



วารสาร นาคบุตรปริทรรศน์

Nakhabut Paritat Journal

ISSN 3027-7779 (Online)

ปีที่ 16 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2567 Vol. 16 No. 3 September - December 2024

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 1 หมู่ 4 ต.ท่าจิว อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80280
Research and development institute Nakhon Si Thammarat Rajabhat University 1 Moo 4, Tha Ngio, Mueang, Nakhon Si Thammarat 80280

Received: September 29, 2022

Revised: December 10, 2024

Accepted: December 27, 2024

การออกแบบสารเพื่อการนำเสนอนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์

Message Design for Policy Presentation of Local Political Teams Through Manorah

วนภรณ์ จักรมานนท์*

วิทยาธร ท่อแก้ว

สุภาภรณ์ ศรีดี

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author) E-mail: Wanaporn.ja@skru.ac.th

Wanaporn Jakmanon*

Wittayatorn Tokeaw

Supaporn Sridee

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบสารเพื่อการนำเสนอของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์โดยการศึกษา 1) การออกแบบสาร 2) วิธีการนำเสนอ 3) กลยุทธ์การนำเสนอ และ 4) แนวทางการพัฒนาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับทีมงานเมืองท้องถิ่น 3 ทีม และคณะมโนราห์ รวมจำนวน 18 คน ผลการวิจัยพบว่า **1) การออกแบบสาร** ประกอบด้วยการกำหนดแนวคิด ประเด็นและเรียงลำดับนโยบายหลักที่สำคัญของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านบทร้องมโนราห์โดยเลือกใช้กลอนสองโหม่งเพราะง่ายในการจดจำ และกำหนดบทเจรจาโดยสอดแทรกสาระนโยบายผลงานความตกลงขั้นพื้นฐานเพื่อสร้างการรู้จักและจดจำทีมงานเมืองท้องถิ่น **2) วิธีการนำเสนอ** ด้วยเทคนิคการเปิดเรื่องเพื่อแนะนำทีมงานเมืองท้องถิ่น ดำเนินเรื่องเพื่อนำเสนอโยบาย และปิดเรื่องเพื่อชูงุดขายและสร้างการจดจำทีมงานเมืองท้องถิ่น **3) กลยุทธ์การนำเสนอ** ประกอบด้วยการกระตุ้นความสนใจผ่านคณะมโนราห์ที่มีชื่อเสียง โฉมหน้าใจผ่านภาษาถิ่นได้ รวมถึงกลยุทธ์สร้างความบันเทิงผ่านเครื่องดนตรีพื้นบ้านผสมผสานเครื่องดนตรีสากล **4) แนวทางการพัฒนาการออกแบบสาร** ต้องสร้างวลีเด่นเฉพาะทีมเพื่อสร้างการจดจำระยะยาวเพิ่มบทบาทผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่นให้มีเสียงเล่าเรื่องเพื่อเกิดเอกลักษณ์ และนำเสนอโดยใช้สื่อพื้นบ้านผสมผสานอินโฟกราฟิกนำเสนอโยบายบนสื่อใหม่เพิ่มเติมเพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมายและสร้างโอกาสการมีส่วนร่วมเพื่อประชาชนเปิดรับ ซึมซับนโยบายทีมงานเมืองท้องถิ่นโดยไม่รู้สึกโดนยัดเยียด นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

คำสำคัญ: การออกแบบสาร; การนำเสนอ; การเมืองท้องถิ่น; สื่อพื้นบ้าน; มโนราห์

Abstract

This research aims to investigate message design for policy presentation by local political teams through Manorah's performance, employing a comprehensive examination of: 1) message design, 2) presentation methods, 3) presentation strategies, and 4) development approaches. The study utilized in-depth interviews with 18 direct stakeholders, including three local political teams and Manorah performance troupes.

Research findings reveal that: **1) Message Design** involves establishing conceptual frameworks by prioritizing and sequencing core local political team policies through manorah song lyrics, strategically utilizing two-line rhyming verse forms for enhanced memorability. Dialogues were crafted by integrating policy content with humorous elements to facilitate recognition and recall of local political teams. **2) Presentation Methods** employed techniques of opening segments to introduce political teams, narrative progression to present policies, and concluding sections to highlight team distinctiveness and reinforce memorization. **3) Presentation Strategies** encompassed stimulating audience interest through renowned manorah troupes, persuasive techniques utilizing Southern Thai dialect, and entertainment strategies blending traditional folk instruments with contemporary musical elements. **4) Development Approaches** recommend creating distinctive team-specific phrases for long-term memorability, enhancing local political team leaders' narrative roles to establish unique identities, and presenting content through traditional folk media complemented by infographic representations on contemporary platforms to expand target audience engagement and facilitate policy absorption without perceived coercion, ultimately fostering positive long-term relationships.

Keyword: Message design; Presentation; Local Politics; Folk media; Manorah



บทนำ

การสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่นในช่วงก่อนการเลือกตั้ง นับเป็นช่วงสำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารของทีมการเมืองท้องถิ่นที่ลงสมัครรับเลือกตั้งไปสู่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ให้เกิดการรู้จักและจดจำทีมการเมืองท้องถิ่น ประกอบด้วย ชื่อทีม ผู้นำทีม สโลแกน วิสัยทัศน์ และเกิดความรู้เกี่ยวกับนโยบายทีมการเมืองท้องถิ่น เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจให้กับประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ ดังนั้นการสื่อสารนับว่ามีพลังสำคัญในการสร้างความรู้ทางนโยบายให้แก่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เกิดทัศนคติที่ดี และเกิดการยอมรับทีมการเมืองท้องถิ่นจนนำไปสู่การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้ต่อไป (Sotanasathien, 2020)

การเลือกตั้งจึงเปรียบเสมือนการเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้มีส่วนร่วมทางการเมือง ส่งผลให้ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นต่างให้ความสำคัญกับการแข่งขันในรูปแบบการเลือกตั้ง มีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้านนโยบายด้านการสื่อสารโดยเฉพาะช่วงก่อนการเลือกตั้ง เช่น การบริหารจัดการด้านเนื้อหาสาระ ทั้งการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับความเข้าใจของกลุ่มประชาชนในแต่ละพื้นที่ สั้น กระชับ จดจำง่าย ผ่านสโลแกน โลโก้ทีม และนโยบายในการหาเสียง รวมถึงการบริหารจัดการด้านสื่อและการเผยแพร่ทั้งในรูปแบบสื่อสมัยใหม่ เช่น ไลน์ เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม รวมถึงสื่อดั้งเดิม เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ วิทยุ ทีวี แผ่นพับ เสียงตามสาย รถแห่ อีกทั้งสื่อบุคคล เช่น การลงพื้นที่เยี่ยมเยียนประชาชนในแต่ละหมู่บ้านเพื่อสร้างความใกล้ชิดและความสอดคล้องกับคนชุมชน (Phatarametravorakul, 2023)

เช่นเดียวกับทีมการเมืองท้องถิ่น 3 ทีมในพื้นที่ภาคใต้ที่ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในปี 2563 และนายกเทศมนตรีในปี 2564 ประกอบด้วย 1) เทศบาลนครตรัง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง คือ “ทีมต้นกล้านครตรัง” ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครตรัง ซึ่งมีกำหนดการเลือกตั้งวันที่ 28 มีนาคม 2564 นำทีมโดยนายทวิรัตน์ เลหาทัยชนก 2) เทศบาลเมืองทุ่งสง อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ “ทีมสิงห์หนุ่ม” ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเมืองทุ่งสง ซึ่งมีกำหนดการเลือกตั้งวันที่ 28 มีนาคม 2564 นำทีมโดยนายทรงชัย วงษ์วีชรดำรง และ 3) จังหวัดสงขลา คือ “ทีมไฟเงิน มากสุวรรณ” ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ซึ่งมีกำหนดการเลือกตั้งวันที่ 20 ธันวาคม 2563 นำทีมโดยนายไฟเงิน มากสุวรรณ ทั้ง 3 ทีมต่างระดมสื่อหลายรูปแบบเพื่อนำเสนอนโยบายให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่เช่นกัน ขณะเดียวกันได้เลือกประยุกต์ใช้สื่อพื้นบ้าน “มนิราห์” มาเป็นสื่อกลางในการนำเสนอโยบายทีมการเมืองท้องถิ่นของตนเองโดยออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับรูปแบบทำนองกลอนมนิราห์ รวมถึงการใช้ภาษาได้นำเสนอเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นคนในพื้นที่ภาคใต้ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้ สร้างทัศนคติ ค่านิยม ประสานสัมพันธ์บุคคลและสร้างความบันเทิงตามบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน ซึ่งเหตุผลของการนำแนวทางการใช้มนิราห์มานำเสนอของทั้ง 3 ทีมนี้ เป็นเพราะสื่อพื้นบ้านมีความผูกพันกับคนท้องถิ่นและเป็นสื่อที่ทรงพลัง ดังพบในงานวิจัยของ Sutcharitpan (2022) ศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารทางการเมืองผ่านหนังตะลุงภาคใต้ : ศึกษาในห้วงวิกฤตการณ์ทางการเมือง พ.ศ.2548-2558 พบว่า หนังตะลุงต้องมีการปรับบทบาทให้เข้ากับบริบททางการเมืองในช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อให้ความรู้และสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมได้เข้าใจเช่นกัน

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้ หัวใจสำคัญของการสื่อสาร คือ “นโยบายทีมการเมืองท้องถิ่น” ที่จะนำเสนอไปสู่ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ของตนเอง โดยมุ่งให้ความรู้ทางนโยบายเพื่อสร้างการรู้จักและจดจำทีมการเมืองท้องถิ่น จนนำไปสู่ความนิยมทางการเมืองและการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับทีม โดยผู้วิจัยจะศึกษาในช่วงก่อนการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนายกเทศมนตรี หลังประกาศจากคณะกรรมการการเลือกตั้ง กำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ลงวันที่ 26 ตุลาคม 2563 รวมถึงการกำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลและนายกเทศมนตรี ลงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2564 (The Election Commission of Thailand, 2020) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า การสื่อสารนโยบายเพื่อให้เข้าถึงประชาชนได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยกลวิธีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ มาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรู้จัก จดจำ สร้างความรู้



ความเข้าใจ จนนำไปสู่ความประทับใจให้กับทีม ซึ่งการนำมโนราห์มาประยุกต์ใช้ร่วมกับการสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่นภาคใต้ นั้น ถือการสร้างจุดเด่น ความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ให้กับทีมการเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 พื้นที่ เนื่องจากทีมการเมืองท้องถิ่นที่ลงสมัครรับเลือกตั้งทีมอื่น ๆ นิยมใช้สื่อสมัยใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการหาเสียงเลือกตั้งและสร้างความนิยม ในขณะที่ทีมต้นกล้านครตรัง ทีมสิงห์หนุ่ม และทีมไพเจน มากสุวรรณ ใช้กลยุทธ์สร้างความใกล้ชิด ความผูกพันกับวิถีวัฒนธรรม และภาษาถิ่นใต้ผ่านบทกลอนมโนราห์เข้ามาช่วยสร้างความเป็นกันเอง ลดช่องว่างระหว่างทีมการเมืองท้องถิ่นกับประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง จึงทำให้เกิดความโดดเด่น และเป็นที่ยอมรับได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีความสำคัญในแง่ของกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ภาคใต้ ในเชิงประยุกต์การใช้ศาสตร์ด้านการเมืองและการปกครองท้องถิ่นมาร่วมกับศาสตร์ด้านวัฒนธรรมภาคใต้ ผ่านการออกแบบสารเพื่อนำเสนอ “นโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่น” ควบคู่ไปกับการใช้สื่อสมัยใหม่ตามกระแสและความนิยม ซึ่งต้องได้รับการศึกษาวิจัยเพื่อให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับวิธีการออกแบบสาร วิธีการนำเสนอ การเลือกใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอผ่านมโนราห์ เพื่อเป็นแนวทางการให้กับทีมการเมืองท้องถิ่นต่อไป และผลการวิจัยจะเป็นส่วนสำคัญในการนำไปสู่ข้อค้นพบทางวิชาการซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทีมการเมืองท้องถิ่นอื่น ๆ นักปกครองท้องถิ่น นักวิชาการ และผู้สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบสารเกี่ยวกับนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์
2. เพื่อศึกษาวิธีการนำเสนอของนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การนำเสนอของนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการออกแบบสาร วิธีการนำเสนอ และกลยุทธ์การนำเสนอของทีมงานการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้เพื่อวิเคราะห์การออกแบบสาร วิธีการนำเสนอ กลยุทธ์การนำเสนอ และแนวทางการพัฒนาการออกแบบสาร วิธีการนำเสนอ และกลยุทธ์การนำเสนอของทีมงานการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นที่สมัครใน 3 พื้นที่ ประกอบด้วย เทศบาลนครตรัง จังหวัดตรัง เทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และองค์การบริหารจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการเลือกแบบเจาะจงบุคคลที่มีความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับทีมการเมืองท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 18 คน ประกอบด้วย 1) ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่น ได้แก่ ทีมต้นกล้านครตรัง ทีมสิงห์หนุ่ม และทีมไพเจน มากสุวรรณ จำนวน 3 คน คัดเลือกจากการเป็นผู้นำทีมและมีบทบาทในการเป็นผู้กำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ รวมถึงแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นของตน 2) ที่ปรึกษาทีมการเมืองท้องถิ่น จำนวน 3 คน คัดเลือกจากการเป็นที่ปรึกษาทีมและมีบทบาทในการให้คำปรึกษาแก่ทีมการเมืองท้องถิ่นของตน 3) นักวิชาการด้านการสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่น จำนวน 1 คน คัดเลือกจากประสบการณ์ด้านการสื่อสารทางการเมืองหรือให้คำปรึกษาแก่ทีมการเมืองท้องถิ่น มาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี 4) แกนนำทีมการเมืองท้องถิ่น ที่รับฟังการนำเสนอผ่านมโนราห์ จำนวน 10 คน คัดเลือกจากบุคคลที่ได้เข้ารับการอบรมแกนนำทีมการเมืองท้องถิ่น มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง และ 5) มโนราห์ผู้เชี่ยวชาญ วิเชียร ศรชัย ผู้เชี่ยวชาญด้านการแสดงมโนราห์ประยุกต์ 1 คน คัดเลือกจากผู้มีประสบการณ์และมีผลงานด้านการแสดงมโนราห์ประยุกต์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี



เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย 4 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ส่วนที่ 1 การออกแบบสารเกี่ยวกับนโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ ส่วนที่ 2 วิธีการนำเสนอ นโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การนำเสนอ นโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการออกแบบสาร วิธีการนำเสนอ และกลยุทธ์การนำเสนอ นโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญในสาขาสื่อพื้นบ้าน จำนวน 1 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ก่อนนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ด้วยตนเองโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและระหว่างการการสัมภาษณ์มีการขออนุญาตเพื่อจดบันทึก บันทึกเสียง และถ่ายภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Technique) จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 3 พื้นที่ ประกอบด้วย ทีมต้นกล้านครตรัง จากเทศบาลนครตรัง จังหวัดตรัง ทีมสิงห์หนุ่ม จากเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และทีมไพเจน มากสุวรรณ จากองค์การบริหารจังหวัดสงขลา เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ พร้อมทั้งการสังเกตขณะเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและนำผลที่ได้มาอภิปราย สรุปผล และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาสู่บทสรุป (conclusion) ที่เกิดจากการนำข้อค้นพบมาเชื่อมโยงกัน สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบสารเพื่อนำเสนอ นโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ ผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่น 3 ทีม ประกอบด้วย ทีมต้นกล้านครตรัง ทีมสิงห์หนุ่ม และทีมไพเจน มากสุวรรณ กำหนดรูปแบบการนำเสนอ นโยบายไว้ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบบทกลอนมโนราห์ และรูปแบบการแสดงมโนราห์ โดยมีที่ปรึกษาทีมงานเมืองท้องถิ่น และนักวิชาการด้านการสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่นให้คำแนะนำ และให้คณะมโนราห์ไข่เหล็ก วิเชียร ศรชัย เป็นผู้แปลงเนื้อหา นโยบายผ่านบทกลอนและการแสดงมโนราห์ เพื่อนำเสนอผ่านรถแห่และการอบรมแกนนำทีมงานเมืองท้องถิ่น ซึ่งสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การออกแบบสารนโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ พบว่า ดำเนินการดังนี้ 1) กำหนดเรื่อง คือ กำหนดแนวคิดการออกแบบสารนโยบายในรูปแบบบทกลอนมโนราห์ และกำหนดแก่นเรื่องในรูปแบบการแสดงมโนราห์ ภายใต้แนวคิด “สร้างความรู้จักและจดจำทีมงานเมืองท้องถิ่น” โดยใช้ข้อมูลและนโยบายของทีมงาน ประกอบด้วย ชื่อทีม ผู้นำทีม วิสัยทัศน์ ประวัติการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ผลงานด้านการพัฒนาท้องถิ่นที่ผ่านมา และนโยบายทีม 2) กำหนดประเด็นเนื้อหา คือ คัดเลือกข้อมูลนโยบายและเรียงลำดับตามความสำคัญที่ผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่นต้องการนำเสนอเพื่อส่งให้กับมโนราห์แปลงเป็นบทกลอนมโนราห์ในรูปแบบกลองสองโหม่ง เช่น นโยบายของทีมงานต้นกล้านครตรังเกี่ยวกับ “เปิดนครตรังสู่ เมืองอาหารและการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน ด้วยการส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่สากล พัฒนาจุดท่องเที่ยว เพื่อการพักค้างคืน ในเขตเทศบาลนครตรัง ตามแนวคิด เที่ยว กิน ชื้อ พัก” ได้แปลงเป็นบทกลอนมโนราห์ คือ



เปิดนครตรังให้เป็นเมืองท่องเที่ยว
แก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ
เติมพื้นที่สีเขียวสวนสาธารณะ (ซ้ำ)
เรื่องการกีฬาต้องพัฒนาจริงจัง
ด้วยใจมุ่งหวังสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

เชิงวัฒนธรรมที่มีความสร้างสรรค์
อย่างเป็นระบบ ให้ครบทุกเส้นทาง
สวนประวัติเมืองเป็นเรื่องต้องสร้างสรรค์
อาคารสถานที่ต้องมีมาตรการ
สนับสนุนส่งเสริมคอยประสาน

(Somchai, 2021)

3) กำหนดบทร้อง คือ คัดเลือกบทกลอนมโนราห์ที่ใช้ในการออกแบบสารนโยบาย ซึ่งมีโนราห์คัดเลือกบทกลอนสองโหม่งมาเป็นบทร้อง เนื่องจากมีเอกลักษณ์ด้านการใช้คำ ง่ายต่อการจดจำผ่านการซ้ำคำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบสารนโยบายของผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นที่ต้องการให้นโยบายของทีมเป็นที่รู้จักและจดจำ 4) กำหนดบทเจรจา คือคัดเลือกรูปแบบการแสดงมโนราห์ประยุกต์ ออกแบบให้มีการสอดแทรกข้อมูลและนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่น ในระหว่างทำการแสดงและผสมผสานด้วยความตกลงขบขัน อาศัยประสบการณ์การเป็นตลกคาเฟ่ของมโนราห์เข้ามาช่วยสร้างสีสันและบรรยากาศการแสดงให้ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเกิดความสนุกและซึมซับนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่นได้ในเวลาเดียวกัน

ตารางที่ 1 สรุปการออกแบบสารนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่น 3 ทีม

ชื่อทีมการเมืองท้องถิ่น	กำหนดเรื่อง	กำหนดประเด็น	กำหนดบทร้อง	กำหนดบทเจรจา
1. ทีมต้นกล้านครตรัง 2. ทีมสิงห์หนุ่ม 3. ทีมไฟเงิน มากสุวรรณ์	- ชื่อทีม/ผู้นำทีม - วิสัยทัศน์ - ประวัติการศึกษา - ประสบการณ์ทำงาน - ผลงานที่ผ่านมา - นโยบายของทีม	- คัดเลือกข้อมูลและนโยบาย - เรียงความสำคัญข้อมูลและนโยบายที่ต้องการนำเสนอ	- กลอนสองโหม่ง	- การแสดงมโนราห์ประยุกต์

2. วิธีการนำเสนอเนื้อหาของทีมการเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ พบว่า ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นและมโนราห์นำข้อมูล นโยบายมาทำการผูกเรื่อง เรียงลำดับเรื่อง เล่าเรื่อง และสรุปเรื่อง ด้วยเทคนิค 1) การเปิดเรื่อง กล่าวถึงการพัฒนาเทศบาลนครตรัง เทศบาลเมืองทุ่งสง และจังหวัดสงขลา ด้วยศักยภาพความสามารถของผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่น และผูกเรื่องเข้าสู่การเลือกตั้งท้องถิ่น แนะนำทีมการเมืองท้องถิ่นให้ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งรู้จัก 2) การดำเนินเรื่อง นำเสนอเนื้อหาผ่านบทกลอนและการแสดงมโนราห์โดยเรียงลำดับความสำคัญของนโยบายที่ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นพิจารณา ตั้งอยู่บนข้อเท็จจริงและไม่พาดพิงทีมการเมืองท้องถิ่นอื่น ทั้งนี้บทกลอนมโนราห์นำเสนอไม่เกิน 10 นาที ขณะที่การแสดงมโนราห์ มีการจัดช่วงนำเสนอเนื้อหา 45 นาทีหลังการแสดงตามขนบมโนราห์จบลงเพื่อไม่ให้ประชาชนเกิดความเบื่อหน่ายหรือยึดเยียดเนื้อหาเกินไป 3) การปิดเรื่อง เป็นการสรุปและย้ำนโยบายความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นในการอาสาพัฒนาพื้นที่ โดยนำเสนอแบบสั้น กระชับเพื่อชูดูชวยและสร้างการจดจำทีมการเมืองท้องถิ่น



ตารางที่ 2 สรุปวิธีการนำเสนอนโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่น 3 ทีม

ชื่อทีม การเมืองท้องถิ่น	วิธีการนำเสนอโยบาย
ทีมต้นกล้านครตรัง	เปิดเรื่อง: กล่าวถึงโอกาสการพัฒนาานครตรังให้ก้าวไกลพร้อมแนะนำชื่อทีม ประวัติการศึกษา ประสบการณ์ทำงานของนายทวิรัตน์ เลหาทัยชนก ผู้นำทีมต้นกล้านครตรัง ดำเนินเรื่อง: เข้าสู่นโยบายการขับเคลื่อนนครตรังสู่ความยั่งยืนมาเป็นนโยบายเปิดเรื่อง ต่อด้วยด้านสุขภาพ การศึกษา กีฬา ไอที เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ปิดเรื่อง: เน้นย้ำความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้นำทีม และปิดด้วยชื่อผู้นำทีมเพื่อสร้างการจดจำ
ทีมสิงห์หนุ่ม	เปิดเรื่อง: กล่าวถึงการพัฒนาเทศบาลเมืองทุ่งสงพร้อมแนะนำชื่อทีม ประวัติการศึกษา ประสบการณ์ทำงานของนายทรงชัย วงษ์วัชรดำรง ผู้นำทีมสิงห์หนุ่ม ดำเนินเรื่อง: เข้าสู่นโยบายส่งเสริมการศึกษา วัฒนธรรม คมนาคมขนส่ง กีฬา สาธารณสุข เทคโนโลยีดิจิทัล อาชีพ ปิดเรื่อง: เน้นย้ำความมุ่งมั่นตั้งใจในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง และปิดด้วยชื่อผู้นำทีมเพื่อสร้างการจดจำ
ทีมไฟเงิน มากสุวรรณ	เปิดเรื่อง: กล่าวถึงการพัฒนาจังหวัดสงขลาให้ก้าวไกล ความพร้อมในการอาสาดูแลประชาชนจังหวัดสงขลาของนายไฟเงิน มากสุวรรณ ผู้นำทีมไฟเงิน มากสุวรรณ ดำเนินเรื่อง: เข้าสู่นโยบายยกเรื่องการศึกษา สุขภาพ อาชีพ ท่องเที่ยว การจัดการน้ำ สาธารณสุข กีฬา การเกษตร จราจร ปิดเรื่อง: นำเสนอความจำเป็นของนโยบายพัฒนาเมืองสงขลาให้ก้าวไกล และปิดท้ายด้วยชื่อผู้นำทีมเพื่อสร้างการจดจำ

3. กลยุทธ์การนำเสนอโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์ พบว่า ผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่นและมโนราห์เลือกใช้ 3 กลยุทธ์สำคัญ คือ 1) กลยุทธ์กระตุ้นความสนใจผ่านคณะมโนราห์ที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ และเป็นมโนราห์ประยุกต์ เนื่องจากมีการผสมผสานระหว่างขนบมโนราห์และความทันสมัยไว้ด้วยกัน เพื่อให้การนำเสนอเข้าถึงประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้หลากหลายกลุ่ม จึงเลือก คณะมโนราห์ไข่มุกเหลี่ยม วิเชียร ศรีชัย มาร่วมออกแบบสารเพื่อนำเสนอในครั้งนี้อย่างน่าสนใจ 2) กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ผ่านการใช้ภาษาได้ช่วยให้เกิดความใกล้ชิดระหว่างประชาชนกับผู้นำทีม ส่งผลให้ประชาชนเปิดใจรับฟังนโยบายประกอบกับนำเสนอด้วยข้อเท็จจริงและไม่พาดพิงทีมงานเมืองท้องถิ่นอื่นถือเป็นความจริงใจขึ้นพื้นฐานของการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสร้างความบันเทิง เลือกใช้เครื่องดนตรีพื้นบ้านผสมเครื่องดนตรีสากลเพื่อความสนุกสนาน โดยมโนราห์เป็นผู้ถ่ายทอดผ่านบทกลอนมโนราห์บนความเหมาะสมพอดี มีวาทีศิลป์ ปฏิภาณไหวพริบในการแสดงหยิบยกสถานการณ์จริงมานำเสนอสด ๆ ช่วยสร้างความสดใหม่ของการแสดง แต่ต้องสอดแทรกข้อมูลและนโยบายเป็นระยะสลับกับความสนุกสนานของตัวตลก และความสวยงามของนางรำ เพื่อไม่ให้ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเกิดความอึดอัดที่ต้องรับฟังนโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นตลอดการแสดง

ตัวอย่างบทกลอนมโนราห์เพื่อการหาเสียงเลือกตั้งสำหรับทีมไฟเงิน มากสุวรรณ

แล้วว่าอ้อ อ้อ อ้อ อ้อระ แล้วว่าอ้อระ งามแล้วแลพี่น้องเฮ้อเฮย

จังหวัดสงขลา จะพัฒนาให้ก้าวไกล

จำเป็นต้องใช้ ผู้ที่มีวิสัยทัศน์

กล้าคิด กล้าทำ ทำให้เห็นเด่นชัด

ต้องถนัด เรื่องการพัฒนา

การเปลี่ยนแปลง จะชัดเจนเห็นจริง

ต้องมีเงินทุน มาหมุนแก้ปัญหา

เพียงงบประมาณ ที่รัฐจัดสรรมา

ไม่เพียงพอ จึงต้องขอชี้แจง

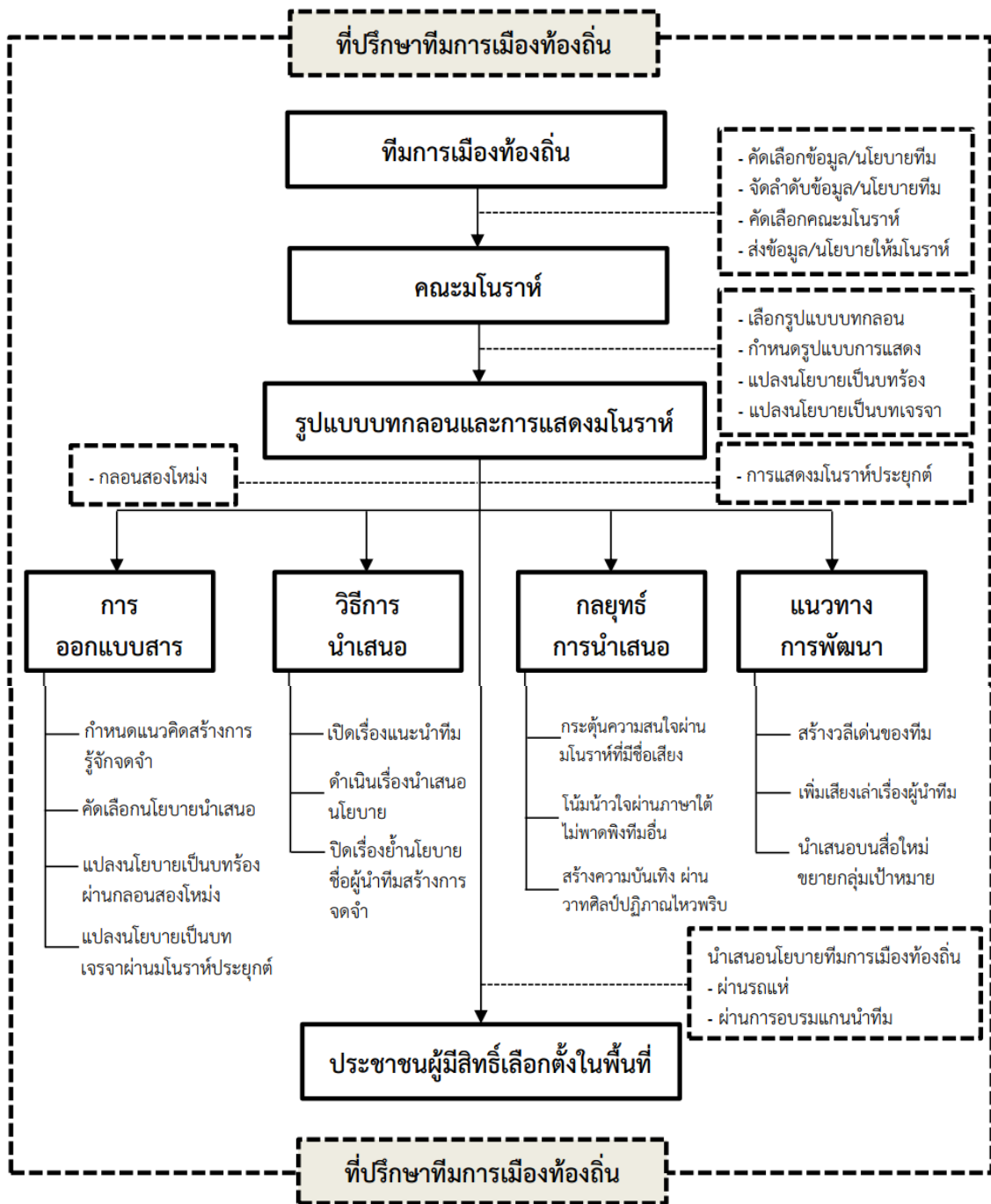


ต้องบูรณาการ งบประมาณจากหลายที่
คนที่ทำได้ มีนโยบายไฟแรง
พลิกโฉมสงขลา ให้ก้าวหน้ารุ่งเรือง
10 นโยบายที่ มุ่งหมายตั้งใจ (ซ้ำคำ)
นโยบายที่ 1 เต็มอาหารสมอง
นโยบายที่ 2 บอกพี่น้องทุกคน
นโยบายที่ 3 นี้เพื่อความก้าวหน้า
สร้างรายได้ ให้มีผลกำไร
นโยบายที่ 4 ชู 16 อำเภอ
นโยบายที่ 5 มีประโยชน์ร่วมกัน
นโยบายที่ 6 หยิบยกมาประกาศ
นโยบายที่ 7 อันนี้เด็ดกำลังฮิต
นโยบายที่ 8 จัดการเสร็จต้องเร็ดหู
นโยบายที่ 9 สร้างตลาดเพื่อกระจายสินค้า
นโยบายที่ 10 ต้องเร่งรีบผลักดัน
จรรยา ต้องเร็วไวไปมา
นโยบายจำเป็น ทำให้เห็นได้จริง
อยากให้มีเมืองสงขลา พัฒนาก้าวไกล
ออ คนจริงใจและทำเป็น ต้องไฟแรง มากสุวรรณ พี่น้องเฮ้อ.. (Sornchai, 2021)

ทั้งภาครัฐ เอกชน ไปทั่วทุกหนแห่ง
คือไฟแรง มากสุวรรณ เขามุ่งมั่นตั้งใจ
เศรษฐกิจฟูเฟื่อง สมกับเป็นเมืองใหญ่
ร่วมแรงพลัง สร้างสุขให้ทุกคน
เสริมการศึกษา ทุกวัยได้เห็นผล
สร้างสุขภาพดี คัดกรองโรคที่เสี่ยงภัย
ต้องพัฒนา อาชีพให้ต่อใหญ่
เศรษฐกิจต้องดี ในยุคดิจิทัล
ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เหมือนที่ใครใฝ่ฝัน
จัดการน้ำ ตามเหตุนั้นเพื่อเศรษฐกิจ
สร้างเมืองสะอาด ปลอดภัยไร้มลพิษ
เรื่องการศึกษา พัฒนาก้าวไกล
เรื่องการฟื้นฟู ทะเลสาบให้สดใส
การเกษตร ให้มีเกรดมีราคา
เป็นความประสงค์ ของคนเมืองสงขลา ปัญหา
ใช้รถไฟฟ้า ที่ประหยัดปลอดภัย
โดยคุณไฟแรง ถ้าได้เป็นแม่ทัพใหญ่
คนจริงใจ ทำเป็น ต้องไฟแรง มากสุวรรณ

4. แนวทางการพัฒนาเพื่อนำเสนอนโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมนोर่า หลังการใช้บทกลอนมนोर่าในการนำเสนอของทั้ง 3 ทีมแล้วนั้น ผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 ทีม พร้อมด้วยที่ปรึกษาทีมได้วิเคราะห์ผลจากการใช้บทกลอนมนोर่าในการนำเสนอ โดยผู้มีวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า 1) พัฒนาการออกแบบสาร ควรสร้างวลีเด่นเฉพาะทีมเพื่อสื่อสารให้เกิดกระแสทางสังคมนำไปสู่การจดจำในระยะยาว 2) พัฒนาการวิธีการนำเสนอ ควรเพิ่มเสียงผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่นในบทกลอนเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น ขณะที่รูปแบบการแสดงมนोर่า ควรจัดช่วงเวลาให้ผู้นำทีมงานเมืองท้องถิ่นขึ้นเวทีเพื่อสร้างความใกล้ชิดกับประชาชนแต่ไม่เป็นการปราศรัยเพื่อหาเสียง 3) พัฒนากลยุทธ์การนำเสนอประกอบด้วย กลยุทธ์กระตุ้นความสนใจใช้สื่อพื้นบ้านผสมอินโฟกราฟิกนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย ขณะที่กลยุทธ์การโน้มน้าวใจผ่านการสร้างเครือข่ายส่วนบุคคลในพื้นที่เพิ่มความไว้วางใจทีมงานเมืองท้องถิ่น สำหรับกลยุทธ์สร้างความบันเทิงโดยสร้างโอกาสการมีส่วนร่วมเพื่อให้ประชาชนเปิดรับนโยบายอย่างไม่มีรู้สึกโดนยัดเยียด นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว ซึ่งผลจากการศึกษาสามารถสรุปเป็นภาพได้ดังนี้





ภาพที่ 1 ผลการศึกษาการออกแบบสารนโยบายของทีมงานเมืองท้องถิ่นผ่านการแสดงมโนราห์
ที่มา: Jakmanon, Tokeaw & Sridee (2022)

การอภิปรายผล

1. การออกแบบสารนโยบาย ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ทีมการเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 ทีม มีการออกแบบสารนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกันในลักษณะการคัดเลือกและเรียงความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับชื่อทีม ผู้นำทีม วิสัยทัศน์ ประวัติการศึกษา ประสบการณ์และผลงานที่ผ่านมา รวมถึงนโยบายของทีมให้กับคณะมนรธา์แปลงเป็นบทกลอนมนรธา์เพื่อใช้ในการนำเสนอนโยบาย โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบสาร คือ 1) การกำหนดเรื่อง 2) การกำหนดประเด็นเนื้อหา 3) การกำหนดบทร้อง 4) การกำหนดบทเจรจา โดยมีกระบวนการในลักษณะผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 ทีมเป็นผู้กำหนดแนวคิดในการออกแบบสารนโยบายครั้งนี้ นั่นคือ “สร้างความรู้จักและจดจำทีมการเมืองท้องถิ่น” จากนั้นผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่น จะกำหนดประเด็นเนื้อหาด้วยการคัดเลือกเนื้อหา นโยบายและข้อมูลสำคัญของทีมการเมืองท้องถิ่นของตนที่จะใช้ในการออกแบบสารผ่านบทกลอนให้กับคณะมนรธา์ เมื่อคณะมนรธา์รับข้อมูลจากทั้ง 3 ทีมจึงนำนโยบายและข้อมูลทีมการเมืองท้องถิ่นแต่ละทีมกำหนดเป็นบทร้อง บทเจรจาผ่านบทกลอนมนรธา์รูปแบบกลอนสองโหม่ง โดยเน้นการเล่นคำ สัมผัสคำ และใช้ท่วงทำนองที่สนุกเพื่อสร้างการจดจำได้ง่ายมากขึ้นให้แก่ผู้รับฟัง โดยมีการสอดแทรกบริบท เรื่องราวเฉพาะพื้นที่เข้าไปในบทกลอนเพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ขึ้นแก่ทีม สอดคล้องกับการสื่อสารทางการเมืองผ่านหนังสือตลวงภาคใต้: ศึกษาในห้วงวิกฤตการณ์ทางการเมืองปี พ.ศ.2548-2558 ในด้านการสื่อสารบริบททางการเมืองของนายคณะหนังสือตลวง ต้องมีการปรับบทบาทของตัวแสดงให้เข้ากับ (Sutcharitpan, 2019) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มุ่งเน้นให้ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเกิดความรู้ ความเข้าใจข้อมูลและนโยบายของทีมการเมืองท้องถิ่น ซึ่งเมื่อประชาชนเกิดการความรู้ทางนโยบายในทางที่ดีแล้ว ย่อมส่งผลต่อทัศนคติที่ดี และทัศนคติที่ดีย่อมส่งผลต่อการยอมรับ ความไว้วางใจทีมการเมืองท้องถิ่นได้เช่นกัน (Sotanasathien, 2020) ซึ่งกระบวนการให้ความรู้ สร้างการรู้จัก จดจำทีมการเมืองท้องถิ่น นิยมดำเนินการในช่วงก่อนการเลือกตั้งเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับทีมการเมืองท้องถิ่น (Iamnirun, 2019) ซึ่งได้เลือกใช้สื่อพื้นบ้านมนรธา์ ด้วยเหตุผลที่ว่า นอกจากให้ความรู้ทางนโยบายแล้วยังต้องการสร้างความใกล้ชิด เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างทีมการเมืองท้องถิ่นและประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งด้วยเช่นกัน อีกทั้งสร้างเสน่ห์ ความแตกต่างและความโดดเด่นจากทีมการเมืองท้องถิ่นอื่น ๆ ในพื้นที่ทำให้เกิดการจูงใจและเปิดใจรับฟังนโยบายโดยไม่รู้สึกลังเลยับยั้ง สอดคล้องกับการสื่อสารทางการเมืองของนักแสดงในลักษณะการสร้างคามยินยอมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน โดยไม่รู้สึกลังเลเป็นการบังคับหรือยึดเยียด (Saisanun, 2019) ซึ่งการออกแบบสารนโยบายจึงต้องอาศัยการคัดเลือกข้อมูลและลำดับความสำคัญของนโยบายในการออกแบบสาร ทำให้ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่นและมนรธา์ต้องมีความเข้าใจขอบเขตเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอเป็นอย่างดี สอดคล้องกับการรณรงค์ทางการเมืองเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองไทย ที่ต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อหาเสียงเลือกตั้งให้มีประสิทธิภาพตรงกับผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ทั้งการปรับวาทะทางการเมืองให้สั้น กระชับ เพื่อดึงดูดใจ ในช่วงเวลาอันสั้นและตรงตามความต้องการ (Medan, 2023)

2. วิธีการนำเสนอ นโยบาย ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ทีมการเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 ทีม มีวิธีการนำเสนอในรูปแบบเดียวกัน คือ “การเปิดเรื่อง” ในลักษณะการพัฒนาพื้นที่พร้อมกับแนะนำชื่อทีม ประวัติการศึกษา ประสบการณ์การทำงานของผู้นำทีม ขณะที่ “การดำเนินเรื่อง” จะมีการเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาของแต่ละทีมซึ่งแล้วแต่ว่า ผู้นำทีมต้องการชูเรื่องใดเป็นเรื่องสำคัญ เช่น ทีมต้นกล้านครตรัง ชูเรื่องการพัฒนานครตรังสู่ความยั่งยืน ทีมสิงห์หนุ่ม ชูเรื่องการศึกษา และทีมไพเจน มากสุวรรณ์ ชูเรื่อง การยกระดับการศึกษา ทั้งนี้มาจากการศึกษาบริบทและความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ของตน สำหรับ “การปิดเรื่อง” จะเป็นการเน้นย้ำความมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาของผู้นำทีมในการพัฒนาพื้นที่ของตนให้เข้มแข็งและก้าวไกล และปิดท้ายบทกลอนด้วยชื่อผู้นำทีมทั้ง 3 ทีมเพื่อเป็นการสร้างการจดจำ ซึ่งเสน่ห์และความโดดเด่นของวิธีการนำเสนออยู่ที่ยังการเลือกใช้กลอนสองโหม่งที่มีลักษณะเด่นของการเลือกใช้คำ ง่ายต่อการจดจำและเลือกใช้ภาษาถิ่นได้ สอดคล้องกับภูมิปัญญาที่ปรากฏในบทโนราห์ด้านการใช้คำ คือ ควรเลือกใช้คำที่เหมาะสม ทั้งคำสัมผัส การใช้ภาษาถิ่นได้เพื่อสร้างความรู้สึกรื่นจิบ และสื่อสารให้เห็นภาพได้ง่ายมากขึ้น (Khanapkaew, 2010) โดยอิงทฤษฎีว่าด้วยเรื่องเล่า Walter Fisher



(1985) นักวิชาการชาวอเมริกัน กล่าวว่า มนุษย์เป็นนักเล่าเรื่อง และการเลือกใช้ภาษาเดียวกันคุยกับคนกลุ่มเดียวกัน จะสร้างความเข้าใจในเรื่องเดียวกันได้ง่ายขึ้น การนำเสนอครั้งนี้ได้เรียบเรียงเนื้อหาด้วยเทคนิคการเปิดเรื่อง เพื่อแนะนำที่มการเมืองท้องถิ่น ดำเนินเรื่องเพื่อนำเสนอนโยบาย และปิดเรื่องเพื่อชูงุดขายและสร้างการจดจำที่มการเมืองท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารชุมชน ผู้สื่อสารต้องเรียบเรียงเรื่องที่พูดด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ 1) เริ่มต้นเรื่อง เน้นความสำคัญของเรื่องที่พูด 2) ตัวเรื่อง เรียงลำดับเรื่องจากความง่ายไปหาความยาก และควรใช้เวลาประมาณ 85% ของเวลาพูดทั้งหมด 3) สรุปประเด็นสำคัญ ย้ำ ทบทวน เรื่องที่พูดอย่างประทับใจ (Surasonthi & Tokeaw, 2018)

3. กลยุทธ์การนำเสนอ ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ที่มการเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 ที่มมีการเลือกใช้ 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์กระตุ้นความสนใจผ่านความมีชื่อเสียงของคณะมนโรธาเพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในพื้นที่ ซึ่งเมื่อประชาชนสนใจและเปิดใจรับฟังทำให้เกิดการพูดคุยกัน สร้างความใกล้ชิด และความเป็นพวกพ้อง ซึ่งสอดคล้องกับยุทธการจูงใจและวาทกรรมของปายโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งปี 2562 ในจังหวัดปัตตานี ที่มีการใช้ชื่อเสียงส่วนตัวเป็นเครื่องจูงใจ ใช้ความเชี่ยวชาญของผู้ส่งสารชกจูงไปในทางบวก เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในการสื่อสาร (Somlok, 2020) 2) กลยุทธ์การโน้มน้าวใจผ่านภาษาถิ่นใต้เพื่อสร้างความใกล้ชิด ไม่พาดพิงที่มการเมืองท้องถิ่นอื่น ใช้ความรู้สึกจริงใจจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับวิธีการนำเสนอความรู้ทางการเมือง นั่นคือ ที่มการเมืองท้องถิ่นต้องเลือกนักเล่าเรื่องในท้องถิ่นที่มีความรู้ทางการเมือง และสามารถใช้ภาษาถิ่นใต้ได้เป็นอย่างดีเพื่อโน้มน้าวใจและสร้างความบันเทิงได้อย่างเป็นกันเอง ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระตุ้นความสนใจ ความสนุกสนานและติดตามเนื้อหาได้ตั้งแต่ต้นจนจบ (Jakmanon, Tokeaw & Sridee, 2021) 3) กลยุทธ์การสร้างควมบันเทิงผ่านเครื่องดนตรีพื้นบ้านผสมเครื่องดนตรีสากลเพื่อสร้างความสนุกสนาน ไม่ให้เกิดความเบื่อหน่ายขณะนำเสนอเนื้อหาเพื่อหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ สอดคล้องกับกลยุทธ์การใช้สื่อและการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษารำโชนนกพิทิต พบว่า การใช้สื่อกิจกรรมกับบทบาทด้านความบันเทิง จะเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยรูปแบบของสื่อกิจกรรมมักเป็นสื่อที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง สร้างการเรียนรู้ให้แก่ักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันให้ความสนุกสนาน ผ่อนคลายแก่ักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (Chamnian, 2022)

4. แนวทางการพัฒนา ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า 1) การพัฒนาการออกแบบสารนโยบาย คือสร้างวลีเด่นเฉพาะที่มให้เกิดกระแสทางสังคมสอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสารของคนยุคใหม่เพื่อสร้างการจดจำในระยะยาว ซึ่งการออกแบบสารเปรียบเสมือนการออกแบบแบรนด์ของที่มการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากแบรนด์จะช่วยดึงดูดความสนใจให้จดจำได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ทางการเมือง เพื่อสร้างการรู้จักจดจำ คั่นชิน เพราะแบรนด์ช่วยสร้างภาพจำได้เร็วขึ้น 2) การพัฒนาวิธีการนำเสนอ คือเพิ่มบทบาทของผู้นำที่มการเมืองท้องถิ่นให้มีเสียงเล่าเรื่องเพื่อดึงดูดความสนใจ ใช้ภาษาถิ่นใต้เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะที่ม ซึ่งจะส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในลักษณะที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ สอดคล้องกับทฤษฎีว่าด้วยเรื่องเล่าที่ว่า เรื่องเล่าสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะเบื้องหลังของเรื่องเล่ามักซ่อนมุมมอง ความคิด และประสบการณ์ของผู้เล่าไว้เสมอ (Sotanasathien, 2020) ขณะเดียวกันบทบาทการนำเสนอของผู้นำที่มการเมืองท้องถิ่นด้วยการใช้ภาษาถิ่นใต้เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ สอดคล้องการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการเมืองผ่านหนังสือภาคใต้: ศึกษาในห้วงวิกฤตการณ์ ทางการเมืองปี พ.ศ.2548-2558 พบว่า การสื่อสารทางการเมืองของหนังสือภาคใต้ เน้นการใช้ภาษาไทยถิ่นใต้ ซึ่งใช้ภาษาเดียวกับผู้รับสาร ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และสามารถสอดแทรกเนื้อหาทั้งความบันเทิง ความรู้ ได้อย่างง่ายดาย สนุกสนานและเหมาะสมกับการแสดงในแต่ละครั้งด้วย (Sutcharitpan, 2019) 3) การพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอ คือกระตุ้นความสนใจด้วยการใช้สื่อพื้นบ้านผสมอินโฟกราฟิกนำเสนอเนื้อหาบนสื่อใหม่เพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย โน้มน้าวใจด้วยการสร้างเครือข่ายระหว่างที่มการเมืองท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างความเชื่อมั่น สร้างความบันเทิงผ่านการสร้างสรรค์การนำเสนอเนื้อหาให้เกิดโอกาส

การมีส่วนร่วมด้วยความสนุก จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปิดรับที่มการเมืองท้องถิ่นโดยไม่รู้สึกดอนยัดเยียด ซึ่งนำไปสู่การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว สอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจและการโน้มน้าวใจ ในลักษณะที่ผู้ส่งสาร มีความพยายามชักนำให้ผู้รับสารเห็นความสำคัญของเรื่องที่น่าเสนอออกไปผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ อารมณ์ และการแสดงออกทางพฤติกรรมในลักษณะคล้ายตามผู้ส่งสาร อีกทั้งการ ประยุกต์ใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อนำเสนอเนื้อหาบนสื่อใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดการเมือง ของพรรคอนาคตใหม่ ในการหาเสียงเลือกตั้ง 24 มีนาคม 2562 พบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดทางการเมืองของพรรค อนาคตใหม่ใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิด สร้างสรรค์การนำเสนอเนื้อหาผ่านอินโฟกราฟิก คลิปวิดีโอ บทเพลง การแพร่ภาพสด และใช้การตลาดแบบดึงดูดด้วยสื่อออนไลน์ รวมถึงการสร้างแคมเปญโน้มน้าวเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความรู้สึกและพฤติกรรม โดยกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้เกิด พฤติกรรมชักชวนร่วมกันเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมที่พึงประสงค์ (Khunsiri, lamnirun & Ruampum, 2022)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ด้านการวางแผนเพื่อพัฒนางาน ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่น ควรจัดกิจกรรมถอดบทเรียนการใช้สื่อพื้นบ้าน มโนราห์เพื่อการออกแบบสาร วิธีการนำเสนอ และกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาของทีมงานการเมืองท้องถิ่น และถ่ายทอด องค์ความรู้ให้กับผู้สนใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้สื่อพื้นบ้านและศาสตร์การสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่น สำหรับเป็น แนวทางหรือคลังข้อมูลในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่นผ่านสื่อพื้นบ้านหรือขยายองค์ความรู้ให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในโอกาสต่อไป

2. ด้านกลยุทธ์การจูงใจและสร้างความใกล้ชิด ผู้นำทีมการเมืองท้องถิ่น อาจคัดเลือกแกนนำทีมของตนเอง เพื่อฝึกซ้อมบทกลอนมโนราห์ ในลักษณะการเดินลงพื้นที่พบประชาชนและประสานเสียงเพื่อขับร้องบทกลอนมโนราห์ ไปยังหมู่บ้านต่าง ๆ แบบเคาะประตูบ้าน (Knock door) ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดความสนใจ สร้างความโดดเด่น และความ ใกล้ชิดได้อีกทางหนึ่ง นอกเหนือจากการเปิดบทกลอนมโนราห์ผ่านรถแห่ไปตามชุมชนต่าง ๆ ในพื้นที่ของตน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะการออกแบบสารเพื่อการนำเสนอเนื้อหาของทีมงานการเมืองท้องถิ่นผ่านการ แสดงมโนราห์เท่านั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นประสิทธิภาพของการออกแบบสารเพื่อการนำเสนอเนื้อหา ทางการเมืองท้องถิ่นผ่านสื่อพื้นบ้านต่อไป

2. ในยุคของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้สื่อพื้นบ้านสามารถมีบทบาทในการ ดำรงอยู่เพื่อถ่ายทอดความรู้ท่ามกลางกระแสของการเติบโตทางเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล

References

- Chamnian, M., & Mukharak, T. (2022). Using channel and message strategies of folk performance for promoting community based tourism: Case study of Ramtone Nok Phithid. *Journal of Southeast Bangkok journal (Humanities and Social science)*, 8(1), 106-121. (in Thai)
- lamnirun, T. (2019). *Political communication and political dynamic. Communication research for political and local administration*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Jakmanon, W., Tokeaw, W., & Sridee, S. (2021). Folk Media for Political Knowledge Dissemination. *Journal of BSRU-Research and Development Institute*, 6(1), 45-56. (in Thai)



- Khanapkaew, K. (2010). *Analysis of Local Literature in South: Nora chapter*. Analysis of Local Literature in South. Songkhla: Tam Printing. (in Thai)
- Khunsiri, W., Iamnirun, T., & Ruampum, K. (2022). The Political Marketing Strategy of the Future Forward Party in 24 March 2019 Election Campaign. *Journal of Dhurakij Pundit Communication Arts*, 16(1), 184-222. (in Thai)
- Medan, S. (2023). Political marketing communication strategies in election campaigns of Thai political parties. *Journal of mcu loei review*, 4(1), 22-33. (in Thai)
- Phatarametravorakul, S. (2023). Communication for the election campaign in The Chief executive of Provincial Administrative organization by progressing Samutprakarn group. *Journal of Social Science and Cultural*, 7(6), 124-137. (in Thai)
- Saisanun, K. (2019). Political Communication of Thai Main Actors. *Journal of Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University*, 19(1), 3-29. (in Thai)
- Seesupan, T. (2020). The influence of Entertainment, Trust, Enjoyment and Electronic Word of Mouth of Hotel Business. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 2(1), 66-78. (in Thai)
- Somlok, A. (2020). Motivation Strategies and Discourse in 2019 Election Campaign Billboards in Pattani Province. *Journal of Communication Arts Review*, 24(2), 166-180. (in Thai)
- Sornchai. (Interview, February 4, 2021)
- Sothanasathian, S.(2020). *Communication Theory*. Bangkok: Thammasat University Printing. (in Thai)
- Surasonthi, K., & Tokeaw, W. (2018). *Community communication type. Instruction media Communication and Use of Communication Technology Unit 1-8 (1st revised edition)*. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Sutcharitpan, P. (2022). The political communication via shadow play in south of Thailand: during political crisis between 2548 – 2558 B.E. *Journal of Yanasangvorn Research Institute Mahamakut Buddhist University*, 10(2), 274-287. (in Thai)
- The Election Commission of Thailand. (2020). *Municipal Elections. People's Manual: Municipal Elections, Page.3-6*. Retrieved 2021, February 15, from https://www.ect.go.th/ect_th/. (in Thai)
- Wichiansornchai, K. (2021). *Interview*, 13 February 2021. (in Thai)

ผู้เขียน

นางสาววนภรณ์ จักรมานนท์

นักศึกษาปริญญาเอก ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

หลักสูตรนวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เลขที่ 9/9 หมู่ที่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120

E-mail: Wanaporn.ja@skru.ac.th



รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาธร ท่อแก้ว

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก สาขาวิชานิติศาสตร์

หลักสูตรนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
เลขที่ 9/9 หมู่ที่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120

E-mail: wittayatorn@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม สาขาวิชานิติศาสตร์

หลักสูตรนวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
เลขที่ 9/9 หมู่ที่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด นนทบุรี 11120

E-mail: caasssup@yahoo.com

