

การศึกษาอัตลักษณ์และการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสระบัว

Identity Study and Meaning Communication for Promoting Tourism in Ban Srabua

พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่ง เรืองโรจน์

Phuangchomphu Chaiala Sangrung ruengroj

ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Corresponding author, E-mail : puangchompu.c@msu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์และการสื่อความหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสระบัว อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม” เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีวัตถุประสงค์ได้แก่ 1) เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนสระบัว 2) เพื่อค้นหาแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน จากการศึกษาพบว่า สมาชิกในชุมชนมีการรับรู้อัตลักษณ์ของตน 3 ด้านเรียงลำดับดังนี้ 1) เป็นชุมชนที่มีศิลปวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.86, ระดับมาก) 2) เป็นชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับนครจำปาศักดิ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74, ระดับมาก) 3) เป็นชุมชนพัฒนาต้นแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.53, ระดับมาก) อย่างไรก็ตามเมื่อนำการรับรู้อัตลักษณ์ของสมาชิกชุมชนในแต่ละช่วงอายุมาเปรียบเทียบกัน จะพบว่าเยาวชน (อายุ 6-18 ปี) มีการรับรู้อัตลักษณ์น้อยกว่าผู้ใหญ่ (อายุ 36-60 ปีขึ้นไป) ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงได้จัดกระบวนการการเรียนรู้อัตลักษณ์ของชุมชนให้กับกลุ่มเยาวชน โดยการสร้างกิจกรรมการผลิตภาพยนตร์สั้นและฐานกิจกรรมเรียนรู้ภูมิปัญญาที่มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนให้แก่เยาวชน ซึ่งนอกจากจะเป็นการเรียนรู้และสืบทอดอัตลักษณ์แล้วยังเป็นฝึกทักษะการสื่อสารที่สามารถนำไปใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลจากการจัดกิจกรรมพบว่าเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความเข้าใจ (ค่าเฉลี่ย 4.55, ระดับมากที่สุด) และภูมิใจ (ค่าเฉลี่ย 4.55, ระดับมากที่สุด) ในอัตลักษณ์ของชุมชนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนต่อการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านการจัดป้ายนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 5.00, ระดับมากที่สุด) สื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.90, ระดับมากที่สุด) สื่อวิทยุชุมชน/หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 4.38, ระดับมาก) และสื่อภาพยนตร์สั้น (ค่าเฉลี่ย 4.38 และ 3.69, ระดับมาก) รวมไปถึงการได้รู้จักผู้ใหญ่ในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.45, ระดับมาก) และเกิดการสื่อสารกับปราชญ์ชุมชนมากยิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.34, ระดับมาก)

ผลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการพบว่า แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีดังนี้ 1) การสื่อสารภายในชุมชนควรมีบทบาทในการเป็นกลไกให้ชุมชนจัดการทรัพยากร และบทบาทในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการเข้ามามีบริหารจัดการท่องเที่ยว และมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน โดยใช้การจัดป้ายนิทรรศการ สื่อวิทยุชุมชน/หอกระจายข่าว รวมทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่ชุมชนมีการใช้อย่างประจำ 2) การสื่อสารภายนอกชุมชนควรมีบทบาทในการกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว บทบาทในการสร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และบทบาทในการให้ความรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว และเข้าใจถึงแนวทางในการปฏิบัติตนเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน โดยใช้การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ง่ายต่อการเข้าถึงและแพร่กระจายข้อมูลและก่อให้เกิดการเรียนรู้ต่อเนื่อง โดยการสื่อสารทั้ง 2 ประการนี้ เยาวชนสามารถเป็นผู้สื่อสารได้ โดยมีปราชญ์ชุมชนเป็นที่ปรึกษาด้านเนื้อหา และครูในโรงเรียนบ้านสระบัวเป็นที่ปรึกษาการรู้เท่าทันสื่อ

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ ; การสื่อสารอัตลักษณ์ ; การสื่อสารท่องเที่ยว ; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ABSTRACT

The research topic "Identity study and meaning communication for promoting tourism in Ban SraBua" is a participatory action research. The objectives of the research are 1) to identify identities of Ban SraBua community 2) to identify guidelines used to communicate community's identities for promoting Ban SraBua community. The research found that the community members were aware of 3 key identities which are 1) the community members are moral. ($\bar{x} = 3.86$, high level) 2) the community can somewhat relate to Ancient city NakornJumpasri ($\bar{x} = 3.72$, high level) 3) the community is a master of development community ($\bar{x} = 3.53$, high level). However, when compared the identity perception between members in various spans of ages. It found that the youth (6-18 years old) perceive identity less than the adults do (36-more 60 years old). Thus, this research used local wisdom and short film production as the tools for the youth to learn and inherit the community identity. Besides, the activities helped them practice their communication skill so they can effectively communicate the community identity for promoting an SraBua community.

The results show the participating youth understand ($\bar{x} = 4.59$, highest level) and took pride ($\bar{x} = 4.55$, highest level) of community identity. Confidence in their potential for communicate community's identities in bulletin board ($\bar{x} = 5.00$, highest level) social media ($\bar{x} = 4.90$, highest level) community radio/ tower broadcasting ($\bar{x} = 4.38$, highest level) short media ($\bar{x} = 4.38$, high level) be familiar with adult in community ($x = 4.45$, high level) more communicate with local scholars ($\bar{x} = 4.34$, high level)

The guideline to communicate community's identities for promote Ban SraBua community are 1) the communication in community : The communication ought to move community for manage community resource by themselves and construct the identity for promote the participatory tourism management and have the pride in community's identities by bulletin board, community radio/ tower broadcasting, interpersonal communication which the channel that is used in community 2) the communication outside community: The communication ought to stimulate the tourist attention , construct the meaning and educate for heritage tourism . For urge the tourist to travel Ban SraBua community and understand the way for performance when travel in the heritage tourism by social media which ease of access to and dissemination of information and continuous learning. The 2 types of communication, the sender can be the youth through the local wisdom can be adviser in contents and the teacher of Ban SraBua School can be adviser in media literacy.

Keywords : Identity ; IdentityCommunication ; Heritagetourism ; Tourism Communication

บทนำ

จังหวัดมหาสารคามมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถานที่สำคัญอยู่หลายแห่ง อาทิ พระธาตุนาดูน วัดมหาชัย พระพุทธรูปยืนมิ่งเมือง พระพุทธรูปยืนมงคล และกุสินตรัตน์ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ อาทิ วนอุทยานโกสัมพีนวนอุทยานชีหลง แก่งเลิงจาน เขตห้ามล่าสัตว์ป่านาดูลำพัน ในปี 2553 จังหวัดมีรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประมาณ 288.11 ล้านบาท ซึ่งจากการสำรวจความต้องการของประชาชนในพื้นที่พบว่าต้องการให้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดให้เป็นรูปธรรม เช่น หมู่บ้านโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ของแผนพัฒนาจังหวัดมหาสารคามปี 2557-2560 ด้วยเหตุนี้จึงทำให้พิพิธภัณฑ์กุสินตรัตน์มีความสำคัญในฐานะเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมนครจำปาศรีที่เคยรุ่งเรืองในอดีต และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อีกแห่งหนึ่งของจังหวัดมหาสารคาม โดยกุสินตรัตน์นั้นเป็นหนึ่งในโบราณสถานของเมืองโบราณสมัยทวารวดี “นครจำปาศรี” ซึ่งหลักฐานทางโบราณคดีบ่งชี้ว่ามีโบราณสถานปรากฏหนาแน่นอยู่ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมือง ซึ่งประกอบด้วยร่องรอยของโครงสร้างโบราณสถานจำนวนมากถึง 35 แห่ง ถึงแม้ในปัจจุบันจะยังคงเค้าโครงชัดเจนเพียงไม่กี่แห่ง ได้แก่ กุณ้อย กุสินตรัตน์ ศาลานางขาว และโบราณสถานพระธาตุนาดูน ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากุสินตรัตน์นั้นนอกจากจะมีความเกี่ยวข้องกับเมืองโบราณสมัยทวารวดีแล้วยังเกี่ยวข้องกับพระธาตุนาดูนหรือพุทธมณฑลอีสาน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคาม ที่คนจำนวนมากมีความศรัทธาให้ความเคารพนับถือ เดินทางมาปฏิบัติธรรม และบูชากราบไหว้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นกุสินตรัตน์จึงมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตามหากเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายใต้กระบวนการท่องเที่ยวแบบทางเลือกแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพราะการท่องเที่ยวตามกระบวนการนี้เป็นการท่องเที่ยวที่อำนาจในการ

บริหารจัดการอยู่ในมือเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งจะมีความแตกต่างจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กระบวนการท่องเที่ยวกระแสหลัก ที่อาจมีความหมายในระดับที่เอา “มิติวัฒนธรรม” มาเป็นจุดขายเท่านั้น [1] ซึ่งการศึกษาของ เณริศชัย ศุภมงคล ลาก [7] ได้แสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้นต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนหลายด้าน เช่น การขอความร่วมมือให้ชุมชนพัฒนาทุนวัฒนธรรมต่างๆที่มีอยู่ เช่น การซ่อมแซมบ้านเรือน การรวบรวมเรื่องเล่าของชุมชน ฯลฯ และการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่าหมู่บ้านสระบัว เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองโบราณ “นครจำปาศรี” และอยู่ไม่ห่างจากพิพิธภัณฑสถานกุสินตรัตน์ ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าสมาชิกในชุมชนยังคงมีวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างกุสินตรัตน์ พระธาตุนาดูนและศาลานางขาว ในฐานะที่พึ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจ เช่น การร่วมพิธีสงฆ์กุสินตรัตน์ การระบำจำปาศรีเพื่อบวงสรวงกุสินตรัตน์และพระธาตุนาดูน การบูชาสักการะศาลา นางขาว เมื่อจะประกอบพิธีสำคัญของชุมชน นอกจากนั้นความเชื่อของสมาชิกเรื่องการห้ามฆ่าสัตว์ในบริเวณหมู่บ้าน รวมถึงการทำบุญบ้าน หรือ “บุญซำฮะ” ที่เป็นประเพณีที่ป้องกันไม่ให้สิ่งร้ายๆเข้ามาในหมู่บ้าน ซึ่งถือเป็นบุญใหญ่ของหมู่บ้าน ได้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าชุมชนหมู่บ้านสระบัวมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑสถานกุสินตรัตน์รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชนให้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตามการที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความจดจำ ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวจนเกิดการบอกต่อ ส่งผลให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปได้นั้น อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากในการทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีจุดขายที่ไม่เหมือนใครและเกิดเอกลักษณ์ของตัวแหล่งท่องเที่ยวเอง ดังเช่นการศึกษาของชินโรส ถินวิไลสกุล [6] ที่ได้ทำการศึกษาสื่อพื้นบ้านกับการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา และได้ให้ข้อเสนอแนะที่เกิดจากการวิจัยว่าชุมชนควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับประเพณีที่เคยมีมาแต่เดิม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนบ้าน



สละบัว และทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยนำกระบวนการเรียนรู้ ภูมิปัญญาและการผลิตภาพยนตร์สั้น เป็นเครื่องมือธำรงรักษา (Maintain) อัตลักษณ์ ตามแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับอัตลักษณ์ของ De Fina [1] เพื่อเป็นพื้นฐานในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งแนวคิดการเปิดพื้นที่สาธารณะของชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดภายใต้มุมมองของ “กระบวนการผลิตทางวัฒนธรรม (Cultural production) ซึ่งในอดีตนั้นชุมชนมักมีการเปิดพื้นที่สาธารณะไว้ในวาระโอกาสต่าง ๆ เช่น ประเพณีฮีต 12 คอง 14 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการทำกิจกรรมร่วมกันของคนส่วนใหญ่ในชุมชน เพื่อสืบทอดความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึกร่วม การสร้างอัตลักษณ์ร่วม การให้หลักประกันทางจิตใจ ฯลฯ แต่ในปัจจุบันเมื่อสภาพชีวิตของคนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนเปลี่ยนไป ทำให้ในการจัดงานประเพณีต่าง ๆ มักจะมีกลุ่มคนเฉพาะคนแก่เป็นส่วนใหญ่ ส่วนเด็กเยาวชนและผู้ใหญ่นั้นจะเข้าร่วมงานน้อยลง ซึ่งหมายความว่าพื้นที่สาธารณะที่เคยทำหน้าที่เป็นแหล่งเฝ้าหลอม “ความเป็นชุมชน” ได้หดตัวลงไป ดังนั้นการจัดกิจกรรมครั้งนี้จึงเป็นการสร้างสรรค์เปิดพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์ “ความเป็นชุมชน” ให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น [1] โดยการวิจัยครั้งนี้ได้รวมไปถึงการสร้างความเข้มแข็งของอัตลักษณ์ของชุมชนด้วย ซึ่งผลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการนี้ผู้วิจัยจะได้นำไปเป็นแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านสระบัวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านสระบัวเพื่อค้นหาแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนหมู่บ้านสระบัว

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการค้นหาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนหมู่บ้านสระบัว ตามกระบวนการทศการท่องเที่ยวแบบทางเลือก โดยใช้กรอบตัวตน (Personal frame) เป็นแนวทางในการค้นหาอัตลักษณ์และกรอบการแสดงออก (Enacted frame) ร่วมกับบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

แนวคิดการสื่อสารกับอัตลักษณ์

นันทนัย ประสานนาม [6] กล่าวว่า อัตลักษณ์ (Identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองเห็นตนเองและการที่คนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนัก (Awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือเราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนคือการระบุได้ว่า เรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไรและ “ฉันเป็นใคร” ในสายตาคนอื่น

เชียรชัย อิศรเดช [8] กล่าวว่า “อัตลักษณ์” เป็นลักษณะที่บอกความเป็น “ตัวตน” (Selfness) ของ “กลุ่มคน” (Group) โดยผู้เป็น “เจ้าของวัฒนธรรม” นั้น ซึ่งอาจจะบอกผ่านวิถีชีวิตด้านต่างๆที่พยายามทำให้แตกต่างจากคนกลุ่มอื่น ไม่ว่าจะเป็นภาษา เครื่องแต่งกาย การร้องเพลงรำว่า อาหาร พิธีกรรม พิธีการ ฯลฯ โดยอาจจะมีการตราข้อกำหนดกฎเกณฑ์หรือธรรมเนียมปฏิบัติ ตลอดจนความเชื่อที่มีลักษณะเฉพาะให้เป็นที่ยึดถือร่วมกันในกลุ่มอัตลักษณ์นั้นๆ

กาญจนา แก้วเทพ [1] ได้สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับอัตลักษณ์ว่า มนุษย์นอกจากจะแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดข่าวสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกันแล้ว มนุษย์ยังสื่อสารโดยมีเป้าหมายที่จะบอกว่า “เราคือใคร” และในขณะที่ใช้การสื่อสารเพื่อบอกคนอื่นว่า “เราคือใคร” ก็ยังใช้การสื่อสารเพื่อบอกคนอื่นเพิ่มเติมว่า “แล้วเขาเป็นใคร” และท้ายที่สุดก็จะทำการสื่อสารว่า “เราเหมือน/ต่างกับเขาอย่างไร” จากความสัมพันธ์ดังกล่าว De Fina ได้สรุปบทบาทของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือประกอบสร้าง (Construct) ธำรงรักษา (Maintain) และต่อรอง (Negotiate) อัตลักษณ์อยู่ตลอดเวลา

การศึกษานี้ได้พิจารณาอัตลักษณ์ว่ามีลักษณะที่หลากหลายและเคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของทฤษฎีการสื่อสารอัตลักษณ์ (The communication theory of Identity) ของ M. Heecht และคณะ (อ้างใน Littlejohn, 2009 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2555: 51) ที่ได้นำเสนอวิธีการวิเคราะห์อัตลักษณ์โดยจัด “กรอบ/ช่วงชั้น” (frame/layer) ของอัตลักษณ์ออกเป็น 4 ประเภทคือ Personal frame กรอบ/ชั้น

ของอัตลักษณ์ประเภทนี้คือแนวคิดเรื่อง “ตัวตน” (Self) เป็นอัตลักษณ์/วิธีการ/ข้อสรุปที่เราบอกตัวเองว่า “เราเป็นใคร” Enacted frame กรอบ/ชั้นของการกระทำ (Performance) หรือการแสดงออก (expression) ของอัตลักษณ์ของเราต่อผู้อื่น เป็นอัตลักษณ์ที่เราบอกกับคนอื่นว่าเราเป็นใคร โดยผ่านการสื่อสารแบบต่าง ๆ Relational frame เป็นอัตลักษณ์ที่อยู่ใน “ความสัมพันธ์กับคนอื่น” โดยจะมีการตระหนักถึงอัตลักษณ์นี้ในกรอบนี้เมื่อผ่านความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เช่น เราจะเห็นอัตลักษณ์ของเราในฐานะ “พ่อแม่” เมื่อเรามีความสัมพันธ์กับ “ลูก” Communal frame เป็น “อัตลักษณ์ร่วม” (Collective identity) ที่มีร่วมกับคนอื่นในกลุ่มเดียวกัน เช่น เป็นกลุ่มคนมอญเหมือนกัน การศึกษาครั้งนี้ได้นำกรอบ/ช่วงชั้นของอัตลักษณ์มาเป็นแนวทาง โดยใช้กรอบตัวตน (Personal frame) เป็นแนวทางในการค้นหาอัตลักษณ์ของและกรอบการแสดงออก (Enacted frame) เป็นแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสระบัว ตลอดจนการนำกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาและการผลิตภาพยนตร์สั้น เป็นพื้นที่สาธารณะ ที่เปิดให้สมาชิกในชุมชนได้สืบทอดความรู้ ความเข้าใจในอัตลักษณ์ของชุมชนอันเป็นพื้นฐานในการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

แนวคิดการสื่อสารกับการท่องเที่ยว

กาญจนา แก้วเทพ [4] กล่าวว่า การท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายประเภทตั้งแต่ครั้งอดีตที่อาจจะเป็นการเดินทางร่อนเร่อย่างไม่มีจุดหมายเพื่อแสวงหาที่ทำการใหม่ การค้าขายทางไกลบนเส้นทางสายไหมหรือการจาริกแสวงบุญ และยิ่งนับประเภทของการท่องเที่ยวก็ยิ่งแตกยอดออกมาอย่างไม่หยุดยั้งโดยยังคงรักษารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างเดิมเอาไว้อย่างครบถ้วน ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การท่องเที่ยวเพื่อสาธารณะประโยชน์ การท่องเที่ยวระยะสั้น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวแบบสนุกสนานรื่นรมย์ การท่องเที่ยวสุขภาพ การท่องเที่ยวธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การท่องเที่ยวในโลกเสมือน และ การท่องเที่ยวจาริกแสวงบุญ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

สมสุข หินวิมาน [3] ได้ประมวลภาพรวมบทบาทหน้าที่ของสื่อกับการท่องเที่ยวไว้หลายบทบาท ซึ่งบทบาทของสื่อกับการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยมีความเห็นว่ามีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ หน้าที่ในการกระตุ้นความสนใจ/ การกระทำ

เป็นอีกบทบาทหนึ่งของสื่อมวลชนที่ช่วยรณรงค์ / โฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ / ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปในวงกว้าง เช่น การใช้โฆษณารณรงค์เชิญชวนท่องเที่ยวไทยของ ททท. หน้าที่ในการให้ความรู้ คือ บทบาทในการให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยว ภูมิอากาศ/ภูมิประเทศ/การทำมาหากิน อาหาร วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อทางศาสนาของผู้คน ฯลฯ หน้าที่สร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยว สื่อมวลชนทำหน้าที่ “กำหนด” (Assign) ความหมายบางอย่างให้กับองค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว เช่น การกำหนดความหมายในการรับรู้ของผู้ชมว่า การท่องเที่ยวที่มีความสุขนั้นต้องอยู่ในบรรยากาศที่โรแมนติกและอินทรีนดี้ ซึ่งการประกอบสร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยวเป็นจุดร่วมกับแนวคิดของสำนักวัฒนธรรมศึกษาหน้าที่ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ นอกจากสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ประกอบสร้างความหมายให้แก่องค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวแล้ว พื้นที่ของสื่อมวลชนยังส่งผลสะท้อนกลับมายัง “ตัวนักท่องเที่ยว” เพื่อทำหน้าที่สื่อสารให้เห็นว่า “ใครเป็นใครในปริศนาแห่งวัฒนธรรมการท่องเที่ยว” ที่เรียกว่าเป็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวนั่นเองหน้าที่ในการเป็นกลไกให้ชุมชนจัดการทรัพยากรชุมชน อนุรักษ์และพัฒนา วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ที่การสื่อสารได้รับมอบหมายจากกระบวนการทัศน์การท่องเที่ยวแบบทางเลือกที่พิจารณาว่า การท่องเที่ยวควรจะถูกจัดวางให้เป็น “กลไกในการพัฒนาชุมชนในทุก ๆ ด้าน” มากกว่าจะเป็น “ช่องทางหากิน” เท่านั้นการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดการสื่อสารกับการท่องเที่ยวเป็นแนวทางในการวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมต่อการสื่อสารท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการการมีส่วนร่วมจากสมาชิกในชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นปราชญ์ชุมชน การศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากสมาชิกในชุมชน และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยใช้กระบวนการอบรมผลิตภาพยนตร์สั้นและการเรียนรู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับนักเรียนโรงเรียนบ้านสระบัว



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือสมาชิกในชุมชนหมู่บ้านสระบัว ตำบลกุสั่น ต.รัตน อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในชุมชนจำนวน 4 คนได้แก่ 1) นายสุภาพ บุตรวิเศษ 2) นายประกอบ ประเทง 3) นางเบญจา ปักกาต 4) นายมณูญ ไชยสงคราม โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจด้าน วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง เพื่อทำการ ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อค้นหาอัตลักษณ์และกระบวนการ สร้างอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสระบัว และเข้าร่วมกิจกรรมในฐานะผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาสมาชิกในชุมชนที่มีอายุตั้งแต่ จำนวน 100 คน ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เพื่อทำการให้สัมภาษณ์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสระบัว

เยาวชนนักเรียนโรงเรียนบ้านสระบัวชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 จำนวน 29 คน ซึ่งได้มาโดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อทำการเข้าร่วมกิจกรรม การผลิตภาพยนตร์สั้นและรับการถ่ายทอดภูมิปัญญา เพื่อค้นหา แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน บ้านสระบัว

เครื่องมือการวิจัย

การวิเคราะห์เอกสาร ประวัติคนจำปาศรีประวัติชุมชน บ้านสระบัว แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจบริบทชุมชนในเชิงประวัติศาสตร์

แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structured interview protocol) เป็นคำถามปลายเปิด โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth interview) กับประชากรชุมชนจำนวน 4 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลของ ชุมชน ในมิติด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา รวมทั้งอัตลักษณ์และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน จากนั้นผู้วิจัยนำผลที่ได้ไปออกแบบเนื้อหาแบบสอบถามเพื่อทำการ ตรวจสอบการรับรู้อัตลักษณ์เหล่านี้จากสมาชิกในชุมชนต่อไป

แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ แบ่ง ออกเป็น 2 ส่วนคือ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการ

รับรู้อัตลักษณ์ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่ง โครงสร้าง (Semi - structured Interview Protocol) เพื่อตรวจสอบและเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้จากประชากรชุมชน

กระบวนการผลิตภาพยนตร์สั้นและการเรียนรู้ภูมิปัญญา ของนักเรียนโรงเรียนบ้านสระบัว ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือ ในการส่งเสริมให้เยาวชนชุมชนหมู่บ้านสระบัวได้เกิดการเรียนรู้ และธำรงรักษา (Maintain) อัตลักษณ์ของชุมชนรวมทั้งค้นหา แนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยใช้การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and taxonomy) ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนสระบัว และนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ รวมไปถึงการใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์ระดับการรับรู้อัตลักษณ์ ผลการเรียนรู้ของ เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาและการผลิต ภาพยนตร์สั้น เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านสระบัว

ผลการวิจัย

เมืองโบราณนครจำปาศรีและชุมชนหมู่บ้านสระบัว เมืองโบราณนครจำปาศรีเป็นชุมชนโบราณขนาดใหญ่มีสถานะ เป็นศูนย์กลางของชุมชนขนาดเล็กที่รายรอบ ดำรงสถานะเป็น ศูนย์กลาง โดยเฉพาะศูนย์กลางทางด้านศาสนาทั้งศาสนาพุทธ และพราหมณ์ ฮินดู เริ่มต้นตั้งแต่สมัยวัฒนธรรมทวารวดี ซึ่งมี พุทธศาสนานิกายหินยาน เป็นกระแสวัฒนธรรมหลักในราวพุทธ ศตวรรษที่ 14 -16 ก่อนที่จะคลี่คลายเข้าสู่กระแสวัฒนธรรมขอม ซึ่งมีศาสนาพราหมณ์-ฮินดู เป็นวัฒนธรรมหลักในช่วงพุทธ ศตวรรษที่ 16-17 และเมื่อล่วงเข้าสู่พุทธศตวรรษที่ 18 จึงเกิด การปรับเปลี่ยนทางด้านวัฒนธรรมอีกครั้ง จากศาสนาพราหมณ์ - ฮินดู ไปสู่พุทธศาสนานิกายมหายาน

หลักฐานทางโบราณคดีไม่ว่าโบราณวัตถุหรือโบราณ สถานที่พบ บ่งชี้ว่ามีการตั้งถิ่นฐานของผู้คนทั้งภายในและ ภายนอกขอบเขตคูเมืองและกำแพงเมืองของเมืองนครจำปาศรี โดยเฉพาะโบราณสถานนั้น ปรากฏหนาแน่นอยู่ทางด้านทิศตะวันออก

ตกเฉียงใต้ของเมืองนครจำปาศรี โดยเฉพาะโบราณสถานนั้น ปรากฏหนาแน่นอยู่ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเมือง ซึ่งประกอบด้วยร่องรอยของโครงสร้างโบราณสถานจำนวนมากถึง 35 แห่ง แต่ที่ยังคงเค้าโครงชัดเจนนั้น มีเพียงไม่กี่แห่ง ได้แก่ โบราณสถานที่สำคัญ คือ กู่น้อย กู่สันตรัตน์ ซึ่งอยู่นอกเขตคูเมือง กำแพงเมือง ส่วนโบราณสถานสำคัญที่ตั้งอยู่ภายในเขตกำแพงเมืองคูเมือง คือ ศาลาางขาว ขณะที่โบราณสถานพระธาตุนาดูน ซึ่งเป็นจุดที่ขุดค้นพบสถูปดินเผาขนาดเล็ก รวมทั้งกลุ่มพระพิมพ์ดินเผานั้น เป็นโบราณสถานที่ตั้งอยู่ไกลจากแนวคูเมืองกำแพงเมืองมากที่สุด โดยตั้งอยู่ทางด้านทิศใต้นอกกำแพงเมืองห่างออกมาประมาณ 4 กิโลเมตร

ทั้งนี้เมื่อสันนิษฐานว่าหลังพุทธศตวรรษที่ 18 เมืองนครจำปาศรียังคงมีการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชนโบราณต่อเนื่องมาอีกระยะหนึ่ง ก่อนที่จะเสื่อมลงและเกิดการทิ้งร้างไปในที่สุด กระทั่งมีการเคลื่อนย้ายเข้ามาของผู้คนในสมัยหลัง แล้วพัฒนาเป็นบ้านเป็นเมืองอย่างเข้มข้นขึ้นอีกครั้ง ซึ่งปัจจุบันชุมชนที่มีการเคลื่อนย้ายเข้ามาอาศัยก็คือชุมชนบ้านสระบัวนั่นเอง

บ้านสระบัว หมู่ที่ 6 ต.กู่สันตรัตน์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2417 ผู้ตั้งบ้านคือ พ่อเชียง สีลา กับแม่พิมพ์ ซึ่งเป็นครอบครัวหนึ่งอยู่เมืองศรีภูมิ (อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด) ประกอบอาชีพ ทำไร่ ทำนา เพราะเห็นว่ามีพื้นที่เหมาะแก่การทำไร่ นา จึงอพยพครอบครัวย้ายจากเมืองศรีภูมิมาตั้งหลักปักฐานที่บ้านโพธิ์ การทำมาหากินยังขาดแคลนอยู่ พ่อเชียง สีลา จึงสำรวจหาแหล่งที่สมบูรณ์แล้วได้มาพบแหล่งหนึ่ง คือบ้านโนนสูง ซึ่งยังไม่มีผู้อาศัยอยู่ในสมัยนั้นไม่มีเขตหวงห้ามเพราะบ้านเมืองยังไม่เจริญ พ่อเชียง สีลา จึงปรึกษาคณะครอบครัวจึงตกลงกันอพยพมาอยู่ที่โนนสูง บุคเบิกที่ทำกินเป็นเวลา 30 ปีเศษ ต่อมาหมู่บ้านเกิดโรคระบาดผู้คนเจ็บไข้ได้ป่วยล้มตาย จึงได้อพยพหนีโรคระบาดมา โดยกลุ่มแรกมาตั้งหลักอยู่บริเวณบ้านกู่และโนนเมือง กลุ่มที่ 2

อพยพมาอยู่ตามแนวฝั่งหนองน้ำ ซึ่งเป็นที่ลุ่มอุดมสมบูรณ์ จึงตั้งถิ่นฐานมาตามทุกวันนี้ และตั้งชื่อว่า “บ้านสระบัว” เพราะในหนองน้ำอุดมไปด้วยบัวนานาชนิดเป็นหนองน้ำสาธารณะประโยชน์ มาหลายร้อยปี เป็นหนองน้ำประจำหมู่บ้านจึงตั้งชื่อหมู่บ้านตามหนองน้ำแห่งนี้

อัตลักษณ์ของชุมชนสระบัว

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกในชุมชนหมู่บ้านสระบัวมีการรับรู้อัตลักษณ์ชุมชน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับการรับรู้อัตลักษณ์ ดังกล่าว ดังนี้ การเป็นชุมชนที่สมาชิกมีศีลธรรม (X ค่าเฉลี่ย 3.86 ระดับมาก) การเป็นชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับนครจำปาศรี (X ค่าเฉลี่ย 3.74 ระดับมาก) และการเป็นชุมชนต้นแบบด้านการพัฒนา (ค่าเฉลี่ย 3.53 ระดับมาก)

การรับรู้อัตลักษณ์ถึงการเป็นชุมชนที่สมาชิกมีศีลธรรม เกิดจาก การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาของวัดอย่างสม่ำเสมอของคนในชุมชน การยึดถือและปฏิบัติตามประเพณีฮีต 12 คอง 14 โดยเฉพาะประเพณีบุญเดือนเจ็ดหรือบุญซำฮะ คือบุญที่จัดขึ้นเพื่อบั้งข้าวสวย ชับไล่ความชั่วร้ายออกจากหมู่บ้าน ที่ถือเป็นบุญใหญ่ของหมู่บ้าน มีระยะเวลาในการจัดงานถึง 3 วัน นอกจากนั้นยังมีความเชื่อว่าไม่สามารถฆ่าสัตว์ภายในหมู่บ้านได้ เพราะจะนำสิ่งไม่ดีมาสู่หมู่บ้าน

การเป็นชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับนครจำปาศรีเกิดจาก หลักฐานทางประวัติศาสตร์ได้แก่ กู่สันตรัตน์ และศาลาางขาว ที่สมาชิกในชุมชนให้ความเคารพศรัทธา รวมทั้งการขุดพบพระเครื่องโบราณในเขตพื้นที่ของหมู่บ้าน

การเป็นชุมชนต้นแบบด้านการพัฒนาเกิดจาก การได้รับการคัดเลือกจากหน่วยงานราชการให้เข้าร่วมโครงการพัฒนาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการส่งเสริมอาชีพ โครงการส่งเสริมสุขภาพ โดยได้มีการสร้างศูนย์เรียนรู้ของชุมชนขึ้นที่ศาลากลางบ้านของชุมชน



ตารางที่ 1 แสดงการรับรู้อัตลักษณ์ของสมาชิกชุมชนบ้านสระบัว

อัตลักษณ์	ค่าเฉลี่ย การรับรู้	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ชุมชนพัฒนา ต้นแบบ	3.53	.81	มาก
ชุมชนที่มีความ เกี่ยวข้องกับ นครจำปาศรี	3.74	.84	มาก
ชุมชนที่สมาชิก มีศีลธรรม	3.86	.84	มาก

ตารางที่ 2 แสดงการรับรู้อัตลักษณ์ของสมาชิกชุมชนบ้านสระบัว
แบ่งตามระดับอายุ

ระดับอายุ (ปี)	ชุมชนต้นแบบ	ชุมชนที่มีความ เกี่ยวข้องกับนคร จำปาศรี	ชุมชนที่สมาชิกมี ศีลธรรม
6 - 12	3.00 (ระดับปานกลาง)	3.00 (ระดับปานกลาง)	3.10 (ระดับปานกลาง)
13 - 18	3.10 (ระดับปานกลาง)	3.15 (ระดับปานกลาง)	3.25 (ระดับปานกลาง)
19-35	3.35 (ระดับปานกลาง)	3.70 (ระดับมาก)	3.80 (ระดับมาก)
36-60	4.10 (ระดับมาก)	4.40 (ระดับมาก)	4.45 (ระดับมาก)
มากกว่า 60	4.10 (ระดับมาก)	4.45 (ระดับมาก)	4.47 (ระดับมาก)

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มอายุตั้งแต่ 6 -12 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 13-18 ปี มีการรับรู้อัตลักษณ์ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มผู้ใหญ่อายุตั้งแต่ 36-60 และ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปมีการรับรู้อัตลักษณ์ในระดับ

มาก ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันผู้ปกครองไม่ได้สนับสนุนให้เยาวชนได้ช่วยงานของครอบครัว เช่น การทำนา การทำเกษตรกรรม จึงทำให้เยาวชนขาดการเรียนรู้วิถีชีวิตอันสะท้อนอัตลักษณ์ของการเป็นสมาชิกในชุมชน

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงได้นำกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาและกิจกรรมการผลิตภาพยนตร์สั้นมาจัดกระบวนการให้กับกลุ่มเยาวชนได้เข้าร่วม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดการเปิดพื้นที่สาธารณะแห่งใหม่ให้กับชุมชน ภายใต้มุมมองของกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรม (Cultural production) โดยในอดีตชุมชนนั้น ได้มีพื้นที่สาธารณะในวาระโอกาสต่างๆ เช่น ในประเพณีฮีต12 คอง14 ซึ่งจะเป็นช่วงเวลาที่มีการทำกิจกรรมร่วมกันของคนส่วนใหญ่ในชุมชน เพื่อสืบทอดความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึกร่วม การสร้างอัตลักษณ์ร่วม การให้หลักประกันทางจิตใจ ฯลฯ แต่ในปัจจุบันเมื่อสภาพวิถีชีวิตของคนกลุ่มต่างๆเปลี่ยนไป เช่น เยาวชนต้องไปโรงเรียน ผู้ใหญ่ต้องใช้เวลาในประกอบอาชีพมากขึ้น ทำให้เมื่อมีประเพณีต่างๆจึงมักจะมีแต่กลุ่มผู้สูงอายุเป็นส่วนใหญ่เท่านั้น สิ่งเหล่านี้ทำให้พื้นที่สาธารณะที่เคยทำหน้าที่เป็นแหล่งเก็บ “ความเป็นชุมชน” ได้หดตัวลดลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2551: 130-131)

กระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาและกิจกรรมการผลิตภาพยนตร์สั้นในครั้งนี้มุ่งให้เยาวชนได้เกิดการเรียนรู้อัตลักษณ์ด้วยการสัมภาษณ์ปราชญ์ชุมชน สมาชิกในชุมชน ได้คิดทบทวนประเด็นอัตลักษณ์เพื่อนำเสนอในรูปแบบของภาพยนตร์สั้นซึ่งมีความสอดคล้องกับการก่อกำเนิดอัตลักษณ์แต่ละด้านของชุมชน ซึ่งพบว่าการรับรู้อัตลักษณ์ของสมาชิกในชุมชนล้วนมาจากการได้เข้าร่วมกิจกรรม การได้รับการถ่ายทอดเรื่องราว การเห็นหลักฐานเชิงประจักษ์

กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญา

กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาเป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาผ่านการลงมือปฏิบัติ โดยการเรียนรู้มี 3 กิจกรรมได้แก่ กิจกรรมการทำเทียนจากเถาวัลย์ กิจกรรมทำลูกประคบ และกิจกรรมการสานขังปลาซึ่งกิจกรรมทั้ง 3 นี้เป็นกิจกรรมที่ชุมชนเป็นผู้เสนอ เพื่อเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านการเป็นหมู่บ้านที่เป็นต้นแบบด้านการพัฒนา โดยมีปราชญ์ชุมชนและเยาวชนเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรม



ภาพที่ 1 การเรียนรู้ภูมิปัญญาผ่านกระบวนการเรียนรู้ในฐานกิจกรรม



ภาพที่ 2 การเรียนรู้ภูมิปัญญาผ่านกระบวนการผลิตภาพยนตร์สั้น

กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์สั้น

กิจกรรมการผลิตภาพยนตร์สั้นเป็นกิจกรรมที่ฝึกกระบวนการผลิตสื่อให้กับเยาวชน โดยผู้วิจัยได้ให้ความรู้ในการคัดเลือกประเด็นในการนำเสนอแก่เยาวชน การค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการเขียนบท การประสานงานกับปราชญ์และสมาชิกในชุมชนในการถ่ายทำ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้นอกจากจะกระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดทบทวนอัตลักษณ์ของชุมชนและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับปราชญ์ชุมชนแล้ว ยังเป็นการฝึกทักษะการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนให้แก่เยาวชน ดังผลการเรียนรู้ที่เยาวชนได้รับหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเรียนรู้ที่เยาวชนได้รับหลังจากเข้าร่วมกิจกรรม

ผลการเรียนรู้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. การเข้าร่วมกิจกรรมทำให้นักเรียนเข้าใจชุมชนมากยิ่งขึ้น	4.59	.50	มากที่สุด
2. การเข้าร่วมกิจกรรมทำให้เกิดความภูมิใจในชุมชนมากยิ่งขึ้น	4.55	.51	มากที่สุด
3. การเข้าร่วมกิจกรรมทำให้นักเรียนเกิดการสื่อสารกับปราชญ์ในชุมชนมากยิ่งขึ้น	4.34	.77	มาก
4. การเข้าร่วมกิจกรรมทำให้นักเรียนรู้จักผู้ใหญ่ในชุมชนเพิ่มมากขึ้น	4.45	.63	มาก
5. นักเรียนมีความมั่นใจว่าจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปผลิตภาพยนตร์สั้นเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนได้	3.69	.81	มาก
6. นักเรียนมีความมั่นใจว่าจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปผลิตสื่อวิทยุชุมชน/ หอกระจายข่าวเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนได้	4.39	.56	มาก
7. นักเรียนมีความมั่นใจว่าจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปผลิตสื่อสังคมออนไลน์เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนได้	4.90	.31	มากที่สุด
8. นักเรียนมีความมั่นใจว่าจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปจัดบอร์ดเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนได้	5.00	.00	มากที่สุด

ผลการศึกษาพบว่าเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความเข้าใจ(ค่าเฉลี่ย 4.59 ระดับมากที่สุด) และภาคภูมิใจในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.55 ระดับมากที่สุด) ตลอดจนมีความมั่นใจที่จะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปจัดบอร์ดเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 5.00 ระดับมากที่สุด) และผลิตสื่อสังคม



ออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 4.90 ระดับมากที่สุด)

ขณะเดียวกันเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการได้รู้จักผู้ใหญ่ในชุมชน(ค่าเฉลี่ย 4.45 ระดับมาก) และเกิดการสื่อสารกับปราชญ์ในชุมชนมากยิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.34 ระดับมาก) รวมทั้งมีความมั่นใจว่าจะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปผลิตผลิตสื่อวิทยุชุมชน/หอกระจายข่าว (ค่าเฉลี่ย 4.39 ระดับมาก) และสื่อภาพยนตร์สั้นเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนได้ (ค่าเฉลี่ย 3.69ระดับมาก)

จากการศึกษาพบว่ากิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาและกิจกรรมการผลิตภาพยนตร์สั้นนอกจากจะทำให้เยาวชนเกิดการเข้าใจอัตลักษณ์ของชุมชน และเกิดทักษะในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างบทบาทของการเป็นปราชญ์ชาวบ้านให้กับสมาชิกในชุมชนที่เยาวชนไม่รู้จักบทบาทเหล่านี้ เพราะคุ้นเคยกับบทบาทการเป็น ผู้ปกครองของเพื่อน การเป็นญาติห่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันเยาวชนส่วนใหญ่ มักจะถูกแยกออกจากมิติทางวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตเกษตรกรรมสิ่งเหล่านี้ทำให้ปราชญ์ชาวบ้านเกิดความภาคภูมิใจและมีทัศนคติที่ดีจะเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนต่อไป ดังจะเห็นได้จากในวันสุดท้ายของการทำกิจกรรม สมาชิกในชุมชนได้เข้ามาทำพิธีบายศรีสู่ขวัญให้กับทีมวิจัย ตลอดจนเสนอตนเองที่จะเข้ามาแสดงกลองยาวให้เยาวชนได้ชมด้วย



ภาพที่ 3 การแสดงจากสมาชิกชุมชนบ้านสระบัวในกิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ

แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามกระบวนการทัศนแบบทางเลือก ที่ต้องการการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน

ในการเข้ามาบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงได้เสนอแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน 2 ระดับ ได้แก่ การสื่อสารภายในชุมชน และการสื่อสารภายนอกชุมชน

การสื่อสารภายในชุมชน

จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชนจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า อัตลักษณ์ด้านการเป็นหมู่บ้านพัฒนาตัวอย่างของชุมชนบ้านสระบัว ควรถูกนำมาเป็นประเด็นสื่อสารให้ชุมชนเกิดทัศนคติอันดีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน และพร้อมเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากอัตลักษณ์ของการเป็นหมู่บ้านพัฒนาสามารถเชื่อมโยงการรับรู้ของสมาชิกในชุมชนให้เชื่อมโยงกับความสำเร็จของกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆที่ผ่านมาได้ เพราะการท่องเที่ยวตามกระบวนการทัศนแบบทางเลือกนั้นถือได้ว่าเป็น “กลไกในการพัฒนาชุมชน” เช่นกัน สมสุข หินวิมาน, [5] ดังนั้นการสื่อสารภายในชุมชนจำเป็นต้องแสดงบทบาทของการเป็นกลไกให้ชุมชนจัดการทรัพยากรชุมชน ทั้งการจัดการทรัพยากรชุมชน อนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และหน้าที่ในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ รวมไปถึงการสื่อสารเพื่อให้เกิดการธำรงรักษาอัตลักษณ์ (Maintain) อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชน

การสื่อสารเพื่อให้เกิดการประกอบสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์นั้น สามารถกระทำโดยการสร้างพื้นที่สาธารณะของชุมชนให้เกิดกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรม เช่น การชักชวนให้เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน ซึ่งทั้งเยาวชนและผู้ใหญ่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ หลังจากที่เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นจากกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการจากงานวิจัยในครั้งนี้ โดยเยาวชนอาจเข้าร่วมในกิจกรรมไม่ซับซ้อน หรือเข้าใจยากก่อน เช่น การช่วยงานผู้ใหญ่ในงานประจำปีสงกรานต์แล้วจึงพัฒนาไปสู่การเรียนรู้ในสิ่งที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เช่น การเป็นมัคคุเทศก์น้อยของกุ้งสันตรัตน์และชุมชนบ้านสระบัว ซึ่งแนวทางการสื่อสารนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดที่เกิดจากงานวิจัยของทิพย์พุดกฤษสุนทร ที่ได้วิเคราะห์การปรับตัวของเพลงโคราช ที่พบว่าผู้ชมเพลงโคราชมักมีทุนความรู้เกี่ยวกับเพลงโคราชลดน้อยลงทำให้ไม่สามารถเข้าใจอรชรรสของสื่อได้อย่างลึกซึ้ง แต่เมื่อศิลปินเพลงโคราชได้นำเอาสนิมของกลุ่มเด็กหรือวัยรุ่นเป็นตัว

ตั้ง มาผลิตเป็น “เพลงโคราชประยุกต์” ที่มีดนตรีและท่วงทำนอง สนุกสนาน ซึ่งในช่วงแรกอาจจะยังไม่สามารถสร้างความรู้สึก ชื่นชมและดื่มด่ำในสุนทรียะของเพลงโคราชได้ แต่เมื่อได้สัมผัส ประสบการณ์ในการชมอย่างเหมาะสม ผู้ชมเหล่านี้ก็เริ่มกลายเป็น “ผู้รับสารที่ดีเป็น” (Smart audience) ที่สามารถตีความ หมายหรือถอดรหัสทางวัฒนธรรม (Cultural code) ที่แฝงไว้ และเข้าถึงอรรถรสของการแสดงได้อย่างลึกซึ้ง และหันกลับมา ฟังเพลงโคราชแบบดั้งเดิมได้

จากการศึกษาพบว่าเยาวชนมีความเชื่อมั่นว่าตนเอง สามารถแสดงบทบาทของการเป็นผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสาร ได้โดยผ่านสื่อหออกระจายข่าวสาร บอร์ดศาลากลางบ้าน ซึ่งเป็น สื่อในชุมชนที่เยาวชนมีความคุ้นเคยเพราะเป็นสื่อที่ถูกใช้งานอยู่ ในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นเยาวชนควรได้รับโอกาสให้เป็นผู้ ส่งสารผ่านช่องทางดังกล่าว โดยมีปราชญ์ชุมชน รวมทั้งผู้นำ ชุมชนเป็นที่ปรึกษาหลักด้านเนื้อหา เพื่อให้ข้อมูลที่ส่งไปนั้นมีความถูกต้องและเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารกันระหว่าง เยาวชนและผู้ใหญ่อย่างต่อเนื่อง

การสื่อสารภายนอกชุมชน

จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านสระบัวที่สามารถจะส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ ชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับนครจำปาศรี และชุมชนที่ สมาชิกมีศีลธรรม ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งอารยธรรมที่อยู่ ใกล้เคียงกับชุมชน ได้แก่ กู่ฮ้อย กู่สันตรัตน์ พิพิธภัณฑสถาน รัตน์ พระธาตุนาดูน พิพิธภัณฑสถานพระธาตุนาดูน ซึ่งเป็นเส้นทาง สายวัฒนธรรมในเขตอำเภอนาดูน ในขณะเดียวกันสารที่ส่งออกไป จะต้องสะท้อนอัตลักษณ์ที่ชุมชนสระบัวมีแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นในเส้นทางสายวัฒนธรรมคือ การเป็นชุมชนในเขต เมืองโบราณนครจำปาศรีดังนั้นการสื่อสารภายนอกชุมชนจำเป็นต้องแสดงบทบาทในการกระตุ้นความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนั้นการสื่อสารภายนอกชุมชนยังต้องทำหน้าที่ สร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยว่าควรมี ลักษณะอย่างไร เช่น การกำหนด (Assign) ความหมายในการ รับรู้ของนักท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างการเรียนรู้สภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของแต่ละ วัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงและความรู้ใน

เวลาเดียวกัน

อย่างไรก็ตามเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต ศิลป วัฒนธรรม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมา วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ทางศาสนา ฯลฯ รวมไปถึงแนวทางการปฏิบัติตัวที่แสดง ความเคารพวัฒนธรรมที่แตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกับสมาชิกใน ชุมชน

การสื่อสารระดับนอกชุมชนควรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ เนื่องจากปัจจุบันสังคมมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากยิ่งขึ้น ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่ชุมชนบ้านสระบัวนั้น สามารถเข้าถึงและแพร่ กระจายข้อมูลข่าวสารได้ง่าย นอกจากนั้นสื่อสังคมออนไลน์ยัง ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เนื่องจากสามารถส่งข้อมูลอย่าง สม่ำเสมอและต่อเนื่อง ขณะเดียวกันผู้รับสารก็สามารถเปิดรับ โดยปราศจากเงื่อนไขด้านกาลเวลาและสถานที่ รวมทั้งสามารถ มีปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ได้ทันที ตลอดจนมีค่าใช้จ่าย จำนวนน้อยเมื่อเทียบกับการสื่อสารผ่านสื่อกระแสหลัก ซึ่งจาก การศึกษาพบว่าเยาวชนที่ผ่านกระบวนการมีความมั่นใจว่าตนเอง จะสามารถผลิตสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ =4.90, ระดับมากที่สุด) นอกจากนั้นการที่เยาวชนได้เข้าร่วมกิจกรรมกับทีมวิจัยได้ทำให้ เยาวชนเรียนรู้การผลิตสื่อภาพยนตร์สั้น ซึ่งมีกระบวนการในการ คิดประเด็นที่จะสื่อสาร อันจะเป็นพื้นฐานในการคิดประเด็นเพื่อ ที่จะสื่อสารออกไปได้อย่างต่อเนื่องอย่างไรก็ตามการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เป็นสื่อในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยว จำเป็นที่เยาวชนผู้จัดทำต้องมีความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่ง โรงเรียนบ้านสระบัวสามารถแสดงบทบาทการเป็นที่ปรึกษาด้าน เนื้อหาเหล่านี้ได้

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการค้นหาแนวทางเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเป็นการดำเนินงานตามแนวทาง การวิเคราะห์การท่องเที่ยวตามกระบวนการตัดสินใจทางเลือก (Alternative) หรือการท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงประเภทของการท่องเที่ยวระดับของ การเปลี่ยนแปลงกระบวนการตัดสินใจ ดังนั้นการสื่อสารที่เป็นเครื่องมือ



สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเป็นกระบวนการการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและประสานสัมพันธ์กัน [4]

การท่องเที่ยวตามกระบวนการทัศนทางเลือกนี้ต้องการการมีส่วนร่วมจากสมาชิกของชุมชนอย่างยิ่ง เนื่องจากชุมชนจะเล่นบทเป็น “เจ้าภาพหลัก” โดยมีกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงานอื่นๆเป็น “แขกรับเชิญ” หรือ “เจ้าภาพสมทบ” ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าภาพจะมีในระดับที่มาก [4] ซึ่งแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบเดิมที่การสื่อสารมักจะดำเนินการเพียงด้านเดียวคือการโน้มน้าวชักชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของเนริศชัย ศุภมงคลลาภ [7] ที่ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกทั้งชุมชน ที่มีเป้าหมายอยู่ที่การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชน เช่น การขอความร่วมมือให้ชาวบ้านพัฒนาทุนวัฒนธรรมต่างๆที่มีอยู่ เช่น การซ่อมแซมบ้านเรือน การรวบรวมเรื่องเล่าของชุมชน ฯลฯ และการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งงานวิจัยของศิรา สอนศรี [10] ที่ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของ จังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชน ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารในฐานะเป็น “เจ้าของบ้าน” และกลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ตั้งแต่ผู้ประกอบการ สื่อมวลชนท้องถิ่น และประชาชนชาวเชียงใหม่ เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่จัดการโดยชุมชนนอกจากนั้นจากการศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” โดยกุสุมา ภูเสตร์ [5] ได้แสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นจะเป็นพื้นฐานและหลักประกันเบื้องต้นของการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

จากงานวิจัยที่ผ่านมาได้พบว่ากระบวนการสื่อสารเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การศึกษาของภคิชา ไชยแก้ว [9] ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วย: กรณีศึกษา บ้านชาย จ.เพชรบุรี แล้วพบว่าระบบการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว และ

การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศห้วย และการศึกษาของเนริศชัย ศุภมงคลลาภ (2552) ที่ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกทั้งชุมชน และได้แสดงให้เห็นถึงการแบ่งการสื่อสารเป็น 2 ช่วงได้แก่ การสื่อสารภายในชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว

ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาคือ มีกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านสระบัว โดยแบ่งการสื่อสารเป็นเป็น 2 ช่วงเช่นเดียวกัน แต่การศึกษาค้นคว้านี้ได้ใช้ “อัตลักษณ์” ของชุมชนเป็นประเด็นในการสื่อสารใน 2 ช่วง ได้แก่

การสื่อสารภายในชุมชน เป็นการใช้อัตลักษณ์เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นสมาชิกของชุมชนบ้านสระบัว และนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำอัตลักษณ์ด้านการเป็นหมู่บ้านที่เป็นตัวอย่างพัฒนาสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกได้เข้าร่วมโดยเชื่อมโยงกิจกรรมนี้เข้ากับกิจกรรมพัฒนาอื่นๆที่ผ่านมาของชุมชนว่า กิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้ย่อมทำให้เกิดการพัฒนาในชุมชนเช่นเดียวกับกิจกรรมพัฒนาที่ชุมชนเคยประสบผลสำเร็จมาซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ [4] ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวตามกระบวนการทัศนแบบทางเลือกนั้นถือได้ว่าเป็น “กลไกในการพัฒนาชุมชน” เช่นกัน

นอกจากนั้นการสื่อสารในประเด็นอัตลักษณ์ยังสามารถทำให้ชุมชนเกิดความรู้สึกรักและภาคภูมิใจในชุมชนของตน ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ [4] ได้กล่าวว่า ในขณะที่เรื่องการท่องเที่ยวกระแสหลักนั้นจะเน้นเรื่องการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน แต่หากมีการใช้กลยุทธ์ชี้ให้เห็นประโยชน์ด้านการเพิ่มพูนรายได้เพียงอย่างเดียวก็มีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดความขัดแย้งในชุมชน และเป็นการยากที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนยาวนาน ดังนั้นจึงควรใช้กลยุทธ์การสร้างความรู้สึกรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ คติศรัทธา และความดีงามของชุมชนควบคู่ไปด้วย ดังนั้นแนวทางการสื่อสารที่นำเสนอจากงานวิจัยครั้งนี้จึงมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและนำไปสู่การท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กระบวนการผลิตภาพยนตร์สั้นและ

การเรียนรู้ภูมิปัญญา เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะให้ชุมชนได้เกิดกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรมผลของการจัดพื้นที่สาธารณะดังกล่าวได้ทำให้เยาวชนเกิดความเข้าใจภาคภูมิใจ ในอัตลักษณ์ของชุมชน รวมไปถึงการเกิดการสื่อสารในเรื่องอัตลักษณ์และวัฒนธรรมระหว่างเยาวชนและผู้ใหญ่มากยิ่งขึ้น ซึ่ง A. De Fina อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ [3] ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและอัตลักษณ์ไว้ว่าเป็นกระบวนการสื่อสารที่ชุมชนจะสามารถบอกตัวเองว่า “เราเป็นใคร” และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้การสื่อสารเพื่อบอกคนอื่นเพิ่มเติมว่า “เขาเป็นใคร”

อย่างไรก็ตามพื้นที่สาธารณะที่จะให้ชุมชนได้เกิดกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรมนั้นมีความน้อยลง หรือหากมีก็มีผู้เข้าร่วมน้อยลง ดังนั้นจึงควรที่จะต้องมีการจัดการพื้นที่สาธารณะขึ้นมา โดยงานวิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ได้นำกิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาและการผลิตภาพยนตร์สั้นเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะขึ้นมา และซึ่งการจัดพื้นที่สาธารณะนั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น การจัดเวทีเสวนากลุ่มย่อย การฝึกให้เยาวชนได้ศึกษาประวัติของชุมชน การจัดกิจกรรมสืบสานประเพณีต่าง ๆ โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคน โดยเฉพาะเยาวชนได้เข้าร่วม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้คือการบุกเบิกสร้างสรรค์เปิดพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์ “ความเป็นชุมชน” ขึ้นมาใหม่ รวมทั้งอาจขยายผลออกไปถึงการบูรณะหรือฟื้นฟู “พื้นที่สาธารณะ” แบบเดิมๆ ขึ้นมาอีกด้วย เช่น ในโครงการสืบสานประเพณีตักบาตรเพ็งเดือนสามของชาวไทพวน ใน จ.เพชรบูรณ์ แต่เดิมในประเพณีนี้จะมีกลุ่มกิจกรรมย่อยๆ เพื่อเปิดพื้นที่สาธารณะให้คนมาร่วมหลากหลายรูปแบบ เช่น การทำขนมจีนเองทุกขั้นตอน การทำข้าวหลาม การทำสลากข้าวเปลือก การประกวดวัวลาน ฯลฯ แต่เมื่อถูกแรงปะทะจากภายนอก กิจกรรมย่อยๆ ก็ค่อยๆ เลือนหายหรือผิดเพี้ยนไป เมื่อมีการทำโครงการบริหารจัดการวัฒนธรรมเชิงรุกจึงได้ค่อย ๆ ฟื้นฟูกิจกรรมย่อย ๆ ให้ขึ้นมาอย่างเต็มรูปแบบ [2]

การสื่อสารภายนอกชุมชนเป็นการใช้อัตลักษณ์ โดยเฉพาะด้านการเป็นชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับนครจำปาศรีและการเป็นชุมชนที่สมาชิกมีศีลธรรม ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับชินโรส ถิ่นวิไลสกุล [6] ได้ทำการศึกษาสื่อพื้นบ้านกับการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน

ศาลา และได้อาศัยข้อเสนอแนะที่เกิดจากการวิจัยว่าชุมชนควรสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับประเพณีที่เคยมีมาแต่เดิม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามนอกจากการสื่อสารจะทำหน้าที่ในการสร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว การสื่อสารยังต้องทำหน้าที่ในการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อทางศาสนา ฯลฯ รวมไปถึงแนวทางการปฏิบัติตัวที่แสดงความเคารพวัฒนธรรมที่แตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวกับสมาชิกในชุมชนและสร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้สึกแตกต่างให้กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ที่อาจได้รับความสะดวกสบายกว่านั่นเอง ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ [4] กล่าวว่าความหมายไม่ได้ดำรงอยู่อย่างนิ่งๆ มาแต่กำเนิด หากแต่ความหมายเป็นสิ่งที่มนุษย์/สังคมประกอบสร้าง (Construct) ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงสามารถสร้างความหมายให้แก่การท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างการเรียนรู้สภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของแต่ละวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงและความรู้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นนักท่องเที่ยวที่ชาญฉลาด จึงสามารถเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้เช่นกัน

จากการศึกษาพบว่าหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ เยาวชนมีความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถแสดงบทบาทของการเป็นผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารได้ ทั้ง สื่อหอกระจายข่าวสาร บอร์ดศาลากลางบ้าน สื่อออนไลน์ และภาพยนตร์สั้น ดังนั้นเยาวชนควรได้รับโอกาสให้เป็นผู้ส่งสารผ่านช่องทางดังกล่าว โดยมีปราชญ์ชุมชน รวมทั้งผู้นำชุมชนเป็นที่ปรึกษาหลักด้านเนื้อหา และคณะครูอาจารย์โรงเรียนบ้านสระบัว ซึ่งเป็นโรงเรียนในชุมชน เป็นที่ปรึกษาด้านการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้ข้อมูลที่ส่งไปนั้นมีความถูกต้องและเป็นการเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารกันระหว่างเยาวชนและผู้ใหญ่อีกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในที่สุดย่อมนำไปสู่การสร้างความรู้สึกรับรู้การเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) อันนำไปสู่ความรักและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ที่จะเกิดขึ้นในเยาวชน ตามแนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรมเป็นสมบัติร่วมของชุมชน” ที่สนับสนุนให้มีการเปิดพื้นที่ให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการวัฒนธรรม โดยเฉพาะเมื่อมีการ



เปิดพื้นที่สำหรับเยาวชน เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร [2]

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามกระบวนการทัศนแบบทางเลือกในงานวิจัยครั้งนี้ มีความแตกต่างจากกระบวนการทัศนการท่องเที่ยวกระแสหลัก กล่าวคือ หากเป็นกระบวนการทัศนกระแสหลัก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจมีความหมายในระดับที่นำ "มิติทางวัฒนธรรม" มาเป็นจุดขาย แต่หากเป็นกระบวนการทัศนการท่องเที่ยวแบบทางเลือก จะเป็นการท่องเที่ยวที่อำนาจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะอยู่ในมือเจ้าของวัฒนธรรมด้วย [4]

ดังนั้นในการทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามกระบวนการทัศนแบบทางเลือกนี้จำเป็นต้องดำเนินงานโดยยึดหลักสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม โดยหลักสิทธิเจ้าของวัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ ในขั้นตอนการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการวัฒนธรรมเพื่อที่จะนำไปเป็นจุดขายให้กับการท่องเที่ยวนั้น ไม่ควรจะเป็นการฟื้นฟูสืบทอด ปรับประยุกต์ และส่งเสริมเผยแพร่ ต้องให้เป็นสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทั้งผู้ก่อกำเนิด เป็นผู้กำลังใช้และเป็นผู้ที่จะต้องรับผลต่างๆ เป็นผู้ตัดสินใจ [2] ซึ่งการดำเนินงานตามแนวคิดที่นำเสนอจากงานวิจัยในครั้งนี้ ย่อมทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการปกป้องอัตลักษณ์ของตน

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การมอบบทบาทของการเป็นปราชญ์ชุมชนให้กับสมาชิกในชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญา และส่งเสริมให้มีความเด่นชัดนั้นสามารถกระทำได้ผ่านการสื่อสารและการทำกิจกรรมภายในชุมชน เช่น การให้เยาวชนขอความรู้เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาเผยแพร่ทั้งในระดับชุมชนและภายนอกชุมชน หรือการจัดกิจกรรมให้ปราชญ์ชุมชนได้มีพื้นที่ในการถ่ายทอดความรู้ผ่านการฝึกปฏิบัติให้กับเยาวชนหรือสมาชิกในชุมชน สิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้ปราชญ์ชุมชนเกิดความตระหนักและเห็นคุณค่าของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้ปราชญ์ชุมชนเหล่านี้ยังคงมีกำลังใจที่จะสืบทอดภูมิปัญญาของตนต่อไปรวมทั้งยังเพิ่มจำนวนผู้รับการถ่ายทอดที่ไม่จำเป็นต้องทำในระดับครัวเรือนเท่านั้นหรือสายตระกูลเท่านั้น

การสร้างพื้นที่การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมนั้น สามารถทำให้

เกิดการสื่อสารกันระหว่างสมาชิกในชุมชนนำไปสู่การแลกเปลี่ยนมุมมองเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนให้มีความชัดเจนขึ้น ซึ่งอัตลักษณ์มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว ทั้งในระดับชุมชนที่สามารถสร้างความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน รวมไปถึงการสื่อสารออกไปนอกชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

เยาวชนสามารถพัฒนาเป็นผู้สื่อสารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระดับการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ในระดับชุมชนและการสื่อสารออกนอกชุมชน ทั้งนี้เพราะเยาวชนมีทักษะในการใช้สื่อทั้งแบบดั้งเดิมและสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตามเยาวชนควรจะต้องมีโรงเรียนเป็นที่ประเด็นที่ปรึกษาในประเด็นของการรู้เท่าทันสื่อ และปราชญ์ชุมชนเป็นที่ปรึกษาในประเด็นของเนื้อหาอัตลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ และสมาชิกในชุมชนหมู่บ้านสระบัว ที่ช่วยให้งานวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ขอขอบคุณคณะทำงานทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัย ให้การท้าวักยบรรลุมัตถุประสงค์ในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] กาญจนา แก้วเทพ. (2551). การจัดการความรู้เบื้องต้น การสื่อสารชุมชน. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์
- [2] กาญจนา แก้วเทพ. (2554). สื่อพื้นบ้านศึกษาในสายตานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- [3] กาญจนา แก้วเทพ. (2555). สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญะอัตลักษณ์อุดมการณ์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- [4] กาญจนา แก้วเทพ. (2557). เรื่องสื่อสารการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- [5] กุสุมา ภูเสต์ (2553). การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์. มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- [6] ชีโนรส ถิ่นวิไลสกุล. (2554). **สื่อพื้นบ้านกับการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา**. [ออนไลน์].ได้จาก [www.eresearch.ssru.ac.th/.../9/ird_098_54%20\(8\).pdf](http://www.eresearch.ssru.ac.th/.../9/ird_098_54%20(8).pdf). [สืบค้นเมื่อ วันที่ 8 มิถุนายน 2558].
- [7] เณริศชัย ศุภมงคลลาภ (2552). **รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำยามเย็น อัมพวา**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- [8] เขียวชัย อิศรเดช. (2552). “อัตลักษณ์กับสื่อ : ตัวตนกับการสื่อสาร.” **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์** ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2552.
- [9] ภคิชา ไชยแก้ว (2548). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหึ่งห้อย : กรณีศึกษา บ้านสามชาย จ.เพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [10] ศิรสา สอนศรี (2541). **การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วม สนับสนุนการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

