

คู่มือการจัดการความรู้

(Knowledge Management)

คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประจำปีการศึกษา 2567

เรื่อง

เทคนิคการวิจัยเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเชิงท้องถิ่น

โดย

คณะกรรมการจัดการความรู้ คณะสื่อสารมวลชน

ความสำคัญของการวิจัยเพื่อพัฒนาทักษะการเล่าเรื่อง

การเล่าเรื่องเชิงท้องถิ่น หมายถึงการถ่ายทอดเรื่องราว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนในท้องถิ่นผ่านการบอกเล่า ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบมุขปาฐะ ตำนาน นิทานพื้นบ้าน หรือเรื่องเล่าประสบการณ์จริงในชุมชน การวิจัยเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเชิงท้องถิ่นจึงเป็นกระบวนการศึกษาที่นำเทคนิคการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ มาใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ “เรื่องเล่า” ของชุมชน เพื่อทำความเข้าใจคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในเรื่องเล่านั้น การจัดทำคู่มือฉบับนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อแนะนำ เทคนิคการวิจัยเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเชิงท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการวิจัย และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ได้จากคู่มือนี้ เพื่อพัฒนาต่อยอดให้เกิดผลงานทางวิชาการแก่ชุมชนนักวิจัยของคณะสื่อสารมวลชน

เมื่อพิจารณาจากการดำเนินงานโครงการวิจัยพัฒนากำลังคนและนวัตกรรม ภายใต้หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา การวิจัยและการสร้างนวัตกรรม (บพค.) เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในปี 2566-2567 พบว่า การพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องให้เข้าใจ กระบวนการวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาให้เกิดประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมเป็นกลยุทธ์เนื้อหาที่สำคัญในการนำไปสื่อสารประเด็นชุมชนและสังคมให้คนมีส่วนร่วม เข้าใจประเด็น และ รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราว จากการอบรมฯ และ ทดลองพัฒนาสื่อในโครงการดังกล่าว พบว่า เกิดการเล่าเรื่องชุมชน วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีความหลากหลาย โดยคนในพื้นที่เป็นผู้ช่วยเล่าเรื่องและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเรื่องราวร่วมกัน

ด้วยลักษณะของการเล่าเรื่องที่ทำให้ “เกิดประสบการณ์ร่วม” ทำให้รู้สึกเป็นเจ้าของเรื่องราวและต้องการขยายเนื้อหาการเล่าเรื่อง ไปจนถึงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นร่วมกันจากการเล่าเรื่องนั้น ผู้วิจัยพบว่าเป็นโครงการสำคัญในการนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้สามารถพัฒนานักเล่าเรื่อง และกระบวนการสื่อสารเกี่ยวกับชุมชน พื้นที่ซึ่งจะมีโอกาสนำไปสู่การพัฒนาเนื้อหาและเรื่องราวท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในนิเวศน์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ โดยการเล่าเรื่องท้องถิ่นมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

1. เอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร: การเล่าเรื่องโดยเฉพาะการเล่าโดยคนในพื้นที่ หรือ มีส่วนร่วมกับคนในพื้นที่ จะทำให้เรื่องราวท้องถิ่นนำเสนอมุมมองที่ไม่เหมือนใคร เข้าถึงแก่นแท้ของสถานที่ ประวัติศาสตร์ ประเพณี และผู้คน เอกลักษณ์นี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่สนใจประสบการณ์ที่แท้จริง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและยอดขายของงานฝีมือ อาหาร และประสบการณ์ท้องถิ่นได้

2. เสริมพลังให้กับนักสร้างสรรค์ท้องถิ่น: การเล่าเรื่องท้องถิ่นเป็นเวทีสำหรับศิลปิน นักเขียน นักแสดง และนักสร้างสรรค์ท้องถิ่นอื่น ๆ ในการแสดงความสามารถ สิ่งนี้ส่งเสริมการแสดงออกทางศิลปะ สร้างงาน และนำเสนอไอเดียใหม่ ๆ สู่ภูมิทัศน์แห่งความคิดสร้างสรรค์ โดยอาศัยเครือข่ายชุมชนที่สร้างรูปแบบการเล่า

เรื่องทั้งสี่ดั้งเดิม สื่อวัฒนธรรม และสื่อใหม่ เมื่อผสมผสานกันจะเกิดมิติของความคิดสร้างสรรค์ในการเล่าเรื่องท้องถิ่น

3. รู้ลึกถึงสถานที่และชุมชน: เรื่องราวท้องถิ่นเสริมสร้างความรู้ลึกถึงสถานที่และชุมชน เรื่องราวเหล่านี้เชื่อมโยงผู้คนกับเรื่องราวในท้องถิ่น ดึงวิถีชีวิตที่แตกต่างมาเล่าเป็นเรื่องราว ส่งเสริมความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมและสนับสนุนการทำงานร่วมกัน ขยายไปสู่มุมมองของการทำให้คนนอกชุมชนเห็นคุณค่าของวัฒนธรรม และ วิถีชีวิตชุมชน และขยายจากเรื่องเล่าสู่สินค้าบริการเพื่อชุมชนได้

4. การเก็บรักษาวัฒนธรรม: เรื่องราวท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างรุ่น การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการเล่าเรื่องและสร้างเนื้อหา จะช่วยเชื่อมโยงประสบการณ์ที่แตกต่าง และ ทำให้การรักษามรดกทางวัฒนธรรมนี้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีค่าสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี และ แพชั่น

5. นวัตกรรมและแรงบันดาลใจ: เรื่องราวท้องถิ่นสามารถจุดประกายนวัตกรรมและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ใหม่ ๆ โดยการเจาะลึกลงไปในพื้นที่ เรื่องเล่า และแนวทางปฏิบัติท้องถิ่น นักสร้างสรรค์สามารถค้นหาแรงบันดาลใจสำหรับการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครซึ่งสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมทั่วโลกได้ สื่อดิจิทัลสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการกระจายกว้าง สร้างประสบการณ์ เชื่อมคนภายนอกเข้าสู่ท้องถิ่นได้

ดังนั้น แนวทางในการวิจัยเพื่อพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องท้องถิ่น จึงเป็นอีกกลไกสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในรูปแบบเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เสริมพลังให้กับนักสร้างสรรค์ท้องถิ่น ส่งเสริมความรู้ลึกถึงสถานที่ที่แข็งแกร่ง เก็บรักษามรดก และจุดประกายนวัตกรรม ซึ่งเป็นรูปแบบการวิจัยที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์สำหรับชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยรวม โดยสามารถดำเนินเชิงปฏิบัติการร่วมกับนักสร้างเนื้อหาและคนในชุมชนให้เข้าใจเรื่องของการเล่าเรื่อง การเข้าใจผู้รับสาร การเข้าใจพลังของเรื่องเล่าท้องถิ่นกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชนและของประเทศ รวมถึงการออกแบบเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มชุมชนเป้าหมาย และ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อให้ทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารได้โอภาสรับวัฒนธรรมและเรื่องราวท้องถิ่นร่วมกัน รวมถึงส่งเสริมให้มีการผลิตเนื้อหาเล่าเรื่องท้องถิ่นจากการร่วมกิจกรรมของโครงการเพื่อเพิ่มเรื่องเล่าในท้องถิ่นร่วมกัน

แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เป็นกลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหาที่สำคัญในการผลิตสื่อยุคดิจิทัลและสื่อคอนเวอร์เจนซ์ ที่ทุกการสื่อสารมาจากหลายช่องทาง ด้วยวิธีการเล่าเรื่องที่หลากหลาย และสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในการรับรู้ เพื่อเจาะกลุ่มคนที่หลากหลายแตกต่างกัน (Jenkins, 2010) พลังสำคัญของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ คือ การสร้างประสบการณ์ร่วมเหมือนว่าเรื่องราวของโลกการเล่าเรื่องนั้นเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้รับสารจริงๆ นำไปสู่การสร้างการปฏิสัมพันธ์อย่างผูกพันต่อเนื้อหา และผลักดันพฤติกรรมบางอย่างให้เกิดขึ้นได้ การเล่าเรื่องข้ามสื่อตามแนวคิด Transmedia จำเป็นต่อการคิดสื่อเชิงสร้างสรรค์และเปิดโอกาสในการให้ผู้ผลิตคิดพัฒนานวัตกรรมสื่อต่าง ๆ ที่นำไปสู่การผลักดันพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ (Murray et al., 2010) โดยการสื่อสารข้ามสื่อ มี 2 รูปแบบคือ (1) การข้ามสื่อ (Cross-media) ที่เป็นการผลิตสื่อหนึ่งเรื่องแล้วขยายการนำเสนอไปในหลายช่องทาง (One Story in Many Platforms) ที่มีการดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ทำให้รับสารได้หลากหลายมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่างกัน แต่จะมีจุดโฟกัสของเรื่องในประเด็นเดียวกัน และ (2) การสร้างโลกของการเล่าเรื่อง (Transmedia) เป็นการผลิตสื่อหลายเรื่องแล้วก็ขยายการนำเสนอไปในหลายช่องทาง

Moloney (2018) และ Srisaracam (2018) อธิบายกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาข้ามสื่อที่ครอบคลุมทั้งการออกแบบกระบวนการทำงาน การผลิตเนื้อหาสำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม ลำดับและวิธีในการเผยแพร่เนื้อหา และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารบนทุกช่องทาง ด้วยวิธีการ (1) เนื้อหาประเภทดัดแปลงเรื่องและนำมาเล่าใหม่เพื่อดึงความสนใจเฉพาะของเรื่อง และดึงประสบการณ์ร่วมของคน (2) เนื้อหาประเภทสร้างใหม่เฉพาะแต่ละแพลตฟอร์ม ที่การขยายต่อการเล่าเรื่องมานำเสนอเรื่องที่เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่าง แต่สามารถนำมาเชื่อมโยงเสริมกัน ให้การเล่าเรื่องขยายเพิ่มได้จำนวนมากและเนื้อหาที่สามารถดึงคนให้แชร์ และสามารถการเข้ามาดูย้อนหลังได้ (3) เนื้อหาประเภทโปรโมทข้ามสื่อที่เชิญชวนให้เกิดการเข้าไปดู และ (4) เนื้อหาประเภทสร้างความผูกพัน สร้างบทสนทนา และสร้างประสบการณ์ร่วม

Transmedia Storytelling นิยามเป็นคำไทยว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2561) ด้วยเหตุผลที่กระบวนการสื่อสารเป็นการออกแบบการเล่าเรื่อง การใช้สื่อ และการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารเพื่อให้เกิดการเดินทางไปยังเนื้อหาจำนวนมากที่สร้างขึ้นอย่างมีแก่นเรื่องเชื่อมโยงกัน กระบวนการรับสื่อของผู้รับสารเป็นการประกอบต่อ “ประสบการณ์การรับรู้” การเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เลือกจากเป้าหมายการสื่อสารเพื่อให้เกิดกระบวนการ “รู้สึก” ไปสู่ “การคิด” และกระตุ้นไปถึงการ “ลงมือทำ” ตามเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดผลจากกระบวนการสื่อสาร การออกแบบกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ จะเน้นให้คนต่อร้อยประสบการณ์จากสื่อหนึ่ง จากเรื่องราวหนึ่ง จากแพลตฟอร์มหนึ่ง ไปยังเรื่องอื่น ๆ เหมือนการต่อจิ๊กซอว์ที่เมื่อเดินทาง “ข้ามสื่อ”

จนครบ จะได้ประสบการณ์ต่อเรื่องราวที่สมบูรณ์ที่สุด สื่อและเรื่องราวที่ผลิตในกระบวนการสื่อสารกระตุ้นประสบการณ์การรับรู้ในหลากหลายรูปแบบ และเน้นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วม ให้ผู้รับสารกำหนดการรับรู้เลือกประสบการณ์ และต่อยอดประสบการณ์ในโลกเนื้อหาสู่ชีวิตจริงได้ ดังนั้น คำว่า Transmedia Storytelling เป็นภาษาไทยด้วยคำว่า “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” สะท้อนกระบวนการสื่อสารที่เน้นการเดินทางไปยังช่องทางต่าง ๆ เพื่อเก็บประสบการณ์การรับรู้ให้สมบูรณ์

จากการถอดบทเรียนกรณีศึกษาวิจัยการสร้างโลกเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) โดย สกุศลศรี ศรีสารคาม (2567) ได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาแบบจำลองจากแนวคิดของ Rutledge (2015) โดยอธิบายให้เห็นกระบวนการของการคิดโลกเนื้อหาที่ต่อยอดกันให้เกิดการ รับรู้ – ปฏิสัมพันธ์ – สร้างประสบการณ์ – พฤติกรรมตามเป้าหมาย ซึ่งในกระบวนการนี้ ควรให้ความสำคัญกับ 6 หลักการในกระบวนการ ดังนี้

(1) เป้าหมายในการสื่อสารคืออะไร และจะมี ACTION ใดของผู้รับสารบ้างที่จะทำให้นำไปสู่เป้าหมายนั้น

(2) การสร้างเนื้อหาในขั้นตอน “เปิดความสนใจ” ให้คนรับรู้เกี่ยวกับโลกเนื้อหา สร้างความคาดหวัง สร้างการอยากรู้ ทำให้ต้องการค้นหา รับรู้ต่อ โดยคำนึงถึงการเปิดความสนใจให้กับกลุ่มคนที่แตกต่างกัน

(3) การสร้างเนื้อหาเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ ต้องคำนึงถึงการสื่อสารสองทาง การแลกเปลี่ยน การพูดคุย การมีส่วนร่วม เชิญชวนให้คนได้มีกิจกรรม หรือ การทำบางอย่างต่อเนื้อหา กับผู้รับสารด้วยกัน หรือกับผู้ผลิตเพื่อให้มีส่วนร่วมต่อเรื่องราวนั้น

(4) ในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ให้คิดถึงการสร้างเนื้อหาประเภท “เนื้อหาที่ชวนให้ลงมือทำ” “เนื้อหาที่ให้อำนาจผู้รับสารในการทำบางสิ่งบางอย่าง” และ “เนื้อหาที่มาจากผู้รับสารเป็นผู้สร้างเอง” (Fan Content / User-Generated Content)

(5) การเชื่อมโยงประสบการณ์ จากการมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมระหว่างผู้รับสารด้วยกันกับโลกเนื้อหา ทั้งการเชื่อมประสบการณ์ผ่านเนื้อหา และ การลงมือทำในชีวิตจริง สร้าง “ประสบการณ์ร่วม” เพื่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันและต้องการรับรู้และมีพฤติกรรมร่วมในโลกเนื้อหาตามเป้าหมาย

(6) การกำหนด ACTION หรือ การลงมือทำบางอย่างที่จะเกิดจากการเล่าเรื่องและเนื้อหาของเรา โดยพิจารณาทั้งการใช้สื่อทำให้ลงมือทำได้ และ ความสามารถในการทำให้ลงมือทำในชีวิตจริง เพื่อเชื่อมประสบการณ์ นอกจากนั้น ยังเกี่ยวข้องกับการวางจตุรร้อยต่อให้ผู้รับสารเดินทางระหว่างเนื้อหาแต่ละชิ้น แต่ละช่องทางเพื่อต่อยอดประสบการณ์ให้ครบถ้วน เพื่อไปถึง “เป้าหมายที่เป็นแก่นของการสื่อสาร”

การจัดทำ “การวิจัยด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง” เป็นผลงานวิชาการ

การวิจัยเล่าเรื่องเชิงท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในแง่วิชาการและการพัฒนาชุมชน เนื่องจากเรื่องเล่าท้องถิ่นเป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ (identity) และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนที่สั่งสมมาช้านาน เรื่องเล่าเหล่านี้สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ ค่านิยม และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นองค์ความรู้ดั้งเดิมของคนในชุมชน ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ถือเป็นสมบัติทางปัญญาของชุมชนที่สั่งสมและหล่อหลอมขึ้นจากประสบการณ์ชีวิต

การศึกษารวบรวมเรื่องเล่าท้องถิ่นช่วยเปิดเผยองค์ความรู้เหล่านี้อย่างเป็นระบบ ทำให้เราเข้าใจ คุณค่าของชุมชน ในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นมิติประวัติศาสตร์ สังคม วิถีชีวิต หรือจิตวิญญาณของผู้คน ประการสำคัญ เรื่องเล่าท้องถิ่นหลายอย่างกำลังเผชิญกับความเสี่ยงที่จะสูญหายไปในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างรวดเร็ว หากไม่มีการบันทึกหรือจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ ภูมิปัญญาท้องถิ่นบางส่วนอาจสูญหายหรือถูกทำลายไปตามกาลเวลา งานวิจัยเชิงเรื่องเล่าจึงมีบทบาทในการอนุรักษ์และรักษาความรู้ท้องถิ่นเหล่านี้ให้อยู่รอดและส่งต่อถึงคนรุ่นหลังอย่างถูกต้องครบถ้วน การวิจัยสามารถทำหน้าที่ “บันทึกประวัติศาสตร์บอกเล่า” ของชุมชน เป็นหลักฐานทางวิชาการที่ช่วยคำนวณความทรงจำและอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่น

นอกจากนี้ การวิจัยเรื่องเล่าท้องถิ่นยังสัมพันธ์กับการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างแนวคิด “งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น” ในประเทศไทยชี้ให้เห็นว่าการให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมทำวิจัยเกี่ยวกับปัญหาและทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการแก้ปัญหาและพัฒนาตนเอง ซึ่งเรื่องเล่าพื้นบ้านและภูมิปัญญาถิ่นฐานก็เป็นหนึ่งในทุนทางสังคมที่มีคุณค่าที่สุดของชุมชน การวิจัยที่ขับเคลื่อนโดยคนในพื้นที่ไม่เพียงเก็บรักษาความรู้ หากยังสร้างความตระหนักรู้ (empowerment) และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้แก่สมาชิกของชุมชนเอง

ตัวอย่างการนำความรู้จากงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสังคม” ของผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ ศุภกิจเจริญ (2564) มาประยุกต์ใช้เป็นเทคนิคในการถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยงานชิ้นนี้เน้นการใช้เทคนิค การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมมีส่วนร่วมและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการออกแบบการเล่าเรื่องแบบข้ามสื่อหลายช่องทาง ที่เชื่อมโยงประสบการณ์ของผู้รับสาร สามารถกระตุ้นให้เกิดการลงมือทำหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจริงในชีวิตประจำวันได้กล่าวคือ เมื่อเนื้อหาเรื่องเล่าถูกนำเสนอผ่านสื่อหลายรูปแบบ (เช่น วิดีโอ บทความ อินโฟกราฟิก โซเชียลมีเดีย เกม ฯลฯ) และถูกออกแบบให้ผู้ชม/ผู้ฟังมีปฏิสัมพันธ์หรือมีส่วนร่วมกับเรื่อง (เช่น ร่วมตอบคำถาม แสดงความคิดเห็น สร้างผลงานแฟนคอนเทนต์) ก็จะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมและตระหนักในประเด็นสังคมที่เรื่องเล่านั้นต้องการสื่อ จนนำไปสู่การลงมือปฏิบัติบางอย่างในโลกความจริง เช่น เข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะ หรือปรับเปลี่ยนนิสัยของตน

งานวิจัยตัวอย่างนี้ เน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชนวัย 18-24 ปี และออกแบบกรอบการเล่าเรื่องที่ “สนุก” และ “ท้าทายตั้งคำถาม” ต่อพฤติกรรมปัญหาในสังคม ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่า (ผ่านช่องทางออนไลน์) กับผู้รับสารอย่างมีชีวิตชีวา นอกจากนี้ยังพบว่าการเปิดพื้นที่ให้ผู้ชมสร้างเนื้อหา (fan content) ร่วมกันแล้วนำมา แลกเปลี่ยนในสื่อออนไลน์ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงมือทำจริงได้มากขึ้น นอกจากนี้แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่องข้ามสื่อ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมยังสามารถนำมาปรับใช้ในการอนุรักษ์และเผยแพร่เรื่องเล่าท้องถิ่นได้อย่างสร้างสรรค์ ใน ยุคดิจิทัลปัจจุบัน ชุมชนท้องถิ่นสามารถใช้ แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) มาช่วยให้คน รุ่นใหม่หรือผู้คนนอกชุมชนสนใจเรื่องเล่าพื้นบ้านมากขึ้น โดยสามารถประยุกต์ใช้รูปแบบเทคนิค ดังต่อไปนี้

1. การเล่าเรื่องท้องถิ่นผ่านสื่อที่มีความหลากหลาย: โดยนำหลัก Transmedia Storytelling มาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่เรื่องเล่าชุมชนหลายช่องทาง เพื่อเข้าถึงผู้ฟังที่หลากหลายและเพิ่มการมีส่วนร่วม นอกจากการบันทึกนิทานพื้นบ้านไว้ในหนังสือหรืองานวิจัยที่คนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ยาก ชุมชน (ในฐานะนักวิจัย ชุมชน หรือผู้ให้ข้อมูล) สามารถร่วมกับนักวิจัยผลิตสื่อหลายประเภทจากนิทานหรือตำนานเรื่องเดียว เช่น ทำหนังสือหรือแอนิเมชันจากตำนานท้องถิ่น ปรับเนื้อหาเป็นการตูนช่องลงในโซเชียลมีเดีย สร้างพอดแคสต์เล่าตำนานโดยคนในชุมชน หรือจัดแสดงละครพื้นบ้านในงานเทศกาลท้องถิ่น การกระจายเรื่องเล่าเดียวกันออกไปในหลายรูปแบบเช่นนี้ จะเข้าถึงกลุ่มคนที่หลากหลายขึ้น ทั้งเด็ก วัยรุ่น และผู้ใหญ่ในวงกว้าง

2. การมีส่วนร่วมทางการสื่อสารของชุมชนและผู้รับสาร: การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมจะเพิ่มความรู้สึกผูกพันกับเรื่องที่เล่าสำหรับเรื่องเล่าท้องถิ่น โดยอาจจัดกิจกรรมเชิงโต้ตอบที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ของชุมชน ในกระบวนการเล่าเรื่อง เช่น ให้คนรุ่นใหม่ร่วมเล่าเรื่อง สร้างสรรค์คอนเทนต์จากเรื่องเล่า หรือจัดกิจกรรมการประกวดเล่าเรื่องออนไลน์ที่เชิญชวนเยาวชนให้สัมภาษณ์ผู้เฒ่าผู้แก่แล้วมาเล่าเรื่องท้องถิ่นในมุมมองของตน แข่งขันเขียนเรื่องสั้นที่ดัดแปลงจากนิทานพื้นบ้าน หรือแม้แต่สร้างแฮชแท็กในโซเชียลมีเดีย (#เรื่องเล่าบ้านฉัน) ให้คนทั่วไปแบ่งปันเรื่องเล่าจากบ้านเกิดตนเอง วิธีเหล่านี้จะทำให้การเล่าเรื่องท้องถิ่นไม่เพียงเป็นกิจกรรมเชิงรับฝ่ายเดียว แต่ผู้รับสารกลายเป็นผู้เล่าด้วย เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของเรื่องราวร่วมกัน อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์สืบสานโดยธรรมชาติ โดยเฉพาะการนำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่คนรุ่นใหม่ ควรหลีกเลี่ยงการเล่าในเชิงบรรยายที่เคร่งขรึมเพียงอย่างเดียว ควรเสริมองค์ประกอบความบันเทิงและความคิดสร้างสรรค์ เช่น ใช้ภาษาท้องถิ่นที่มีสีสัน เล่าเรื่องผีพื้นบ้านให้มีบรรยากาศน่าติดตาม หรือเชื่อมโยงเรื่องเก่าเข้ากับประเด็นปัจจุบัน (เช่น เปรียบเทียบตำนานท้องถิ่นกับภาพยนตร์ดัง) เพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกว่าการเล่าท้องถิ่นมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตเขา

3. การสร้างผลลัพธ์ของงานวิจัยให้อยู่ในรูปแบบสื่อสร้างสรรค์ที่เหมาะสม: อาศัยเทคนิคการคิดเชิงออกแบบ (design thinking) มาใช้ในงานเล่าเรื่องท้องถิ่น โดยการออกแบบกระบวนการเล่าเรื่องให้ตอบโจทย์ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของผู้รับสาร แล้วสร้างสรรค์วิธีเล่าที่

เหมาะสม เช่น หากพบว่าเด็กยุคใหม่ชอบเล่นเกม อาจพัฒนาให้ผลลัพธ์ของการวิจัยอยู่ในรูปแบบเกมเล่าเรื่อง
ที่บ้าน ที่ผู้เล่นสวมบทบาทตัวละครในนิทานและเรียนรู้ภูมิปัญญาระหว่างเล่นเกม เป็นต้น

การนำความรู้จาก KM ไปพัฒนาใช้ต่อ

จากการถ่ายทอดความรู้และจัดการความรู้ผ่านกระบวนการ KM ในคณะ มีอาจารย์ในคณะที่สามารถ
กำหนดโจทย์วิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเล่าเรื่องท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเป็นผลงานวิชาการ โดยรอบปีการศึกษา 2567 นี้
มีคณาจารย์ของคณะสื่อสารมวลชนได้ถอดองค์ความรู้ดังกล่าว มาต่อยอดเป็นงานวิจัย จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่

**การคัดสรรและพัฒนาองค์ประกอบวัฒนธรรมชุมชนปากปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยการสื่อสาร
อย่างมีส่วนร่วม โดย อาจารย์ ดร.ชลธิชา รอดกนกภัย** (อยู่ระหว่างการดำเนินวิจัย จะแล้วเสร็จในปี 2569) โดยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการและแนวทางการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Communication)
เพื่อเสริมสร้างการคัดสรรทุนทางวัฒนธรรม (ในแง่ขององค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า) และส่งเสริมการ
พัฒนาวัฒนธรรมของชุมชนปากปูน โดยใช้แนวคิดเชิงบูรณาการระหว่างวัฒนธรรมศึกษา การสื่อสารอย่างมีส่วน
ร่วมเพื่อการพัฒนา และการสื่อสารวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน ภายใต้แนวทางการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเป็นหลัก โดย
ศึกษาข้อมูลเชิงลึกร่วมกับชุมชนในแง่บริบททางภูมิวัฒนธรรมของชุมชนปากปูน รวมถึงมิติวัฒนธรรมที่มีคุณค่า
และสำคัญของชุมชนในบริบทปัจจุบัน เพื่อนำเสนอแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมในการส่งเสริมการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในการคัดสรรสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมของตนเอง โดยเน้นบทบาทของสมาชิกทุกภาคส่วน ได้แก่ ผู้นำชุมชน
ปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้รู้ เยาวชน หน่วยงานรัฐ และองค์กรเอกชนพื้นที่ ผ่านกระบวนการวิจัยที่มุ่งเน้นสร้างความ
เข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการ และกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการใช้การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เพื่อเสาะหา
พันธุ์ ส่งเสริม และต่อยอดวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และนำไปสู่การนำเสนอข้อเสนอแนะที่ชัดเจนเพื่อการ
กำหนดนโยบายสาธารณะและการบริหารจัดการวัฒนธรรมชุมชนที่มีประสิทธิภาพในระยะยาว ภายใต้กรอบ
แนวคิดทางการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนา (Development Communication) และการสื่อสาร
วัฒนธรรม (Cultural Communication) ซึ่งมีเป้าหมายที่สอดคล้องกันคือการใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อ
ขับเคลื่อนชุมชนให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเชิงบวก บนพื้นฐานของบริบททางวัฒนธรรมและความต้องการในพื้นที่
โดยแนวทางทั้งสองจะมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการเรียนรู้ พันฟูความรู้พื้นถิ่น สร้างความเข้าใจร่วมกันใน
ชุมชน ตลอดจนเป็นแนวทางในส่งเสริมการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนปากปูน

วิจัยการพัฒนาทักษะสร้างสรรค์เนื้อหาเล่าเรื่องชุมชน โดย อาจารย์โชติอนันต์ เกษมวงศ์หงส์ (อยู่ระหว่างการดำเนินวิจัยจะแล้วเสร็จในปี 2569) ผลงานวิจัยภายใต้ “โครงการพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน ผ่านกิจกรรมถอดบทเรียนแนวทางการส่งเสริมการเล่าเรื่องท้องถิ่นชุมชนสู่การออกแบบเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะกับแต่ละกลุ่มชุมชนเป้าหมาย” ซึ่งเป็นโครงการวิจัยภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้ชื่อโครงการ โดยได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา การวิจัยและการสร้างนวัตกรรม (บพค.) ซึ่งมุ่งเน้นใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่ประยุกต์กับเทคนิคการเล่าเรื่องท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องท้องถิ่นขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เสริมพลังให้กับนักสร้างสรรค์ท้องถิ่น ส่งเสริมความรู้สึกถึงสถานที่ที่แข็งแกร่ง เก็บรักษามรดก และจุดประกายนวัตกรรม เป็นสถานการณ์ที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์สำหรับชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยรวม โดยดำเนินงานในการวิจัยเชิงปฏิบัติกับนักสร้างเนื้อหาและคนในชุมชนให้เข้าใจเรื่องของการเล่าเรื่อง การเข้าใจผู้รับสาร การเข้าใจพลังของเรื่องเล่าท้องถิ่นกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชนและของประเทศ รวมถึงการออกแบบเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมาะกับแต่ละกลุ่มชุมชนเป้าหมาย และ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อให้ทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารได้โอברวัฒนธรรม และเรื่องราวท้องถิ่นร่วมกัน รวมถึงส่งเสริมให้มีการผลิตเนื้อหาเล่าเรื่องท้องถิ่นจากการร่วมกิจกรรมของโครงการเพื่อเพิ่มเรื่องเล่าในท้องถิ่นร่วมกัน