อบุคคลที่เป็นคนอยู่ในชุมชนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เป็นต้น

ในแง่นี้คำจำกัดความของคำว่า "สื่อ" (media) จึงไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงสื่อกระแสหลักอย่างเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์เท่านั้น หากแต่หมายรวมถึงสื่ออื่น ๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นองค์กรหรือสถาบัน หรือปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ ที่เชื่อมประสานกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น พิธีกรรมทางศาสนา การเข้าร่วมสมาคมมิตรภาพ ในขณะที่ ศรีปาน รัตติกาลชลากร (2537) ศึกษาบทบาทของสื่อพื้นบ้านในวัฒนธรรมมอญ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ พบว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านแบบมอญ เช่น ประเพณีสงกรานต์ การละเล่น เป็นอัตลักษณ์มอญแบบหนึ่งที่ช่วยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ภายในชุมชน ให้แสดงอัตลักษณ์และประกาศตัวตนความเป็นมอญ

ในขณะที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้เครื่องมือการสื่อสาร คือ การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการสื่อสารอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านของชาวไทยพวน ต.เกาะหวาย

อ.ปากพลี จ.นครนายก โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ปัญหา วางแผน สื่อสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผล

### 3. แนวคิดการประชาสัมพันธ์ชุมชน

บุษบา สุธีธร (2559) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เข้าไปเกี่ยวข้องของในมิติ การบริหารชุมชนในเรื่องการบริหารความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้น การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ ในชุมชนจึงหมายถึง การกำหนดแนวทางและการบริหารจัดการในการดำเนินการ สื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้น ระหว่างชุมชนกับกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนด้วยกระบวนการทำงานอย่างเป็น ขั้นตอน ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ชุมชน การวางแผน งานประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และการประเมินผล การประชาสัมพันธ์ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ในการทำงานของชุมชนให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายหรือตามแผนที่ชุมชนวางไว้

โดยผู้บริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์ชุมชนจะต้องทำงานเพื่อสนับสนุน ให้ชุมชนบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ด้านต่าง ๆ ที่กำหนดในแผนงานพัฒนา ชุมชน ด้วยการบริหารจัดการด้านการสื่อสารภายในชุมชนกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชน อย่างเป็นระบบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอนดังนี้

- 1) การประเมินสถานการณ์ เกี่ยวกับเป้าหมายและความต้องการชุมชนหรือปัญหา ที่ชุมชนเผชิญอยู่ ตลอดจนบริบทแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อเป้าหมายชุมชน
- 2) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายภาคีร่วมดำเนินการ กลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กลวิธีหรือ ช่องทางในการสื่อสาร รวมถึงแหล่งทรัพยากรงบประมาณ และผู้รับผิดชอบ ในการดำเนินการในแต่ละกิจกรรม เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ตามแผนงาน โครงการต่าง ๆ ของชุมชน
- 3) การดำเนินงานสื่อสารผ่านช่องทางและเครื่องมือ สื่อสารต่าง ๆ ตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดและติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน ให้เป็นที่ไปตามที่วางแผน
- 4) การประเมินผลการดำเนินงานทั้งด้านผลผลิต และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการสิ้นสุด



#### 4. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2549) กล่าวว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการสื่อสารที่ไม่เน้นการสื่อสารในรูปแบบการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร แต่เป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารในรูปแบบของการปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่หลากหลาย ได้ร่วมมือกันพัฒนา “กระบวนการสื่อสาร” ระหว่างกันและกันในลักษณะของการเห็นหน้าค่าตากัน เช่น การพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในสถานที่ต่าง ๆ ในประเด็นที่สำคัญต่อชุมชน นอกจากนี้ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่หลากหลายได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะการสื่อสารจะเกิดขึ้นในลักษณะของการเห็นหน้าค่าตากัน หรือการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารต่าง ๆ ก็ตาม แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารที่จำเป็นต้องดำเนินการภายใต้เงื่อนไขที่ “คู่สื่อสาร” มีความรู้สึกเท่าเทียมกัน การรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ตลอดจนความไว้วางใจกัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจ การยอมรับ และการตัดสินใจร่วมกันในการนำข้อสรุปจากการพูดคุยไปสู่การตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ ในชุมชนร่วมกันอย่างสมานฉันท์

สำหรับแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้เป็นแนวทางหลักในการทำวิจัยในครั้งนี้โดยทุกกระบวนการของการทำวิจัยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ชุมชน นอกจากนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันออกไป เช่น ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม ในขณะที่เยาวชนมีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิตสื่อ เป็นต้น

#### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งในทุกกระบวนการของการทำวิจัยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและนักวิจัย โดยมีพื้นที่เป้าหมายหลัก 4 ชุมชน

ได้แก่ ชุมชนบ้านเกาะหวาย บ้านใหม่ บ้านท่าแดง และบ้านฝั่งคลอง-ท่าแดง ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี จ. นครนายก โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

1) การวิเคราะห์ปัญหาพร้อมกับชุมชนและการออกแบบเนื้อหาสำหรับการคืนข้อมูลให้กับชุมชน กิจกรรมดังกล่าวเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมีวิจัยและทีมีวิจัยท้องถิ่นจำนวน 12 ท่าน ณ วัดฝั่งคลอง ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี จ.นครนายก ในวันที่ 17 มกราคม 2559

2) การคืนข้อมูลงานวิจัยให้กับชุมชน โดยคืนข้อมูลให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากตัวแทน 4 ชุมชนได้แก่ ชุมชนบ้านเกาะหวาย บ้านใหม่ บ้านท่าแดง และบ้านฝั่งคลอง-ท่าแดง ต.เกาะหวาย อ.ปากพลี จ.นครนายก จำนวน 39 ท่าน ณ วัดปทุมวงษาวาส (วัดบ้านใหม่) ในวันที่ 23 พฤษภาคม 2559

3) กิจกรรมการค้นหาผู้มีศักยภาพเพื่อฝึกอบรมการเป็นนักประชาสัมพันธ์ชุมชน กิจกรรมนี้เป็นการค้นหาผู้มีศักยภาพมาเข้าร่วมกิจกรรมที่ 4 โดยมีตัวแทนจากนักวิจัยท้องถิ่นและทีมีวิจัยรวมทั้งตัวแทนจากชุมชน 4 ชุมชน จำนวน 10 ท่าน ณ วัดปทุมวงษาวาส (วัดบ้านใหม่) ในวันที่ 10 ตุลาคม 2559

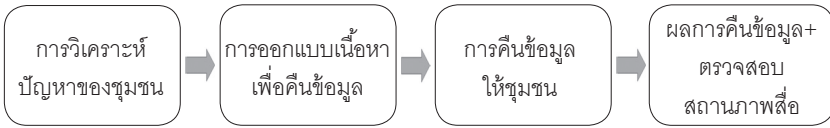
4) การอบรมเชิงปฏิบัติการการติดตั้งความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยนำผู้ผ่านเกณฑ์เข้าอบรมทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ชุมชน มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 15 คน ณ วัดปทุมวงษาวาส (วัดบ้านใหม่) ในวันที่ 16-17 ธันวาคม 2559

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปประเด็นสาระสำคัญ ๆ ได้ดังนี้

1. กระบวนการสื่อสารเพื่อนำผลการวิจัยของ สกว. ไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่

จากวัตถุประสงค์ที่สำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้ที่มุ่งเน้นการคืนผลวิจัยเรื่องการศึกษาประวัติศาสตร์ไทยพวนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เหมาะสมกับบริบทของตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ทีมีวิจัยได้ออกแบบการคืนข้อมูลให้กับชุมชนโดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้



**ภาพที่ 1** แสดงกระบวนการการสื่อสารเพื่อนำผลการวิจัย สกว. ไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่

จากแผนภาพที่แสดงกระบวนการสื่อสารเพื่อนำผลงานวิจัย สกว. ไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่นั้นมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

**1.1 การวิเคราะห์ปัญหาของชุมชนเพื่อทำความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการวัฒนธรรมไทยพวน** จากการวิเคราะห์ปัญหาของชุมชนร่วมกันระหว่างทีมนักวิจัยและนักวิจัยท้องถิ่นได้ข้อสรุปร่วมกันดังนี้ 1) ความต้องการเผยแพร่ผลงานวิจัยเรื่อง การศึกษาประวัติศาสตร์ไทยพวนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เหมาะสมกับบริบทของตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ในเรื่องอัตลักษณ์ของชาวไทยพวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาหาร การแต่งกาย ภาษา และวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยพวนให้แพร่หลาย โดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกชุมชน 2) ร่วมกันค้นหาแนวทางการ **ในการคืนข้อมูล** โดยแนวทางที่ชุมชนและทีมนักวิจัยเลือกคือ “การใช้เวทีคืนข้อมูล” ให้กับชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งการจัดเวทีการคืนข้อมูลจะทำให้ทุกคนที่เข้าร่วมในเวทีมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมร่วมที่อาจจะมิได้มองเห็น หรือข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันออกไป

**1.2 การออกแบบเนื้อหาเพื่อนำเสนอหรือคืนข้อมูลให้กับชุมชน** โดยการตรวจสอบข้อมูลกับชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม การออกแบบเนื้อหาเพื่อนำไปเสนอต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากจะนำข้อสรุปจากงานวิจัยไปนำเสนอเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องแล้ว ยังออกแบบให้การคืนข้อมูลเป็นเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ด้านอัตลักษณ์ร่วมกัน ทั้งยังเป็นการเติมเต็มข้อมูลด้านดังกล่าวให้เกิดความสมบูรณ์ด้วยเช่นกัน

**1.3 การคืนข้อมูลกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholder)** การคืนข้อมูลให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นคือ (1) การตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องกับชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม (การตีความงานวิจัยของทีมีวิจัยว่าเข้าใจได้ถูกต้องหรือไม่) และ (2) เป็นการสืบค้นข้อมูลจากชุมชนไทยพวนทั้ง 4 ชุมชนและชุมชนไทยพวนอื่น ๆ ใน อ.ปากพลี จ.นครนายก ตามรายละเอียดดังนี้ 1) **การคืนข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูลกับชุมชนในเรื่องอัตลักษณ์ 4 ด้าน และการค้นหาเนื้อหาหรือ Message ที่ชุมชนต้องการนำไปสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โดยในขั้นตอนนี้เนื้อหาที่ทีมีวิจัยเตรียมมาเป็นการย่อยข้อมูลจากเล่มวิจัยที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาทางวัฒนธรรมด้านภาษา การแต่งกาย อาหาร และวัฒนธรรมประเพณี** 2) **กระบวนการคืนข้อมูลทำให้สมาชิกในชุมชนได้มาพบปะกัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้เรื่องไทยพวน ซึ่งในบางครั้งการมาจากต่างที่กันทำให้เกิดข้อค้นพบว่า อัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ทั้งเรื่องของอาหาร การแต่งกาย ภาษา วัฒนธรรมประเพณี นั้นบางชุมชนอาจจะหายไปบ้าง เช่น อาหารบางอย่างหรือการเล่นบางอย่างไม่มีอยู่ในชุมชนแล้ว หรือบางชุมชนอาจจะยังอยู่ครบหรืออาจจะมีการผิดเพี้ยนไปจากอดีต ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาของวัฒนธรรมที่ย่อมมีการปรับตัว**

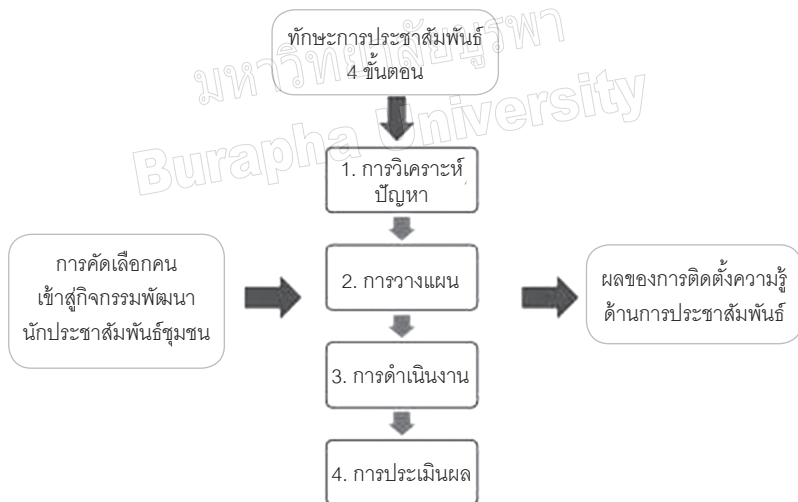
**1.4 ผลการคืนข้อมูล (นำไปสู่ข้อมูลที่จะทำการผลิตสื่อ)** ผลจากการคืนข้อมูลยังนำไปสู่การเลือก “เนื้อหา” เพื่อที่จะนำไปเป็นข้อมูลในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยพวน โดยทีมีวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะว่าหากจะเลือกเนื้อหาเพื่อที่จะนำเสนอความเป็นไทยพวนในอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน สิ่งไหนคือสิ่งที่สะท้อนความเป็นไทยพวนมากที่สุด ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมเลือกตั้งนี้ 1) **ด้านอาหาร** แบ่งออกเป็นอาหารคาวและอาหารหวาน โดยอาหารคาวได้เลือกเมนู แกงจืด เจียวปลาแดะ และปลาแด่ ส่วนอาหารหวานเลือก ขนมคาบหมู ข้าวจี ข้าวกระยาจก ข้าวสารท ข้าวเหนียวแดง 2) **ด้านการแต่งกาย** ชุมชนได้เลือกรูปแบบการแต่งกายที่คนในชุมชนคิดว่าเป็นการแต่งกายที่สะท้อนความเป็นไทยพวนมากที่สุดดังนี้ **เครื่องแต่งกายชาย** กางเกงขาก๊วย+เสื้อคอกลมผ่าอกสีพื้น+ผ้าขาวม้าคาดเอว หรือ กางเกงขาก๊วย+เสื้อม่อฮ่อม+ผ้าขาวม้าคาดเอว **เครื่องแต่งกายหญิง** ประกอบไปด้วย เสื้อแขนกระบอกคอกลม+ผ้าสไบเฉียง+

ผ้าขึ้นลายเชิงคลุมเช่า หรือ เสื้อคอกระเช้าหลากสี+ผ้าสไบเฉียง+ผ้าขึ้น หรือ เสื้อมะกะแหล่ง+ผ้าสไบเฉียง+ใจกระเบน 3) **วัฒนธรรมประเพณี** แบ่งออกเป็นประเพณี และการละเล่น **ประเพณี**ที่นำเสนอโดยชุมชนได้แก่ พิธีสูตรเสื้อผ้า พิธีบายศรีสู่ขวัญ และตีกลองทาน ส่วน**การละเล่น** ได้แก่ ลำพวน นางด้งนาง-สารท ลำตัดพวน รำโทน 4) **ภาษา** ที่ประชุมเสนอให้ทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้านภาษา เช่น คำทักทาย ข้อความต้อนรับอาจจะเขียนเป็นภาษาไทยแต่ใช้ตัวอักษรแบบภาษาพวน

ในกิจกรรมนี้ยังได้มีการร่วมกันวิเคราะห์**สถานภาพของสื่อที่ใช้กันอยู่ในชุมชนควบคู่กัน**ไปเพื่อที่จะนำผลทั้งผลจากการวิเคราะห์สื่อร่วมกันระหว่างทีมวิจัยและผู้เข้าร่วมกิจกรรมพบว่า สื่อที่ใช้กันในชุมชนประกอบไปด้วยสื่อต่าง ๆ ดังนี้ สื่อบุคคล สื่อกระจายเสียง สื่อใหม่ สื่อพื้นบ้าน/สื่อกิจกรรม สื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ และพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะสื่อบุคคลและสื่อใหม่ เช่น ไลน์ แอปพลิเคชัน มีบทบาทในเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรม หรือแจ้งข่าวสารให้กับคนในชุมชน ทั้งเป็นประกาศทั่วไป เช่น งานบวช งานแต่งงาน การจัดกิจกรรมงานไทยพวน สื่อสองประเภทนี้เป็นที่นิยมกันมาก เนื่องจากสะดวกและเข้าถึงคนได้ง่ายที่สุด นอกจากนั้นสื่อกิจกรรม/สื่อพื้นบ้าน สื่อกลางแจ้ง พื้นที่สาธารณะ จะใช้ในวาระพิเศษ เช่น ประเพณีบุญข้าวจี่ ที่จะใช้วัดฝั่งคลองเป็นสถานที่จัดงานเพื่อให้คนทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน หรือคนที่ไม่ใช่ไทยพวนมาทำกิจกรรมร่วมกัน ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์นั้นโดยทั่วไปใช้สำหรับการให้ข้อมูลข่าวสารความเป็นมาและวัฒนธรรมชาวไทยพวนให้กับผู้มาศึกษาดูงานได้อ่านเพื่อเป็นความรู้ สำหรับสื่อที่ชุมชนต้องการจัดทำเพื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทยพวน พบว่า สื่อที่ชุมชนต้องการนั้นต้องเป็นสื่อที่ใช้งานได้แต่ไม่ซับซ้อน เนื่องจากผู้ที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยพวนคือผู้สูงอายุ หากใช้สื่อที่เป็นเทคโนโลยีมากเกินไปอาจจะเกิดปัญหาในเรื่องของการใช้งาน ดังนั้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจึงได้เลือกสื่อที่จะใช้เผยแพร่ คือ แผ่นพับ และ Facebook Fanpage

## 2. กระบวนการติดตั้งความรู้ด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ให้กับ นักประชาสัมพันธ์ชุมชน

กระบวนการติดตั้งความรู้ด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ให้กับนักประชาสัมพันธ์ชุมชนนั้นที่มิวิจัยได้ออกแบบกระบวนการพัฒนา Smart User โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการค้นหาคนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม ตลอดจนการออกแบบการติดตั้งความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้เข้าร่วมอบรมเพื่อที่จะได้นำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่อัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านตามที่ชุมชนต้องการต่อไป โดยมีกระบวนการดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการติดตั้งความรู้ด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ให้กับนักประชาสัมพันธ์ชุมชน

### 2.1 กระบวนการคัดเลือกคนเข้าสู่กิจกรรมพัฒนา Smart User หรือนักประชาสัมพันธ์ชุมชน

ในการคัดเลือกบุคคลเพื่อเข้ามาฝึกอบรมการเป็น Smart User หรือนักประชาสัมพันธ์ชุมชนโดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกส่วนหนึ่งมาจากทีมวิจัยให้เกณฑ์และส่วนหนึ่งมาจากนักวิจัยท้องถิ่น โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้ข้อค้นพบว่า ผู้ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการเสริมสร้างศักยภาพมีคุณลักษณะดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ชุมชน

1) **ตั้งใจทำงาน** ผู้ที่จะเข้ามาทำงานนั้นต้องตั้งใจทำงาน พร้อมเป็น “ชาลวย” ด้วยกันทุกงาน มีความตั้งใจอยากพัฒนาองค์ความรู้เรื่องไทยพวนให้ขยายไปยังชุมชนอื่นทั้งที่เป็นคนพวนด้วยตัวเองและไม่ใช่คนพวน 2) **ใจรักงานส่วนรวม** เนื่องจากการทำงานเพื่อส่วนรวมส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยมีค่าตอบแทน นอกจากนั้นจะต้องเสียสละทั้งเวลา และเงินทอง เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือเดินทางไปในที่ต่าง ๆ ดังนั้นต้องมีใจรักในงานส่วนรวมและเสียสละ 3) **นักวิจัยเดิม** การทำกิจกรรมในรอบนี้มีความจำเป็นต้องคัดเลือกทีมวิจัยท้องถิ่นเดิม เนื่องจากมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องของกิจกรรมเป็นอย่างดีแล้ว และที่สำคัญเป็นการให้เกียรติทีมวิจัยเดิมที่ได้ร่วมทำงานกันมา 4) **มีความสามารถทางการสื่อสาร** ผู้ที่เข้ามาฝึกอบรมการเป็น Smart User ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้น ต้องมีความสามารถทางการสื่อสารเพื่อบอกกล่าวเล่าเรื่องวัฒนธรรมไทยพวนให้กับผู้อื่นได้ 5) **เป็นตัวแทนชุมชน** ส่วนหนึ่งที่มีนักวิจัยท้องถิ่นคัดเลือกคนเข้าฝึกอบรมคือ การที่บุคคลผู้นั้นเป็นตัวแทนจากชุมชนอื่น เนื่องจากงานวัฒนธรรมบางครั้งอาจจะไม่ใช่ของ ชุมชนใด ชุมชนหนึ่ง เพราะฉะนั้นการนำผู้นำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจะสามารถขยายความรู้เรื่องวัฒนธรรมไทยพวนไปยังชุมชนของตนเองได้ 6) **มีองค์ความรู้เรื่องวัฒนธรรม**

**ไทยพวน** บุคคลที่เข้ามาเป็นตัวแทนในการฝึกอบรมการเป็น Smart User ต้องมีองค์ความรู้เรื่องวัฒนธรรมไทยพวนเป็นอย่างดี จึงจะสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปขยายต่อได้ 7) **มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี** งานประชาสัมพันธ์มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น เช่น การพบปะกับบุคคลอื่นและเป็นตัวแทนของชุมชนเพื่อไปเผยแพร่วัฒนธรรมไทยพวนตลอดเวลา ดังนั้นจึงต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น 8) **มีความคล่องตัวในการทำงาน** เช่น การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งผู้นำชุมชน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องคล่องตัวเพื่อติดต่อประสานงานการขอความร่วมมือกับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งสามารถใช้เทคโนโลยีบางอย่างเป็น เช่น การใช้ไลน์ เป็นต้น 9) **มีตำแหน่ง** จากการคัดเลือกบุคคลที่เข้ามาร่วมฝึกอบรมการเป็น Smart User นั้นบางคนมีตำแหน่ง เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ประธานสภาวัฒนธรรม อดีตผู้อำนวยการโรงเรียน ประธานชุมชน ซึ่งการมีตำแหน่งหน้าที่นี้จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและระดมคนเพื่อเข้ามาช่วยเหลือกิจกรรมของทางชุมชนได้เป็นอย่างดี

กระบวนการคัดเลือกคนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอบรมการเป็น Smart User นี้เป็นลักษณะสำคัญของนักประชาสัมพันธ์ชุมชนที่มีความแตกต่างจากนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ชุมชนมีลักษณะการทำงานที่ไม่ใช่งานประจำ ไม่มีค่าตอบแทน และยังคงเสียสละทั้งเวลา กำลังทรัพย์ การที่ได้ Smart User ที่มีลักษณะเป็นตัวจริงเสียจริงและทำงานด้วยความสมัครใจ จะทำให้งานประชาสัมพันธ์ชุมชนขับเคลื่อนไปได้

## 2.2 กระบวนการติดตั้งความรู้และทักษะด้านการประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ชุมชนเพื่อทบทวนและวิเคราะห์ปัญหาของชุมชนในเรื่องการเผยแพร่ความรู้เรื่องอัตลักษณ์ของชาวไทยพวนโดยใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมในการสร้าง smart user ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยในกระบวนการ Empowerment หรือการติดตั้งความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ให้กับผู้เข้าอบรมนั้น ที่มีวิสัยได้นำหลักการการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ปัญหา 2) การวางแผน 3) การสื่อสารและ 4) การประเมินผล มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ชุดความรู้ทางด้านการประชาสัมพันธ์ด้านอัตลักษณ์ชุมชน โดยอาศัยทักษะกระบวนการประชาสัมพันธ์ดังนี้



## 1) การวิเคราะห์ปัญหา

การวิเคราะห์ปัญหาหรือประชุมเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชน เป็นการฝึกให้ผู้เข้าร่วมอบรมการเป็น Smart User โดยการให้วิเคราะห์ตนเองว่าในเรื่องของวัฒนธรรมไทยพวนนั้นมีปัญหาใดบ้าง ซึ่งจากการวิเคราะห์ร่วมกับผู้เข้าร่วมการอบรม พบว่า ชุมชนมีปัญหาในการขยายความรู้เรื่องอัตลักษณ์ไทยพวน และจะใช้การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างไรเพื่อให้คนพวนที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน คนพวนในชุมชนอื่นรับรู้อัตลักษณ์ของไทยพวนได้ตรงกัน และหากจะทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังกลุ่มคนอื่นที่ไม่ใช่คนไทยพวนต้องทำอย่างไร

จากปัญหาดังกล่าวการกำหนดเครื่องมือประชาสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนในฐานะ “คนใน” หรือเป็นเจ้าของสิทธิวัฒนธรรมได้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมไทยพวนที่ตรงกัน นอกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนในชุมชนแล้ว คนพวนที่อยู่ในชุมชนอื่นและคนนอกชุมชน ต่างก็เป็นกลุ่มเป้าหมายในการเผยแพร่ความรู้เรื่องอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านของชาวไทยพวน ดังนั้น ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ทางด้านความรู้เรื่องอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านและการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์

## 2) การวางแผนการดำเนินงาน

ในขั้นตอนวางแผนการดำเนินงานนี้ ทีมวิจัยได้ทำการ empowerment ผู้เข้าร่วมอบรมโดยฝึกให้ผู้เข้าอบรม กำหนดกลุ่มเป้าหมายวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ และการกำหนดเนื้อหาหรือสาร (Message) ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มที่ต้องการจะทำการประชาสัมพันธ์ โดยขั้นตอนในการวางแผนนี้ เป็นการติดตั้งความรู้ในการเลือกใช้สื่อ และการเลือกสารที่จะนำมาลงในสื่อแต่ละชนิด จากการวางแผนดำเนินงานร่วมกัน ได้ข้อสรุปดังนี้

- การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยการวางแผนการดำเนินงานร่วมกันทำให้ได้ข้อสรุปในเรื่องของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 3 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มคนในชุมชน 2) กลุ่มคนพวนชุมชนอื่น ๆ และ 3) กลุ่มคนนอก เช่น นักท่องเที่ยวคนที่เข้ามาดูงาน

- เนื้อหาหรือสารในการประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเอาข้อมูลมาจากการวิจัยที่นักวิจัยท้องถิ่นได้ข้อค้นพบว่าไทยพวนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ อาหาร เครื่องแต่งกาย วัฒนธรรมประเพณี และภาษา มานำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมาย ได้รับความทราบ อย่างไรก็ตามเนื้อหาของอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านนั้นมีมากดังนั้นผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีการแบ่งกันย่อยเนื้อหาและคัดเลือกเฉพาะเนื้อที่เด่น ๆ เพื่อนำเสนอ

- สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์กับคนในสื่อที่ใช้ควรเป็นสื่อบุคคลอาศัยการบอกเล่าเก้าสิบตามงานวัด หรืองานบุญ เสียงตามสาย หรือการจัดตั้งกลุ่มไลน์เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์คนในที่อยู่ในชุมชนอื่น ควรเป็นสื่อกิจกรรม หรือการประชุม การประชาสัมพันธ์ภายนอกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่มาดูงาน ควรเป็นสื่อที่สามารถพกพาได้ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนได้เป็นจำนวนมาก ผู้เข้าอบรมจึงเลือกสื่อแผ่นพับ และ Facebook Fanpage

ในกระบวนการวางแผนนี้ผู้เข้าอบรมสามารถเลือกสื่อและสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และงบประมาณที่มีอยู่ รู้ข้อดี ข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด ที่วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ระดมความคิดเห็นว่าหากต้องเลือกสื่อที่เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์จะเลือกใช้สื่ออะไร โดยพิจารณาข้อดีและข้อเสีย โดยผู้เข้าร่วมอบรมสรุปว่าควรเลือกสื่อ ได้แก่ สื่อแผ่นพับ (ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่เลือกสื่อแผ่นพับมาตั้งแต่กิจกรรมคืนข้อมูลแล้วแต่ยังไม่ทราบถึงข้อดีและข้อเสียของสื่อ) และให้เหตุผลว่าสื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่พกพาสะดวก นำมาใช้ได้ง่าย แต่ก็มีข้อเสียคือราคาแพง ส่วน Facebook Fanpage เป็นสื่ออีกหนึ่งชนิดที่ผู้เข้าอบรมเลือกเนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถลงรูปภาพและข้อความได้มากกว่าสื่อแผ่นพับ และสามารถอัปเดต (update) ความเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา ซึ่งนับเป็นข้อดีของสื่อประเภทนี้ แต่สื่อประเภทนี้ต้องมีผู้ดูแลที่คอยให้ข้อมูลข่าวสารและลงรูปภาพกิจกรรมสม่ำเสมอ

### 3) การดำเนินการ

ในขั้นตอนนี้ผู้เข้าอบรมต้องนำเอาความรู้ในการเลือก “สาร” (Message design) มาใช้โดยนำเอาข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่มาใส่ในแผ่นพับ และได้มีการฝึกปฏิบัติในการเลือกเนื้อหาของสาร (Message Selection) มาใส่

ลงในแผ่นพับซึ่งพื้นที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้ต้องเลือกเฉพาะสิ่งที่จำเป็น สิ่งที่เป็น “จุดเด่น” ของอัตลักษณ์ หรือ “ไฮไลต์” เท่านั้นที่จะใส่เข้าไปในแผ่นพับได้ เช่น อาหารไทยพวนก็ไม่สามารถใส่ทุกเมนูได้ผู้เข้าร่วมอบรมก็เลือกเฉพาะ “เจียวปลาและ” เมนูที่ทำรับประทานกันทุกบ้านมาใส่ในแผ่นพับ เป็นต้น แต่ทั้งนี้การเลือกเนื้อหาเพื่อนำมาใส่ในแผ่นพับต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและความรู้ รวมถึงทักษะการย่อความของผู้เข้าอบรม ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เข้าอบรมที่เป็นผู้ใหญ่และเยาวชน โดยเยาวชนเข้ามามีส่วนในการพิมพ์เนื้อหาและช่วยกันเลือกรูปภาพเพื่อนำมาประกอบในแผ่นพับ ซึ่งในส่วนนี้เป็นการทดลองดำเนินการผลิตสื่อ โดยนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมเรื่องการผลิตสื่อมาใช้

#### 4) การประเมินผล

จากกิจกรรมติดตั้งความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ กระบวนการประเมินผลเริ่มจากการให้ผู้เข้ารับการอบรมประเมินแผ่นพับ พบว่าสื่อแผ่นพับที่ผู้เข้าร่วมอบรมได้ทดลองทำแม้จะมีข้อผิดพลาดจากเนื้อหาและการขาดภาพประกอบ แต่ผู้เข้าร่วมอบรมก็ได้ชื่นงานสื่อต้นแบบที่ต่อไปในอนาคตชุมชนก็สามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการ ในขณะที่เยาวชนก็มีส่วนร่วมในการผลิตแม้เยาวชนจะระบุว่า มีปัญหาในการพิมพ์เนื้อหาที่อ่านลายมือของผู้อาวุโสที่ออกแบบเนื้อหาไม่ออกและทักษะการพิมพ์ที่ยังช้า ในขณะที่สื่อ Facebook Fanpage ที่แม้ว่าทางทีมวิจัยและผู้เข้าฝึกอบรมได้ร่วมกันสร้าง Fanpage ขึ้นมา แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องหาคนมาดูแลเพื่อที่จะอัปเดตข้อมูลข่าวสาร

### 2.3 ผลจากการ Empowerment หรือการติดตั้งความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์

ผลจากการติดตั้งความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ไทยพวน ทั้ง 4 ด้าน (ภาษา การแต่งกาย อาหาร และวัฒนธรรมประเพณี) ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ทางด้านประชาสัมพันธ์ดังนี้ 1) ทักษะทางด้านประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน (ทักษะการวิเคราะห์ชุมชน/การวางแผน/การดำเนินงาน/การประเมินผล) 2) ทักษะในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 3) ทักษะการวางแผน/การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ 4) ทักษะการเลือกสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (ภายในชุมชน ระหว่างชุมชน และภายนอกชุมชน) 5) ทักษะเลือกสารได้เหมาะสม

กับสื่อ (แฟนเพจและ Facebook Fanpage) 6) ทักษะการเลือกสื่อ (สื่อที่เหมาะสมกับชุมชน/การผสมสื่อต่าง ๆ เข้าด้วยกัน/การทราบถึงข้อดี-ข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิดเพื่อนำไปวางแผนการประชาสัมพันธ์ชุมชนที่เหมาะสมกับบริบทและงบประมาณ

กระบวนการดังกล่าวเป็นการติดตั้งความรู้และกระบวนการการทำงานประชาสัมพันธ์ชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนนับเป็นส่วนสำคัญที่สุดของงานประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานต้องมาจากคนในชุมชน และชุมชนมีการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ตรงจุด และสามารถใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ในการแก้ปัญหาดังกล่าวได้ ในกรณีของชุมชนไทยพวนนั้นชุมชนต่างตระหนักถึงปัญหาในเรื่องของการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชาวไทยพวนทั้งภายในและภายนอกจนสามารถวิเคราะห์ปัญหา และหาแนวทางในการใช้เครื่องมือการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับชุมชนของตนได้ ซึ่งนับเป็นจุดเด่นของการประชาสัมพันธ์ชุมชนที่คนทุกส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการประชาสัมพันธ์

นอกจากนั้นความแตกต่างระหว่างนักประชาสัมพันธ์ชุมชนนั้นมีการสื่อสารแบบแนวราบ (Horizontal Communication) ที่ทุกคนเสมอภาคกันในเรื่องการสื่อสาร สามารถเสนอความคิดเห็นได้ ในขณะที่นักประชาสัมพันธ์ทั่วไปการสื่อสารอาจจะมีลักษณะบนลงล่าง (Top-down Communication) ซึ่งเป็นผลจากนโยบายหรือโครงสร้างขององค์กร

## อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบและประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

### 1. กระบวนการสื่อสารเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่

กระบวนการสื่อสารดังกล่าวต้องมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ทีมวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลร่วมทั้งทำกิจกรรมตามระเบียบวิธีวิจัยที่ออกแบบงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยในทุกกระบวนการของการทำวิจัยเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและนักวิจัยและการทำงานบนพื้นฐานของสิทธิความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมของชุมชน

โดยผลการวิจัย พบว่า กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นมืออยู่ในทุกกิจกรรมที่ที่มิวิจัยได้ออกแบบ ดังนี้

การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาของชุมชนในเรื่องของการสื่อสารอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชาวไทยพวน ซึ่งพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนคือการที่ชุมชนไม่มีความรู้เรื่องอัตลักษณ์ของตนเอง หรือหากรู้ก็เป็นความรู้ที่บอกต่อกันมาทำให้เกิดความรู้ไม่เป็นในทิศทางเดียวกัน หรือปัญหาขาดเยาวชนหรือขาดผู้สืบทอด อันนำมาสู่การวิเคราะห์การใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่อัตลักษณ์ไทยพวนในคนพวนด้วยกัน การเป็นผู้กำหนดเนื้อหา (Message) ในการที่จะทำการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกชุมชน โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าแม้ว่าเนื้อหาในเรื่องของอัตลักษณ์นั้นมืออยู่มากจนไม่สามารถที่จะนำมาเผยแพร่ได้ทั้งหมด ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกหรือกำหนดเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ เช่น การเลือกอาหารที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยพวนได้ดีที่สุด คือ เจียวปลาตะเ� หรือปลาตุ เพื่อนำมาประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ด้านอาหารของชาวไทยพวนการมีส่วนร่วมในการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชาวไทยพวน

โดยสื่อที่เลือกใช้นั้นเหมาะสมและสะดวกกับการใช้งาน และร่วมกันการผลิตสื่อ Facebook และแผ่นพับโดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดเนื้อหาที่จะใส่ลงในสื่อดังกล่าว การกำหนดรูปภาพ และช่วยกันคิดช่วยกันผลิตออกมา การสื่อสารเพื่อนำผลการวิจัยในด้านวัฒนธรรมไปใช้ประโยชน์ในชุมชนและพื้นที่นั้น กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากงานวัฒนธรรมนั้นเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมในทุกระดับการปฏิบัติงานจะทำให้ชุมชนได้สะท้อนปัญหาของตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งนำไปสู่การคิดและร่วมกันแก้ปัญหาในที่สุด สอดคล้องกับ สุภางศ์ จันทวานิช (2531) ที่กล่าวว่าการทำงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ข้อมูลจากการทำวิจัยทุกขั้นตอนชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกำหนดปัญหาแนวทางแก้ไข กระบวนการวิจัยดำเนินไปในลักษณะการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปาริชาต สถาปิตานนท์ (2549) ที่ระบุถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการการสื่อสารว่า การให้ชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการวางแผนการดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมใน

การประเมินผล งานวิจัยชิ้นนี้กล่าวได้ว่ามีกระบวนการทำงานชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการโดยนักวิจัยทำหน้าที่เพียงเป็นผู้อำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือในงานวิชาการ กระบวนการดังกล่าวทำให้เกิดความตระหนักถึงปัญหา และเกิดการระดมความคิดเห็นและช่วยกันแก้ปัญหาชุมชน โดยชุมชนอย่างแท้จริง

## 2. กระบวนการติดตั้งความรู้ด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ชุมชน

งานวิจัยได้ข้อค้นพบว่า กระบวนการเตรียมคนหรือคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมมีส่วนสำคัญอย่างมากในการพัฒนานักประชาสัมพันธ์ชุมชน เนื่องจากงานชุมชนเป็นงานที่ต้องมีความเสียสละ ทั้งเวลา กำลังทรัพย์ หรือต้องมีจิตสาธารณะเป็นอย่างมากในการการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ชุมชนให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งแตกต่างจากงานประชาสัมพันธ์ทั่วไปที่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร ส่วนการเสริมทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ประกอบไปด้วย ทักษะ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์หรือวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน การวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผล โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ เป็นการระบุปัญหาของชุมชนว่า ชุมชนมีปัญหาในเรื่องของการสื่อสารด้านอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก ชุมชนได้ร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนว่า ปัญหาในการขยายความรู้เรื่องอัตลักษณ์ไทยพวนนั้นคืออะไร และจะใช้การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างไรเพื่อให้คนพวนที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน คนพวนในชุมชนอื่น (กลุ่มเป้าหมายภายใน) รับรู้อัตลักษณ์ของไทยพวนได้ตรงกัน และหากจะทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ไปยังกลุ่มคนอื่นที่ไม่ใช่คนไทยพวน (กลุ่มเป้าหมายภายนอก) ต้องทำอย่างไร การวางแผนงาน ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดเนื้อหา การเลือกใช้สื่อ โดยกระบวนการวางแผนนี้ผู้เข้าอบรมสามารถเลือกสื่อและสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายภายนอก) และงบประมาณที่มีอยู่ รู้ข้อดี ข้อจำกัดของสื่อละชนิด ชุมชนได้ร่วมได้ระดมความคิดเห็นว่าหากต้องเลือกสื่อที่เหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์จะเลือกใช้สื่ออะไร โดยพิจารณาข้อดีและข้อเสียของสื่อแต่ละชนิด การดำเนินงาน ผู้เข้ารับการอบรมการเป็นนักประชาสัมพันธ์ชุมชนได้เลือกผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แผ่นพับ และ Facebook Fanpage เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์

ชาวไทยพวน ในขั้นตอนนี้เป็นการฝึกปฏิบัติในการเลือกเนื้อหาของสาร (Message Selection) มาใส่ลงในแผ่นพับซึ่งพื้นที่มีอยู่อย่างจำกัดทำให้ต้องเลือกเฉพาะสิ่งที่จำเป็น สิ่งที่เป็น “จุดเด่น” ของอัตลักษณ์ หรือ “ไฮไลท์” เท่านั้น ส่วนสื่อ Facebook Fanpage เป็นสื่อที่ผู้เข้าอบรมเห็นว่าเป็นช่องทางที่จะสามารถทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรม หรือแจ้งข่าวสารของชาวไทยพวน นอกจากนั้นยังสามารถเป็นช่องทางในการเผยแพร่อัตลักษณ์ไทยพวนและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้อีกทางหนึ่ง การประเมินผล ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็น การประเมินผลระหว่างการค้าดำเนินงาน โดยเป็นการประเมินสื่อที่ผลิตทั้งเรื่องของการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา การร่วมกันออกแบบ เป็นต้น ทั้งนี้กระบวนการประชาสัมพันธ์ชุมชน สอดคล้องกับ บุษบา สุธีธร (2559) ที่กล่าวว่า การประเมินสถานการณ์เกี่ยวกับเป้าหมายและความต้องการของชุมชนหรือปัญหาที่ชุมชนเผชิญอยู่ การวิเคราะห์ตนเองและชุมชนเพื่อให้เกิดการร่วมกัน กำหนดตำแหน่งของชุมชน (Positioning) อัตลักษณ์ชุมชนและตำแหน่งของชุมชน เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางหรือกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้อง และสนับสนุนอัตลักษณ์และตำแหน่งของชุมชนให้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ การที่ชุมชนได้คิดและวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันเป็นการสร้างช่องทางการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) การประชาสัมพันธ์สนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มคนในชุมชน และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน อันเป็นการเสริมพลังซึ่งกันและกัน นอกจากนั้นการประชาสัมพันธ์จัดได้ว่าเป็นการสื่อสารที่มีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้งานวิจัยชิ้นนี้ยังได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่อัตลักษณ์ชุมชนนั้น การให้สิทธิความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมเป็นเรื่องสำคัญมาก การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมร่วมได้มาแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน ทำให้เห็นภาพการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน และนำสู่แนวทางในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมชาวไทยพวนร่วมกัน นอกจากนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนเป็นผู้กำหนดเนื้อหาทางด้านอัตลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มภายในและภายนอก ซึ่งเนื้อหา

ด้านอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้านนั้นมีมาก ดังนั้น ชุมชนต้องเป็นฝ่ายเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอโดยร่วมกันโหวตอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นเพื่อนำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์เท่านั้น โดยกระบวนการดังกล่าวที่มิวิจัยได้ทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูล ให้ข้อเสนอแนะ และเป็นเพียงผู้อำนวยการความสะดวกในการดำเนินงานคืนข้อมูลเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2553) ที่กล่าวว่า การที่กลุ่มบุคคลภายนอกวัฒนธรรมจะเข้าไปร่วมมือดำเนินกิจกรรมฟื้นฟู สืบทอด หรือส่งเสริมเผยแพร่สื่อพื้นบ้านร่วมกับ ชุมชนนั้นต้องยึดหลักแนวคิดเรื่อง **“สิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม”** โดยกระบวนการขั้นตอนการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการกับวัฒนธรรมนั้น ต้องถือให้เป็นสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรมซึ่งเป็นทั้งผู้ก่อกำเนิด เป็นผู้กำลังใช้และเป็นผู้ที่ต้องรับผลต่าง ๆ เป็นผู้ตัดสินใจ ส่วนบทบาทคนภายนอกสามารถให้ข้อมูล ข้อคิด ให้ความรู้ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้ แต่ต้องไม่เป็น “ผู้ตัดสินใจแทนชุมชน” โดยหลักการเรื่องการตัดสินใจนี้คือแนวคิดเรื่อง Tradition of Selection (ประเพณีแห่งการเลือกสรร) ที่การสืบทอดวัฒนธรรมชุมชนจะมีแบบแผนในการคัดสรรว่าจะคัดเลือกอะไรเก็บไว้ จะคัดอะไรทิ้งไป จะปรับเปลี่ยนอย่างไร การให้ชุมชนเป็นผู้ตัดสินใจทุกขั้นตอนจึงเป็นการบริหารจัดการเพื่อ **“การเสริมพลังอำนาจทางวัฒนธรรม” (Empowerment)** ให้แก่ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

## ข้อเสนอแนะสำหรับการประยุกต์ใช้

1. การทำประชาสัมพันธ์ชุมชนควรเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เช่น การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น การให้ข้อมูล ปฏิบัติงานแนะนำ ฯลฯ ทั้งนี้ระดับการมีส่วนร่วมขึ้นอยู่กับบริบทของชุมชนและความสะดวกความสามารถของแต่ละบุคคลในชุมชน



## ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยในพื้นที่อื่นที่มีบริบทของชุมชนที่แตกต่างเพื่อหารูปแบบหรือโมเดลการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ชุมชน
2. งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งสร้างนักประชาสัมพันธ์ชุมชนเป็นหลัก งานวิจัยครั้งต่อไปนอกจากจะสร้างนักประชาสัมพันธ์แล้วควรเพิ่มเติมเรื่องการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของชุมชนเพื่อให้เห็นถึงประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ในภาคประชาชน

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2560). *เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชนและสื่อพิธีกรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- กาญจนา แก้วเทพ และรัตติกาล เจนจัด. (2553). *การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้านการบริหารจัดการวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดีสันเพรสโปรดักส์.
- จรินทร์ ยอดมิ่ง และคณะ. (2557). *การศึกษาประวัติศาสตร์ไทยพวนเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมกับบริบทตำบลเกาะหวาย อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- บุษบา สุธีธร. (2559). "การบริหารจัดการและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในชุมชน" ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารจัดการและกลยุทธ์การสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: แนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศรีปาน รัตติกาลชลลธร (2537). *บทบาทของสื่อพื้นบ้านในวัฒนธรรมมอญในอำเภอพระประแดง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2531). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.