

บทความวิจัย

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ภาคอีสาน

เกียรติศักดิ์ สุริยะภูมิ¹ และ สราลี โออินทรยุทธ²

Received 16 August 2024

Revises 28 September 2024

Accepted 29 September 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานที่มีความโดดเด่น และผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน 5 จังหวัด ได้แก่ ชุมชนบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดขอนแก่น ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดมหาสารคาม ชุมชนบ้านไร่ จังหวัดชัยภูมิ และชุมชนบ้านศิรีวงกต จังหวัดอุดรธานี ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มเป้าหมาย คือ ปราชญ์และผู้รู้ ชุมชนละ 2 คน รวมทั้งหมด 10 คน วิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา และใช้การวิจัยเชิงปริมาณประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ 1) ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนภาคอีสาน 2) การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ตามขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์และการผลิตรายการสารคดี (Klainak, 2007; Wipasrinimit, 2009) 5 ขั้นตอน คือ

1, 2 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, *Corresponding Author E-mail: Kiadtsu@kku.ac.th



ขั้นการวางแผน ขั้นเตรียมการผลิต ขั้นดำเนินการผลิต ขั้นหลังการผลิต และขั้นประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ และ 3) ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์จากการรับชมของเด็ก เยาวชนและสมาชิกในชุมชน จำนวน 37 คน พบว่า คุณภาพสื่อภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 (SD=0.61)

คำสำคัญ: ทูทางวัฒนธรรม, การผลิตสื่อวีดิทัศน์, วีดิทัศน์สารคดี, ชุมชนภาคอีสาน, ภูมิปัญญาท้องถิ่น



Production of a Documentary Video on the Cultural Capital of Northeastern Communities

Kiadtisak Suriyaphum¹ and Saralee O-thintarayutha²

Abstract

This study aims to gather information on the distinctive cultural capital of Northeastern (Isan) communities and to produce a documentary video on the cultural capital of communities in five provinces: Ban Kut Wa, Kalasin Province; Ban Hua Khua, Khon Kaen Province; Ban Hua Khua, Maha Sarakham Province; Ban Rai, Chaiyaphum Province; and Ban Kiriwongkot, Udon Thani Province. A qualitative research approach was used, with data collection through interviews. The target group consisted of 10 key informants, including local scholars and community elders, 2 from each community. Additionally, quantitative research was used to evaluate the quality of the produced video. The findings are divided into three main areas: 1) Outstanding cultural capital information of the Northeastern communities; 2) Production of the documentary video on the cultural capital of these communities following the five stages of video production and documentary creation (Klainak, 2007; Wipasrinimit, 2009), including planning, pre-production, production, post-production, and evaluation of the video; and 3) Evaluation results of the video quality based on the viewing experiences of 37

^{1, 2}Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, *Corresponding Author E-mail:

Kiadtsu@kku.ac.th



children, youth, and community members, which showed that the overall quality of the video was rated very high, with an average score of 4.57 (SD=0.61).

Keywords: Cultural Capital, Video Production, Documentary Video, Northeastern Communities, Local Wisdom



บทนำ

ทุนทางวัฒนธรรม เป็นทุนที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุ สิ่งของ และเป็นสิ่งที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน แต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอม และผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดผ่านการศึกษา ผลผลิตที่ได้จากการสะสมทุนทางวัฒนธรรม คือ รสนิยม จะสร้างความแตกต่างและเป็นเครื่องมือที่ใช้ดำรงรักษาชนชั้นในสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป (Bourdieu, 1986) ซึ่งแนวความคิดหลักที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมคือ การเข้าใจคุณค่าและตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อใช้ทุนทางวัฒนธรรมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมั่นคงภายใต้รากฐานความรู้จากท้องถิ่นโดยตรง (Chaikornchit, 2014) ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางสังคมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการพัฒนาประเทศ เนื่องด้วยประเทศไทยมีความโดดเด่นและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมมีผู้มีความรู้ด้านภูมิปัญญาไทยมากมายกระจายอยู่ทุกพื้นที่ หากสามารถพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทุนดังกล่าวได้อย่างเต็มที่แล้วก็นำมาซึ่งการสร้างสรรคคุณค่าและมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย (Mangkong, 2017)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของประเทศไทย เป็นดินแดนที่ได้รับการกล่าวถึงในฐานะของดินแดนที่เป็นแอ่งอารยธรรม มีการสั่งสมวัฒนธรรมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ในอีกฐานะหนึ่ง คือ การเป็นอาณานิคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ การเป็นดินแดนที่มีผลผลิตทางด้านวัฒนธรรมอันหลากหลาย ทั้งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นและผลผลิตที่เกิดจากการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอื่น ๆ ผลผลิตทางศิลปะและวัฒนธรรมทั้งหลายเหล่านี้ ได้มีการสั่งสม สืบทอดและการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพการณ์ทางสังคม (Chaikornchit,



2014) ทูทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานถือเป็นมิติหนึ่งของชุมชนที่ควรส่งเสริมและพัฒนาเป็นองค์ความรู้ สื่อสารและเผยแพร่ออกสู่สาธารณะอันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนทั้งในเรื่องการสร้างความรู้ความตระหนักและเห็นถึงความสำคัญ สร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ควรค่าแก่การอนุรักษ์และถ่ายทอดแก่เด็กเยาวชนคนรุ่นหลัง โดยเฉพาะปัจจุบันในสังคมยุคดิจิทัล มีความเปลี่ยนแปลงของมิติสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนอยู่ตลอดเวลา มีการไหลเวียนของผู้คน สิ่งของ ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว มีการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม ดังนั้น ทำให้จำเป็นต้องมีการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน และผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้มีสื่อที่ปลอดภัยสร้างสรรค์ ที่มีคุณค่าสามารถสร้างมูลค่าให้แก่ชุมชนและสังคม (Suriyaphum and O-thintarayutha, 2024)

ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการผลิตสื่อสร้างสรรค์เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม จึงได้ศึกษาและผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานในพื้นที่ 5 จังหวัด โดยพิจารณาจากการเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมและมีความหลากหลายของทรัพยากรในชุมชน แต่อาจยังไม่ถูกนำเสนอให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมทั้งมีความแตกต่างหลากหลายของประเภททุนทางวัฒนธรรมเมื่อพิจารณาจากทั้ง 5 ชุมชนที่คัดเลือก นอกจากนี้ ยังได้พิจารณาจากการมีโรงเรียนตั้งในเขตพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ จึงได้ชุมชนเป้าหมาย ได้แก่ ชุมชนบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดขอนแก่น ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดมหาสารคาม ชุมชนบ้านไร่ จังหวัดชัยภูมิ และชุมชนบ้านศรีวงกต จังหวัดอุดรธานี ซึ่งการพัฒนาการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานสามารถนำไปใช้



ประชาสัมพันธกลุ่มและชุมชนในภาคอีสาน ทำให้มีการท่องเที่ยวชุมชนและสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้างต่อไป โดยการศึกษาชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรม ด้วยกระบวนการเรียนรู้ชุมชนของเด็กและเยาวชนในชุมชนภาคอีสาน สู่การออกแบบและผลิตสื่อสร้างสรรค์ ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมชุมชนภาคอีสานที่มีความโดดเด่น
2. เพื่อผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมชุมชนภาคอีสาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การพัฒนาการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานที่สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธกลุ่มและชุมชนในภาคอีสาน ทำให้มีการท่องเที่ยวชุมชนและสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น
2. ทำให้ชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนอีสานเป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ

วรรณกรรม

การศึกษาการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณได้ทบทวนแนวคิด ดังนี้



ทุนทางวัฒนธรรม

Bourdieu (1986) ได้เสนอว่าคำว่า “ทุน” มีหลายรูปแบบ ไม่เฉพาะแต่ทุนทางเศรษฐกิจ ในรูปแบบของเงินทอง ทรัพย์สินเท่านั้น แต่ทุนยังปรากฏในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนเชิงสัญลักษณ์ โดยทุนแต่ละรูปแบบมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน สามารถเปลี่ยนรูปแบบจากทุนประเภทหนึ่งเป็นทุนประเภทหนึ่งได้ และทุนรูปแบบต่าง ๆ ยังสามารถสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคมทั้งเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้ครบถ้วนเป็นอย่างดี ซึ่ง Bourdieu (1986) ได้ให้นิยามความหมายของทุนทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นทุนที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุสิ่งของ และเป็นสิ่งที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน แต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดผ่านการศึกษา ผลผลิตที่ได้จากการสะสมทุนทางวัฒนธรรม คือ รสนิยม จะสร้างความแตกต่างและเป็นเครื่องมือที่ใช้ดำรงรักษาชนชั้นในสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป โดยรูปแบบของทุนทางวัฒนธรรม ปรากฏได้ 3 รูปแบบ คือ 1) เป็นสิ่งที่ฝังในตัวคนหรือกลุ่มคน เช่น ความคิด จินตนาการความริเริ่ม ความเชื่อ 2) เป็นสิ่งที่มีรูปลักษณะเป็นตัวตน เช่น ภาพวาด หนังสือ เครื่องมือ สิ่งก่อสร้าง และสถานที่มรดกโลก และ 3) ความเป็นสถาบัน หมายถึง กติกาความเชื่อการยอมรับที่หลายคนเห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับสถาบัน เป็นต้น ขณะที่ Storey (1999) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษา มองว่าทุนทางวัฒนธรรมเป็นการสะสมของความรู้ ความคุ้นเคย และความรู้สึกของแต่ละบุคคลในเรื่องภูมิหลังครอบครัว การลงทุนทางด้านการศึกษา และสถานภาพทางสังคม ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในชีวิตที่แตกต่างกัน ทุนทางวัฒนธรรมที่แต่ละบุคคลสะสมมาจะมีอิทธิพลต่อพื้นฐานการรับรู้วัฒนธรรมที่ครอบงำหรืออำนาจที่มีอิทธิพลในสังคม นอกจากนี้ Throsby (2001) ได้อธิบายว่าสิ่งที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ ทรัพย์สินที่มี



มูลค่าในทางวัฒนธรรม (an asset embodying cultural value) ซึ่งทรัพย์สินที่กล่าวนี้อาจจับต้องได้หรือไม่ได้สามารถจับต้องได้ ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องได้อาจอยู่ในรูปแบบของสิ่งก่อสร้าง สถานที่ ประติมากรรม เป็นต้น ส่วนทุนทางวัฒนธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ อาจอยู่ในรูปแบบของแนวคิด ความเชื่อ ประเพณี และการปฏิบัติ เป็นต้น

ส่วนนักวิชาการของไทย อาทิ ชลิต ชัยครรชิต (Chaikornchit, 2014) อธิบายทุนทางวัฒนธรรมนิยามตามความหมายในประเทศทางตะวันตกก็คือ นิยามของภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) อันหมายถึงความรู้ของชาวบ้านในท้องถิ่น ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งความต่างระหว่างนิยามทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นก็คือทุนทางวัฒนธรรมได้รวมความคิดของการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้ท้องถิ่นมองเห็นคุณค่าและนำความรู้ภูมิปัญญามาเพิ่มมูลค่าเป็นต้นทุนทางเศรษฐกิจวัฒนธรรม รังสรรค์ ณะพรพันธุ์ (Thanapornpan, 2003) นิยามความหมายทุนทางวัฒนธรรม โดยเน้นความหมายในเชิงเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า ทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม ที่เรียกว่าอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมซึ่งผลิตสินค้าวัฒนธรรมและบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการนั้น ขณะที่ ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (Patamasiriwat, 2004) นำเสนอว่า ทุนทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับคุณค่าที่เป็นความรู้ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ อันเกิดจากการค้นคว้าและการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมถึงค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันสังคม ทำให้เกิดการจัดระเบียบทางสังคมหรือสร้างกติกาที่เป็นคุณค่าทาง



สังคมโดยรวม รวมทั้งกิจกรรมการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (Department of Cultural Promotion, 2019) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทูทางวัฒนธรรม คือ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ แบ่งตามรูปธรรมและนามธรรมออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือที่จับต้องได้ (Tangible) และที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดไว้มี 6 สาขา ได้แก่ 1) ภาษาและวรรณกรรม พื้นบ้าน 2) ศิลปะการแสดง 3) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 4) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 5) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล และ 6) กีฬาภูมิปัญญาไทย นอกเหนือจากมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้แล้ว ประเทศไทยยังมีมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุศิลปวัตถุ และงานศิลปกรรมต่าง ๆ ที่บรรพบุรุษได้สรรค์สร้างส่งสมไว้สืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรมให้แก่อนุชนคนรุ่นหลัง

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า “ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน” คือ ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ในชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม และผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ เช่น ภาพวาด หัตถกรรม ดนตรี ภาพยนตร์และวรรณกรรม เป็นต้น ในขณะที่ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ขนบธรรมเนียม ประเพณี จารีต วิถีชีวิต ความเชื่อ และแนวปฏิบัติ โดยบทความนี้ได้จำแนกทุนทางวัฒนธรรมสำหรับนำมาเป็นกรอบคิดเพื่อการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน 5 ชุมชน ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ทุนด้านหัตถกรรม 2) ทุนด้านเกษตรกรรม 3) ทุนด้านท่องเที่ยว และ 4) ทุนทางวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรม



สื่อวีดิทัศน์ และการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี

สื่อวีดิทัศน์ หมายถึง สิ่งที่สามารถบันทึกได้ทั้งภาพและเสียง หลังจากบันทึกสัญญาณภาพและเสียงแล้วสามารถนำไปใช้งานได้ทันที สามารถใช้ทบทวนเนื้อหาได้หลาย ๆ ครั้งเพื่อศึกษาทบทวนให้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นสื่อที่ถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้ชมจำนวนมากในเวลาเดียวกันได้เป็นอย่างดี ผู้ชมสามารถรับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้โดยการรับสัมผัสทางตาและหู (Malithong, 2000) สื่อวีดิทัศน์ ถือเป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพทำหน้าที่หลักในการนำเสนอเสียงจะเข้ามาช่วยเสริมในส่วนของภาพเพื่อให้เข้าใจเนื้อเรื่องมากยิ่งขึ้น วีดิทัศน์เป็นสื่อในลักษณะที่นำเสนอเป็นภาพเคลื่อนไหวและสร้างความต่อเนื่องของการกระทำของวัตถุจากเรื่องราวต่าง ๆ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้ชม เป็นสื่อเข้าถึงง่าย มีความรวดเร็ว (Nakrak, 1997) ส่วนขั้นตอนของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ประทิน คล้ายนาค (Klainak, 2007) ได้เสนอขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการวางแผน (Planning) ผู้ผลิตหาแนวคิดลักษณะการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์ โดยมีรายละเอียดย่อย ได้แก่ วิเคราะห์เนื้อหาของสื่อวีดิทัศน์ วิเคราะห์ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร กำหนดวัตถุประสงค์และเขียนบท 2) ขั้นตอนเตรียมการ (Preparation) จัดเตรียมสิ่งของและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความพร้อม ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ถ่ายทำ ผู้แสดง/ ผู้ให้ข้อมูล กราฟิกที่นำมาใช้ประกอบสื่อวีดิทัศน์ ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก 3) ขั้นตอนการผลิต (Production) 4) ขั้นตอนตัดต่อ (Post Production) นำวีดิทัศน์ที่ถ่ายไว้ มาตัดต่อเป็นสื่อวีดิทัศน์ที่สมบูรณ์ และ 5) ขั้นตอนประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ (Evaluation) การประเมินผลสื่อวีดิทัศน์หลังการเผยแพร่ จากผู้ชมหรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ทราบประสิทธิภาพและความเหมาะสม โดยผู้ศึกษาได้นำขั้นตอนของการผลิตวีดิทัศน์มาปรับให้สอดคล้องกับ



บริบทของแต่ละพื้นที่รวมถึงขั้นตอนการผลิตรายการสารคดี เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

สารคดี เป็นเรื่องราวของความจริงที่เกิดขึ้นจริง เคยเกิดขึ้นหรือเคยมีอยู่จริง และถูกถ่ายทอดออกมาอย่างสร้างสรรค์ โดยมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิด โดยหลักการสำคัญต้องถ่ายทอดความจริงออกมาอย่างสร้างสรรค์ น่าสนใจ น่าติดตาม ต้องมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ร่วมของผู้รับชม (Wipasrinimit, 2009) ขณะที่ทรัสเซลล์-คัลเลน (Trussell-Cullen, 1999) ให้นิยามสารคดีว่าเป็นการจัดทำเอกสารและเผยแพร่โลกแห่งความจริง โดยเป็นสิ่งที่มียุ่อยู่จริงที่สามารถสังเกต บันทึก พิสูจน์ และสัมผัสได้ ซึ่งการผลิตสื่อสารคดีในการศึกษานี้เป็นการนำเสนอเรื่องราวของทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีในการดำเนินชีวิตของชุมชนเป้าหมายในรูปแบบวิถีทัศน์สารคดี พรสุรีย์ วิชาศรีนิมิต (Wipasrinimit, 2009) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการผลิตรายการสารคดีว่าประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-Production) หาข้อมูล สำรวจสถานที่ เขียนบท วางแผนการถ่ายทำ 2) ขั้นผลิตรายการ (Production) ถ่ายทำ และ 3) ขั้นหลังการผลิต (Post-Production) ทำกราฟิก ลำดับภาพ ทำดนตรีประกอบ บรรยาย มิกซ์เสียง ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้าย ปัจจุบันมีโปรแกรมและแอปพลิเคชันที่หลากหลายให้เลือกใช้สำหรับขั้นตอนหลังการผลิตหรือการเรียบเรียงตัดต่อสื่อสารคดี โดยผู้ศึกษาได้นำขั้นตอนการผลิตสารคดี ขั้นตอนการผลิตสื่อวิถีทัศน์มาปรับประยุกต์กับวิธีการศึกษาแบบวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนาการผลิตสื่อวิถีทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ความยาว 10-15 นาที จำนวน 5 ตอน



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research methods) เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน และใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methods) ในการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์ที่ผลิต การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแนวทางการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ ผู้ให้ข้อมูล (Key informant) คือ ประชาชนและผู้รู้ในชุมชน 5 ชุมชน ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเงื่อนไขในการเลือกคือเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนว่ามีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับชุมชน เห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของชุมชนไม่น้อยกว่า 10 ปี ได้แก่ ชุมชนบ้านกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 2 คน ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น จำนวน 2 คน ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 2 คน ชุมชนบ้านไร่ อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 2 คน และชุมชนบ้านศิรีวงกต อำเภอนาเยีย จังหวัดอุตรธานี จำนวน 2 คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 10 คน ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ด้านตัวอักษร และภาพ และด้านเสียง รวมจำนวน 12 ข้อ และแปลผลการประเมินด้วยมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert, 1932) จากเด็กเยาวชน และสมาชิกในชุมชน 5 ชุมชน จำนวน 37 คน ที่รับชมวีดิทัศน์สารคดีที่ผลิตเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน จำนวน 5 ตอน

ขั้นตอนการศึกษา และผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน



จากการทบทวนวรรณกรรมในหัวข้อสื่อวีดิทัศน์ และการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการศึกษาและผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวางแผน (Planning) ขั้นตอนเตรียมการผลิต (Pre-production) ขั้นตอนดำเนินการผลิต (Production) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production) และขั้นตอนประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ (Evaluation)

การวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีที่ผลิตใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา ด้วยการบรรยายประกอบตาราง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน สามารถแบ่งผลการศึกษาเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนภาคอีสาน

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนภาคอีสาน 5 จังหวัด จากการสัมภาษณ์ปราชญ์หรือผู้รู้ในชุมชน 5 ชุมชน ผู้ศึกษาได้เรียบเรียง จัดหมวดหมู่ วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้





ภาพที่ 1 ภาพชุมชนกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ภาคอีสาน 5 จังหวัด

1.1 ชุมชนบ้านกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทอาศัยอยู่ และมีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาและยกระดับให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน อาทิ ด้านภาษา การแต่งกาย รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชน ได้แก่ ประเพณีบุญพวงมาลัยไม้ไผ่ เป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาในชุมชนมากกว่า 100 ปี จัดขึ้นตรงกับประเพณีบุญข้าวสากและประเพณีบุญข้าวประดับดินของภาคอีสาน ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 และวันแรม 14 ค่ำ เดือน 9 ตามลำดับ โดยจุดเด่นของประเพณีบุญพวงมาลัยไม้ไผ่ คือ สมาชิกในชุมชนแต่งกายด้วยชุดผู้ไท มีการนำไม้ไผ่ที่ผ่านกระบวนการมาสานขัดกันเป็นลักษณะคล้ายดอกไม้ 6 แฉก ด้านบนของมาลัยไม้ไผ่ประกอบด้วยเทียนเล่มเล็กและดอกพุท ดอกไม้ 6 แฉก เปรียบเสมือนสวรรค์ทั้ง 6 ชั้น

ด้านล่างมีการนำเชือกมาร้อยยังปลายของดอกไม้แต่ละแฉกเพื่อแขวนจตุปัจจัยต่าง ๆ เช่น หนังสือ เขียนไข ดินสอ ปากกา อาหารแห้ง สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก และยาสามัญประจำบ้าน เป็นต้น ก่อนจะนำมาแขวนรวมกันให้มีลักษณะคล้ายต้นไม้ เรียกว่า ต้นกล้วยพฤษภ ที่ชาวอีสานถือว่าเป็นต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ ณ วัดกกต้อง วัดประจำชุมชนบ้านกุดหว้า ก่อนจะนำไปแจกจ่ายยังศูนย์เด็กเล็ก และโรงเรียนภายในชุมชน ภายในงานมีการจัดงานอย่างยิ่งใหญ่ ถือเป็นงานประจำจังหวัดกาฬสินธุ์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามายังชุมชน

“วัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นของพี่น้องกุดหว้า หนึ่งก็คือการพูดภาษาผู้ไท เป็นภาษาของเรา วัฒนธรรมของเรา แล้วก็การแต่งกายผู้ไทกุดหว้ามีการแต่งกายด้วยชุดพื้นผู้ไทที่เป็นอัตลักษณ์ของพวกเรา เป็นลายของพวกเรา วัฒนธรรมประเพณีที่โดดเด่นเลยคือ มาลัยไม้ไผ่ที่มีแห่งเดียวในประเทศไทย และที่เดียวในโลก อันนี้คือผู้ไทกุดหว้าครับ” (สัมภาษณ์นายนารี ศรีกำพล, 8 กรกฎาคม 2567)

นอกจากนี้ พวงมาลัยไม้ไผ่ยังถูกนำมาพัฒนาต่อยอดจากส่วนประกอบในประเพณีกลายมาเป็นสินค้า OTOP ของชุมชนบ้านกุดหว้า และเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศอีกมากมาย เช่น การทำโล่รางวัลจากมาลัยไม้ไผ่ ต่างหู ปิ่นปักผม และโคมไฟ โดยมีกลุ่มอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมพวงมาลัยไม้ไผ่ที่เป็นพื้นที่ในการสืบสานพร้อมกับถ่ายทอดความรู้ในการผลิตมาลัยไม้ไผ่ให้แก่เยาวชนในชุมชน ถือเป็น การนำทุนทางวัฒนธรรมของตนเองมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างองค์ความรู้ของชุมชนบ้านกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์



“พวกเรายังมีกลุ่มอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมมาลัยไม้ไผ่ ที่มีการส่งเสริม อนุรักษ์ และจัดการอบรมต่อยอดผลิตภัณฑ์จากลูกหลานเยาวชนนักเรียนครับ เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้ว่ามาลัยไม้ไผ่เป็นวัฒนธรรมประเพณีของชาวภูทวดแต่ดั้งเดิมมา มาลัยไม้ไผ่นั้นไปอยู่ที่ไหน ไปอยู่ประเทศไหน เขาก็จะรู้จักว่านี่คือกาฬสินธุ์ บ้านภูทวดครับ” (สัมภาษณ์นายนารี ศรีกำพล, 8 กรกฎาคม 2567)

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี จะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท บ้านภูทวด รวมถึงนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีของชาวผู้ไทบ้านภูทวดที่สัมพันธ์กับความเชื่อความศรัทธาในพุทธศาสนา คือ ประเพณีบุญพวงมาลัย ซึ่งจัดในช่วงบุญข้าวประดับดิน และบุญข้าวสากของชาวอีสาน และปัจจุบันมีการนำพวงมาลัย มาต่อยอดและประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์และเครื่องประดับต่าง ๆ เช่น ต่างหู ถ้วยรางวัล โคมไฟ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับพวงมาลัยและยังคงอนุรักษ์รูปแบบพวงมาลัยของชาวผู้ไท บ้านภูทวดในผลิตภัณฑ์เหล่านั้นอยู่ด้วย การทำพวงมาลัยถูกนำไปจัดทำเป็นหลักสูตรการอนุรักษ์และประดิษฐ์พวงมาลัยในการจัดการเรียนการสอนแก่เด็กและเยาวชนในโรงเรียนชุมชน ซึ่งถือเป็นหลักสูตรท้องถิ่นที่มีส่วนช่วยให้เด็กและเยาวชนตระหนักถึงความสำคัญของประเพณีบุญพวงมาลัย เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เกิดจากนำทรัพยากรในชุมชนมาต่อยอดสร้างมูลค่าและรายได้แก่ชุมชน นอกจากประเพณีดังกล่าวแล้ว ชาวภูไทบ้านภูทวดยังมีบุญบั้งไฟทะเลล้านที่ถือเป็นบุญประเพณีที่มีผู้คนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก รวมทั้งกลุ่มต่าง ๆ ที่เป็นกลไกในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และสร้างมีส่วนร่วมแก่สมาชิกในชุมชน

1.2 ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร



ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร แหล่งที่ตั้งของปราสาทหินบึงนารางโบราณสถานอายุราว 800 ปี โบราณสถานที่มีความสมบูรณ์และใหญ่ที่สุดในภาคอีสานตอนบนอันทรงคุณค่าที่ผสมผสานศิลปะขอมแบบบาปวนและนครวัด ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวขัว อีกทั้งยังเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คนในชุมชนบ้านหัวขัว เนื่องจากเป็นสถานที่ตั้งของศาลเจ้าปู่ปอฮาด ที่ชาวหัวขัวให้ความเคารพและนับถือตั้งแต่ในอดีตมาจนปัจจุบัน

“เจ้าปู่ปอฮาดสันนิษฐานว่าในสมัยก่อนคือพระมหาอุปราช มีความเก่งกาจสามารถ มีการเล่าต่อกันมาคือ ทางกษัตริย์ล้านช้างได้ทรงให้เจ้าปู่ปอฮาดมาเฝ้าปราสาทบึงนาราง ผู้เฝ้าโบราณจึงพาลูกพาหลานนำน้ำอบ น้ำหอมไปไหว้ ไปสักการะบูชา มาตั้งแต่ พ.ศ. 2443 มาจนถึงปัจจุบันนี้ ถือว่ากว่าร้อยปีแล้วนะครับ ก็เลยยึดถือมา” (สัมภาษณ์บุญนาค แทนสอ, 7 ตุลาคม 2566)

ชุมชนบ้านหัวขัวยังมีการนำทุนทางวัฒนธรรมโบราณสถานของชุมชนมาสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนจากการท่องเที่ยว ผ่านการจัดงานประจำปีอย่างประเพณีสงกรานต์ จัดขึ้นควบคู่กับงานศิวะราตรีบูชาผีนายล้ายปราสาทบึงนาราง เทศกาลดอกเปื่อยบาน ซึ่งงานประจำปีดังกล่าวถูกจัดขึ้นเพื่อสืบสานการอนุรักษ์และความสำคัญของปราสาทบึงนาราง อีกทั้งยังเป็งานประจำปีที่นักท่องเที่ยวจากทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจส่งผลให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนบ้านหัวขัวเป็นอย่างมาก

“สำหรับบ้านหัวขัวของเรา ก็มีต้นทุนทางชุมชนก็คือปราสาทบึงนาราง ถือว่าเป็นโบราณสถานเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ในชุมชน และก็เป็นอีกจุดหนึ่งที่



“มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม เข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก” (สัมภาษณ์นายเชิดศักดิ์ โชควิริยะ, 22 กรกฎาคม 2566)

นอกจากนี้ เป็ยน้อยยังเป็นจุดกำเนิดงานประเพณีผูกเสี่ยวของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นประเพณีที่ถูกสืบทอดต่อกันมาในกลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาว มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความรักความสามัคคีให้แก่ผู้คนในชุมชน ผ่านความเชื่อว่าหากผู้ใดได้ทำการผูกเสี่ยวกันนั้นจะต้องรักและดูแลกันเหมือนดังคนในครอบครัว

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี จะนำเสนอเกี่ยวกับการเล่าถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของปราสาทเป็ยน้อยที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนในบ้านหัวขัว ความเชื่อความศรัทธาต่อศาลเจ้าปู่อุปฮาดของคนในชุมชน เชื่อมโยงประเพณีการผูกเสี่ยวที่ถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวขัว สู่การเป็นประเพณีประจําจังหวัดขอนแก่น และเล่าถึงที่มาที่ไปของการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเกี่ยวกับปราสาทเป็ยน้อยสำหรับนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนของชุมชน เพื่อให้เด็กเยาวชนในพื้นที่ตระหนักถึงความสำคัญของโบราณสถานปราสาทเป็ยน้อยที่ถือทรัพยากรสำคัญของชุมชน นอกจากนี้ นำเสนออาหารที่เป็นจุดเด่นของบ้านหัวขัว คือ ไก่ย่างซุ้มนมแดง และอาหารอื่น ๆ ถึงวัตถุดิบและการปรุง ผ่านการถ่ายทอดและเล่าเรื่องจากผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน และเด็ก/เยาวชน เป็นต้น

1.3 ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอกมดํา จังหวัดมหาสารคาม

ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอกมดํา จังหวัดมหาสารคาม เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ติดกับอ่างเก็บน้ำกมดํา ซึ่งเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ที่กั้นระหว่างชุมชน 2 ชุมชน คือ ชุมชนบ้านกมดํา และชุมชนบ้านหัวขัว อ่างเก็บน้ำกมดําถือเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่หล่อเลี้ยงผู้คนทั้ง 2 ฝ่าย โดยอ่างเก็บน้ำกมดำนั้นมี



สะพานไม้เก่าแก่ที่อยู่คู่กับอ่างเก็บน้ำมาอย่างยาวนาน เป็นเส้นทางทางสัญจรระหว่างชุมชนทั้ง 2 ฝั่งมาตั้งแต่อดีต และยังคงมีการซ่อมแซมและอนุรักษ์มาจนถึงปัจจุบัน สะพานไม้เก่าแก่จึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของอำเภอแกลง และจังหวัดมหาสารคาม

“การทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็คือ ชุมชนบ้านหัวขัวเราอาศัยแหล่งน้ำ อาศัยหนองแกลงเป็นจุดขายของชุมชนเลยก็ว่าได้ เป็นสะพานไม้เก่าแก่ ในเรื่องของการอนุรักษ์ของสะพานไม้ ถ้ามีชำรุดหรือสะพานมันพัง เราก็ต้องช่วยกันออกมาซ่อม เป็นการสร้างความสามัคคี” (สัมภาษณ์นายอาทิตย์ ภูมิแกลง, 17 มิถุนายน 2566)

นอกจากนี้ บ้านหัวขัวได้นำทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาผนวกรวมกันเป็นการท่องเที่ยววิถี โดยนำเอาศิลปวัฒนธรรมของชุมชน อาทิ การแข่งกระโจมที่แต่เดิมจะทำการแสดงในท้องทุ่งนามาปรับให้ทำการแสดงบนสะพานไม้แกลงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การนำเอาภูมิปัญญาและสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนมาปรับประยุกต์ให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ การสานกระติบข้าวมงคลที่มีรูปทรงและเอกลักษณ์เฉพาะ การแปรรูปผ้าเป็นสินค้าต่าง ๆ เช่น ผ้าพันคอ พวงกุญแจ ต่างหู และตุ๊กตา รูปปลาที่เป็นสัตว์น้ำในอ่างเก็บน้ำแกลง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมลงมือประดิษฐ์การแปรรูปผ้าร่วมกับผู้รู้ในชุมชนได้ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมและมีความภูมิใจกับผลงานของตนเอง ซึ่งการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวขัวมาสร้างมูลค่าพร้อมทั้งเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของชุมชนไปพร้อมกัน ส่งผลให้สมาชิกในชุมชนเกิดความสามัคคี และเกิดรายได้เสริมแก่สมาชิกในชุมชนบ้านหัวขัวที่นอกเหนือจากการประกอบอาชีพหลัก



“เรามีสมบัติที่ดีของเราอยู่แล้ว เราก็ต้องอนุรักษ์ช่วยกัน ก็ทำให้คนในชุมชนตระหนักว่าสิ่งที่เรามีมันมีคุณค่า มีมูลค่า ทำให้พี่ให้น้องเกิดรายได้ โดยเป็นรายได้เสริมจากการทำเกษตร จากที่มีอาชีพอยู่แล้ว พอมาทำท่องเที่ยวเขาก็จะได้รายได้เสริม ทำให้เขาได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นการสร้างภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน ซึ่งมันจะสร้างขวัญและกำลังใจ สร้างความตระหนักถึงการรัก การสามัคคีในชุมชน การอนุรักษ์ มันก็ยิ่งจะทำให้คนในชุมชนหันมาอนุรักษ์สิ่งนี้เพิ่มขึ้น” (สัมภาษณ์นายอาทิตย์ ภูมิแถมดำ, 17 มิถุนายน 2566)

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี จะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนที่สัมพันธ์กับสะพานไม้แถมดำ และอ่างเก็บน้ำหนองแถมดำ การนำทรัพยากรที่เป็นทุนด้านต่าง ๆ ของชุมชนมาสู่การสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ เช่น การล่องเรืออีโป่ง ขนมเรืออีโป่ง การแสดงเชิงกระโจมในโอกาสต่าง ๆ การชมหิงห้อย เป็นการผลักดันให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมีเด็กและเยาวชนเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินการ เช่น เป็นไกด์นำเที่ยว เป็นผู้แสดงในการเชิงกระโจม เป็นต้น นอกจากนี้ นำเสนอเกี่ยวกับกลุ่มเกษตรปลอดภัย และกลุ่มจักรสานของหมู่บ้านที่เป็นแห่งเดียวในการจักรสานกระติบข้าวมงคล สู่การต่อยอดเป็นหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

1.4 ชุมชนบ้านไร่ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดชัยภูมิ

ชุมชนบ้านไร่ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดชัยภูมิ เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ฮ่ออาศัยอยู่ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีภาษาและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และยังคงสืบสานอนุรักษ์ พร้อมทั้งหิบบกทุนทางวัฒนธรรมของตนเองมาถ่ายทอดให้แก่เด็กและเยาวชนในชุมชน ซึ่งที่ตั้งของชุมชนนั้นอยู่ใกล้กับพื้นที่อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม ทำให้ช่วงเดือนมิถุนายน-กันยายนของทุกปี



เมื่อถึงเทศกาลดอกกระเจียวบาน เป็นงานประจำปีของจังหวัดชัยภูมิ มีนักท่องเที่ยวจากหลากหลายพื้นที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในชุมชนเป็นจำนวนมาก เป็นโอกาสให้ชุมชนได้นำเอาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์อย่างเสื้อพ็อก ขนมห่มพื้นบ้านอย่างขนมหั่นหมา อาหารพื้นถิ่นของชาวภูษุ่ยอย่าง เหมี่ยม หรือเมี่ยงสมุนไพร รวมทั้งการนำการเล่นเต้นรำของชาวภูษุ่ยอย่างการรำปะเร่ ออกมาจัดแสดงและจัดจำหน่ายบริเวณอุทยานแห่งชาติป่าหินงามให้นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมให้เยาวชนชาวภูษุ่ยรุ่นใหม่เห็นถึงความสำคัญ และเกิดความภาคภูมิใจในทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไปพร้อมกับการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย

“การที่มีการท่องเที่ยวก็ทำให้ชุมชนเองที่เป็นชาวไร่อยู่แล้วก็ต้องทำการเกษตรเร่งขึ้นตามวันเวลา มีรายได้ในการเพาะปลูกพันธุ์พืชต่าง ๆ แล้วก็ทำให้มีคนมาเที่ยวแล้วก็ทำให้ชุมชนมีรายได้นะครับ แต่ตอนแรก ๆ เลยชุมชนเองก็ยังไม่เข้าใจเรื่องการท่องเที่ยว คือทำไปแบบนั้นแหละ ทำไปตามเขาจนมาทีหลังนานๆเข้าทำทุกปีชุมชนก็เริ่มรู้แล้วว่าการท่องเที่ยวโดยการนำเอาทุนทางวัฒนธรรม สิ่งที่เรามีมาสร้างเป็นจุดขายก็เป็นงานอีกชิ้นหนึ่งที่เราสามารถทำเสริมแล้วก็เลี้ยงดูครอบครัวได้” (สัมภาษณ์นายพนม จิตรจันทน์, 23 กรกฎาคม 2566)

ปัจจุบันแม้ชาวภูษุ่ยจะมีการสืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของตนเอาไว้ แต่ก็ยังมีประเพณีที่สำคัญที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคม วิถีชีวิต และเศรษฐกิจปัจจุบัน อย่างประเพณีแห่หอดอกผึ้งหรือประเพณีสงกรานต์ของชาวภูษุ่ย ซึ่งในอดีตจัดขึ้น 2 ครั้ง คือ สงกรานต์น้อยตรงกับเดือน 4 แรม 15 ค่ำ เป็นการละเล่นสงกรานต์แบบชาวไทย โดยจะเริ่ม



การเล่นตั้งแต่เวลาตี 5 เล่นเป็นเวลา 7 วัน 7 คืน โดยชาวญ้อจะหยุดทำการเกษตรในไร่ในสวนในช่วงดังกล่าว สงกรานต์น้อยนั้นได้เลื่อนหายไปจากชุมชนบ้านไร่ประมาณ 40-50 ปี และสงกรานต์ใหญ่ ตรงกับเดือน 5 แรม 15 ค่ำ ซึ่งในประเพณีสงกรานต์ใหญ่นั้นจะมีการแห่หอดอกผึ้ง และมีการเล่นน้ำกันทั้งเดือน แต่ปัจจุบันสงกรานต์ใหญ่ของชาวญ้อมีการจัดขึ้นเพียง 3 วันเท่านั้น เนื่องจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปส่งผลให้คนในชุมชนให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพมากขึ้นประเพณีดังกล่าวจึงเริ่มเลือนหายและเปลี่ยนแปลงไป

“สำหรับชาวญ้อก็ยังมีความรู้และวัฒนธรรมของชาวญ้อที่ยังใช้กันอยู่ในชุมชน มีประเพณีแห่หอดอกผึ้งในช่วงสงกรานต์ ที่พี่น้องชาวญ้อถือว่าเป็นงานบุญใหญ่ของพี่น้องชาวญ้อ ซึ่งยังคงดำเนินอยู่และยังคงรักษาประเพณีนี้อยู่แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบัน” (สัมภาษณ์นายพนม จิตรจรรย์, 23 กรกฎาคม 2566)

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี จะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวประวัติความเป็นมาเบื้องต้นของกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ บ้านไร่ นำเสนอวิถีชีวิตของชุมชนญ้อ เกี่ยวกับความเชื่อและประเพณี การแต่งกาย และสถานการณ์ปัจจุบันของชุมชนญ้อ เนื่องจากชุมชนถือเป็นแหล่งรับนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมทุ่งดอกกะเจียว ณ อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม นำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต อาหาร เช่น เมี่ยงสมุนไพร ขนมลิ้นหมา เป็นต้น นำเสนอเกี่ยวกับประเด็นการอนุรักษ์ภาษาที่ถือเป็นทุนและอัตลักษณ์ที่สำคัญของชาวญ้อ จากหลักสูตรภาษาญ้อของโรงเรียนในชุมชนที่มีหน่วยงานเข้ามาส่งเสริมให้เยาวชนได้เรียนรู้และอนุรักษ์ นอกจากนี้ นำเสนอเกี่ยวกับการแสดงของชาวญ้อที่ถือเป็นอัตลักษณ์ คือ การขับร้องเพลงญ้อ เป็นต้น



1.5 ชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

ชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ชุมชนที่นำทุนทางธรรมชาติมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ คีรีวงกตเป็นชุมชนที่โอบล้อมไปด้วยภูเขาจึงทำให้มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อาทิ น้ำตก ภูเขา ทะเลหมอก สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาไม่ขาดสาย คีรีวงกตยังมีการนำทุนทางวัฒนธรรม ที่เป็นวิถีการดำรงชีพมาปรับประยุกต์เข้ากับการทำการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ คือ การนำรถอีแต๊กจากการทำเกษตรกรรมมาปรับและดัดแปลงให้เป็นพาหนะเพื่อพานักท่องเที่ยวลุยห้วยน้ำฮวยเข้าไปยังน้ำตกขุนช้างพราย ระหว่างทางนักท่องเที่ยวจะได้นั่งรถไปตามเส้นทางที่เต็มไปด้วยวิวทิวทัศน์ของภูเขา และพื้นที่ทำการเกษตรของชุมชน การนั่งรถอีแต๊กในห้วยน้ำฮวยยังสร้างความตื่นเต้นและสนุกสนานให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากแต่ละจุดจะมีระดับน้ำแตกต่างกัน และเมื่อถึงน้ำตกขุนช้างพรายกลุ่มท่องเที่ยวจะจัดอาหารพื้นถิ่นที่ไว้จัดถุดิบในชุมชน เมนูที่เป็นเอกลักษณ์ คือ แกงส้มมะขามใส่นางตานี เป็นการนำหอยกกล้วยมาเป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมกับพาชมจากธรรมชาติ ได้แก่ ถ้ำ ช้อน และแกวที่ประดิษฐ์จากไม้ไผ่ เพื่อเป็นจุดดึงดูดและสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

“ไฮไลท์สำคัญเลยคือแกงส้มมะขามอันนี้ก็จะขาดไม่ได้ ก็จะทำให้การใช้ธรรมชาติอย่างหอยกกล้วยมาเป็นวัตถุดิบหลัก มาปรุงแบบว่าให้ทานได้ทั้งไทย ทั้งลาว ทั้งอีสาน ทานได้หมดนะครั้บ นี่คือการโดดเด่นหรือความเป็นเอกลักษณ์ของการอยู่กับธรรมชาติ สามารถเอาธรรมชาติออกมาขายได้ในมุมมองนะครั้บ” (สัมภาษณ์นายธนรินทร์ อนันต์วรรณ, 25 มิถุนายน 2566)



การประกอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของชุมชนบ้านคีรีวงกตนั้น เป็นการขับเคลื่อนไปพร้อมกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติมาทำการท่องเที่ยว จะมีการหมุนเวียน และการปลูกทดแทน เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สร้างมูลค่าให้แก่ชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างยั่งยืน

“เราก็มีการศึกษา เรียนรู้ในเรื่องการเอาอุปกรณ์ในธรรมชาติ ยกตัวอย่าง อย่างไม้ไผ่นะครับที่เราจะตัด เป็นอุปกรณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทุกวันเลยก็ว่าได้ ทำทั้งแก้ว ทั้งซ้อน เรามีการศึกษามาว่า กอไม้ การตัดหนึ่งกอจะมีเพียงไม่กี่ลำ ที่จะสามารถใช้ในระบบการท่องเที่ยว นะครับ ได้ขนาดตัดให้เท่าเอว จากนั้นเขาจะแตกลูกออกหน่อมาเอง เราก็ตัดถัดไปเรื่อย ๆ เราก็กลับมาตัดต้นเดิมในปีต่อไปก็จะหมุนเวียนเปลี่ยนไป โดยที่จะไม่มีวันหมดเลยนะครับ” (สัมภาษณ์นายณรินทร์ อนันต์วรรณ, 25 มิถุนายน 2566)

นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมกลุ่มอาชีพในชุมชน เปิดโอกาสและพื้นที่ให้กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กล้วยแปรรูป ไม้กวาดจากดอกแขม การทำบายศรีสู่ขวัญ รวมไปถึงการแสดงจากเยาวชนในชุมชน ให้มีพื้นที่ในการนำสินค้ามาวางจำหน่ายที่จุดบริการนักท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้ และสร้างความภาคภูมิใจให้แก่เยาวชนในชุมชนอีกด้วย

“เราส่งเสริมกลุ่มอาชีพ ที่เป็นการแปรรูปสินค้า เช่น กล้วยแปรรูปต่าง ๆ มีกล้วยม้วน กล้วยตากแห้ง กล้วยอบเนย เยอะแยะเลยครับ ต่อมาเราเป็นพื้นที่ป่า เรามีแขมไม้กวาดด้วย ในบริบทนี้เขาจะเก็บกันทุกปีทุกครอบครัว ในทำมางก็จะเอาไว้อขายให้นักท่องเที่ยวได้ ส่วนเด็กเยาวชนเราก็มีการสนับสนุนให้พวกเขาเกิดความภาคภูมิใจในชุมชนบ้านเกิดของตัวเอง เวลาเมื่อนักท่องเที่ยว



มาเราก็จะมีการให้เขามาทำการแสดง หรือเข้ามามีส่วนร่วมในการทำการท่องเที่ยว ถือเป็นการสร้างมูลค่าและการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวให้เยาวชนไปในตัวครับ” (สัมภาษณ์นายรินทร อนันต์วรรณ, 25 มิถุนายน 2566)

การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดี จะนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมาของหมู่บ้านศิรีวงศต นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนจากการนำทรัพยากรในชุมชนมาพัฒนาและต่อยอดสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาของชุมชนในการนำทุนด้านต่าง ๆ มาเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น การนั่งรถอีแต๊กชมชุมชน-ห้วยน้ำฮวย-น้ำตกขุนช้างพราย การรับประทานอาหารริมน้ำตก เมี่ยงแกงหยวกกล้วย โดยอาหารเป็นวัตถุดิบจากชุมชน โดยเฉพาะภาชนะสำหรับใส่อาหารจะใช้ไม้ไผ่จากธรรมชาติ โดยมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติควบคู่กับการอนุรักษ์และรักษา การบายศรีสู่ขวัญจากผู้เฒ่าผู้แก่ในหมู่บ้านแก่ผู้เยือน และเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตวิถีชุมชนแบบเรียบง่ายที่โอบล้อมไปด้วยธรรมชาติ นอกจากนี้ ชุมชนยังมีกลุ่มต่าง ๆ ที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมให้กับสมาชิกในชุมชน และสร้างรายได้อีกด้วย



2. การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน

2.1 ขั้นตอนการศึกษา และผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน

1) ขั้นการวางแผน (Planning) จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่จะผลิต พบว่า เนื้อหาที่จะผลิตเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน และทุนหรือทรัพยากรด้านอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนชุมชนในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน จากวิเคราะห์ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลทั่วไปทุกช่วงวัยที่สามารถเข้าถึงสารคดีได้ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และติ๊กต็อก (TikTok) โดยวัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เพื่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนที่มุ่งให้สาระความรู้แก่ผู้รับชมเป็นเบื้องต้น ให้มีความเพลิดเพลินเป็นเบื้องหลัง และในขั้นวางแผนนี้ผู้ศึกษาได้วางโครงร่างบทสคริปต์สำหรับใช้ในการถ่ายทำสื่อวีดิทัศน์สารคดี

2) ขั้นเตรียมการผลิต (Pre-production) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากบทความ หนังสือ ตำรา เว็บไซต์เกี่ยวกับชุมชนเป้าหมาย สํารวจสถานที่สำคัญชุมชน และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานที่มีความโดดเด่นจาก 5 ชุมชน หลังจากนั้นนำข้อมูลของแต่ละชุมชนมาออกแบบและเขียนบทสคริปต์สำหรับเตรียมความพร้อมก่อนเดินทางลงพื้นที่ไปถ่ายทำ เนื่องจากบางชุมชนมีเนื้อเรื่องของสารคดีเกี่ยวกับงานบุญประเพณีในช่วงเดือนต่าง ๆ ผู้ศึกษาจึงได้วางแผนกำหนดวันเวลาให้ตรงกับช่วงดังกล่าวเพื่อให้ได้วีดิทัศน์ที่มีเนื้อหาเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของชุมชน นอกจากนี้ ในขั้นตอนนี้ได้เตรียมสิ่งของและอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความ



พร้อม ได้แก่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ถ่ายทำ ผู้ให้ข้อมูล กราฟิกที่นำมาใช้ ประกอบสื่อวีดิทัศน์ ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากร่วมด้วย

3) ขั้นตอนการผลิต (Production) ถ่ายทำวีดิทัศน์สารคดีตามแผนและบทสคริปต์ที่ออกแบบไว้ ในพื้นที่ 5 ชุมชน

4) ขั้นตอนหลังการผลิต (Postproduction) นำวีดิทัศน์ที่ถ่ายไว้มาตัดต่อเป็นสื่อวีดิทัศน์ที่สมบูรณ์ เมื่อผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และได้รับการพิจารณาให้เผยแพร่จากผู้ให้ทุนสนับสนุนแล้ว จึงได้เผยแพร่สื่อวีดิทัศน์สารคดีทั้ง 5 ตอน เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และติ๊กต็อก (TikTok)

5) ขั้นตอนประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ (Evaluation) ประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดี ผู้ศึกษาได้นำแบบประเมินคุณภาพสื่อประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวิธีการนำเสนอ ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ด้านตัวอักษร และภาพ และด้านเสียง รวมจำนวน 12 ข้อ โดยเด็ก เยาวชน และสมาชิกในชุมชน 5 ชุมชน รับชมวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน 5 ตอน และทำแบบประเมินดังกล่าว หลังจากนั้นจึงนำผลจากการประเมินมาวิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา ด้วยการบรรยายประกอบตาราง



2.2 ผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ผู้ศึกษาได้ผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน โดยสื่อวีดิทัศน์สารคดีประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน ทั้งทุนด้านหัตถกรรม ทุนด้านเกษตรกรรม ทุนด้านท่องเที่ยว และทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรม รวมทั้งกิจกรรมของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชนของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในชุมชนทั้ง 5 ชุมชน ความยาว 10-15 นาที จำนวน 5 ตอน ดังนี้

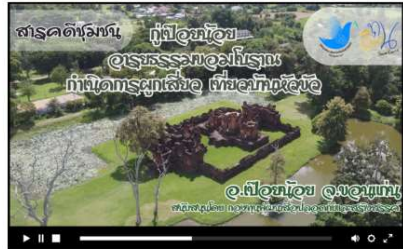
- 1) ตอนที่ 1 “เสน่ห์ผู้ไท มาลัยไม้ไผ่ บั้งไฟทะเลล้น นาน นามบ้านกุดหว้า” ชุมชนบ้านกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
- 2) ตอนที่ 2 “กู๋เปี้ยน้อย อารยธรรมขอมโบราณ กำเนิดการผูกเสี่ยว เทียวบ้านหัวขัว” ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น
- 3) ตอนที่ 3 “สะพานไม้แกดำ รำเชิงกระโจม เสน่ห์พื้นถิ่นบ้านหัวขัว” ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม
- 4) ตอนที่ 4 “ร้อยเรื่องราวชาวญัฮกุร ชุมชนคนบนดอน วิถีมอญโบราณ” ชุมชนบ้านไร่ อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ
- 5) ตอนที่ 5 “นั่งอีแต็ก ยลวิถี บ้านศิรีวงกต” ชุมชนบ้านศิรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี





ตอนที่ 1

“เสน่ห์ผู้ไท ภูมิปัญญาชาวบ้าน บ้านนาข่อย”
ชุมชนบ้านนาข่อย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา



ตอนที่ 2

“วิถีชีวิตผู้ไท อารยธรรมของโบราณ กำเนิดการผูกเสี่ยว เพื่อบ้านหัวข้าว”
ชุมชนบ้านหัวข้าว อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น



ตอนที่ 3

“สะพานไม้แกดำ ไร่สีหะโรจ เสน่ห์ผู้ไท บ้านนาข่อย”
ชุมชนบ้านนาข่อย อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม



ตอนที่ 4

“ร้อยเรื่องราวชาวยูกร ชุมชนคนบนคอน วิถีมอญโบราณ”
ชุมชนบ้านไร่ อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ



ตอนที่ 5

“น้ำอติ๊ก ขลอติ บ้านศรีวังคด”
ชุมชนบ้านศรีวังคด อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

ภาพที่ 2 ภาพผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของ
ชุมชนภาคอีสาน



3. ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน

การประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ประเมินโดยเด็ก เยาวชน และสมาชิกในชุมชน 5 ชุมชนที่รับชมวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน 5 ตอน จำนวน 37 คน พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.31 (SD=0.61) พิจารณารายด้าน พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อด้านคุณภาพเสียงและด้านวิธีการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.63 คิดเป็นร้อยละ 92.70 (SD=0.56) และค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.53 (SD=0.59) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อประเด็นคุณภาพเสียงบรรยาย และประเด็นความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.70 คิดเป็นร้อยละ 94.05 (SD=0.46) และค่าเฉลี่ย 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.43 (SD=0.55) ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน

ประเด็นคุณภาพสื่อ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	SD	แปลผล
1. ด้านวิธีการนำเสนอ	4.57	91.53	0.59	มากที่สุด
1.1 วิธีการนำเสนอเนื้อหา	4.59	91.89	0.60	มากที่สุด
1.2 ความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนอ	4.62	92.43	0.55	มากที่สุด
1.3 การนำเสนอสามารถเข้าใจได้ง่าย	4.51	90.27	0.65	มากที่สุด



ประเด็นคุณภาพสื่อ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	SD	แปลผล
2. ด้านการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ	4.54	90.88	0.65	มากที่สุด
2.1 เนื้อหาของสื่อมีความถูกต้อง	4.51	90.27	0.69	มากที่สุด
2.2 เนื้อหาของสื่อมีความเหมาะสมกับการนำเสนอชุมชน	4.59	91.89	0.55	มากที่สุด
2.3 เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ และน่าติดตาม	4.55	91.11	0.69	มากที่สุด
2.4 เนื้อหาของสื่อสามารถนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างครบถ้วน	4.51	90.27	0.69	มากที่สุด
3. ด้านตัวอักษร และภาพ	4.53	90.72	0.60	มากที่สุด
3.1 ตัวอักษรมีขนาดเหมาะสม	4.51	90.27	0.56	มากที่สุด
3.2 การลำดับภาพมีความเหมาะสม	4.51	90.27	0.65	มากที่สุด
3.3 เทคนิคในการนำเสนอภาพองค์ประกอบ มีความเหมาะสม	4.58	91.66	1.48	มากที่สุด
4. ด้านคุณภาพเสียง	4.63	92.70	0.56	มากที่สุด
4.1 คุณภาพเสียงบรรยาย	4.70	94.05	0.46	มากที่สุด
4.2 คุณภาพเสียงดนตรี	4.57	91.35	0.65	มากที่สุด
ภาพรวม	4.57	91.31	0.61	มากที่สุด

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานสามารถสรุปผลการศึกษา แบ่งเป็นประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น ดังนี้



1. ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนภาคอีสาน 5 จังหวัด ผลการศึกษา พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ทั้ง 5 ชุมชน มีความโดดเด่นและหลากหลาย ซึ่งแตกต่างกันไปตามบริบทของชุมชน ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์ สังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ 1) ชุมชนบ้านกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไท มีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นคือ อัตลักษณ์ของผู้ไท ทั้งภาษา การแต่งกาย ดนตรี รวมไปถึงงานบุญประเพณี โดยเฉพาะบุญพวงมาลัย มีมาลัยไม้ไผ่ที่ถือเป็นหัวใจสำคัญ และถูกนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ให้คนในชุมชน 2) ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอเปือยน้อย จังหวัดขอนแก่น มีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นคือ ปราสาทเปือยน้อยที่ถือเป็นโบราณสถานที่มีความสวยงามเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชม ชุมชนยังเป็นแหล่งกำเนิดประเพณีสำคัญประจำจังหวัดขอนแก่น คือ การผูกเสี่ยว โดยทุนทางวัฒนธรรมชุมชนถูกนำเสนอผ่านการจัดกิจกรรมงานบุญประเพณี ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวชุมชน 3) ชุมชนบ้านหัวขัว อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม เป็นชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางธรรมชาติที่หลากหลาย มีหนองแกดำและสะพานไม้แกดำเป็นสถานที่และทรัพยากรที่สำคัญนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้ชุมชนมีการแสดงที่เป็นอัตลักษณ์ คือ การเซิ้งกระโจม ที่ถูกประยุกต์มาเป็นส่วนหนึ่งในการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว ทั้งยังมีกลุ่มต่าง ๆ ที่นำทรัพยากรในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว 4) ชุมชนบ้านไร่ อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ญ้อกร มีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นเห็นได้ชัดจากภาษาพูด การแต่งกาย อาหาร รวมถึงความเชื่อและประเพณี ถือเป็นอัตลักษณ์ที่สะท้อนผ่านวิถีการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ปัจจุบันได้มีการนำทุนทางวัฒนธรรมถ่ายทอดแก่เด็ก



เยาวชนในชุมชน รวมถึงเผยแพร่และนำเสนอผ่านสื่อและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงชุมชนวัฒนธรรมฮักที่ทุ่งดอกกระเจียวหรืออุทยานแห่งชาติป่าหินงาม และ 5) ชุมชนบ้านศิรีวงกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี ชุมชนที่นำทุนทางธรรมชาติมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นส่วนเสริมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้คนในชุมชน เช่น การขายศรีสุขัญญ์ อาหารพื้นบ้าน การนั่งรถอีแต๊กที่ดัดแปลงจากเครื่องจักรที่ใช้ทำการเกษตรสู่พาหนะบริการนักท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีชุมชนและธรรมชาติ เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์และสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2. ผลการผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ได้สื่อวีดิทัศน์สารคดีประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน ทั้งทุนด้านหัตถกรรม ทุนด้านเกษตรกรรม ทุนด้านท่องเที่ยว และทุนทางวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรม รวมทั้งกิจกรรมของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชนของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในชุมชนทั้ง 5 ชุมชน ความยาว 10-15 นาที จำนวน 5 ตอน โดยแบ่งขั้นตอนการผลิตวีดิทัศน์สารคดีออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นการวางแผน 2) ขั้นเตรียมการผลิต 3) ขั้นดำเนินการผลิต 4) ขั้นหลังการผลิต 5) ขั้นประเมินผลสื่อวีดิทัศน์ ผู้ศึกษาได้นำขั้นตอนของการผลิตสื่อวีดิทัศน์ของ ประทีน คล้ายนาค (Klainak, 2007) ที่ได้เสนอขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ 5 ขั้นตอน มาปรับและประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับประเด็นเนื้อหาที่ผลิต รวมทั้งบริบทของแต่ละชุมชน

3. ผลการประเมินคุณภาพสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็น



ร้อยละ 91.31 (SD=0.61) พิจารณารายด้าน พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อ ด้านคุณภาพเสียงและด้านวิธีการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.63 คิดเป็นร้อยละ 92.70 (SD=0.56) และค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.53 (SD=0.59) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อ ประเด็นคุณภาพเสียงบรรยาย และประเด็นความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.70 คิดเป็นร้อยละ 94.05 (SD=0.46) และค่าเฉลี่ย 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.43 (SD=0.55) ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาศิลปะการผลิตรายการวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานสามารถอภิปรายผลการศึกษาแบ่งเป็นประเด็นสำคัญ 2 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมชุมชนภาคอีสานที่มีความโดดเด่น 5 ชุมชน ในพื้นที่ 5 จังหวัด พบว่าแต่ละชุมชนมีจุดร่วมที่เหมือนกันคือชุมชนมีความพยายามส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมของตนเองไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรมและงานบุญประเพณี รวมถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมไปสู่การจัดการท่องเที่ยวและการให้บริการ นำมาสู่การสร้างมูลค่าเศรษฐกิจให้กับชุมชน เช่น ชุมชนบ้านกุดหว้า มีความโดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีบุญพวงมาลัยและบุญบั้งไฟทะเลล้น ปัจจุบันมาลัยไม้ไผ่จากงานบุญประเพณีถูกนำมาต่อยอดและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และเครื่องประดับ มีการจัดจำหน่ายทำให้เกิดรายได้ให้ชุมชน นอกจากนี้ บ้านศรีวังเกต ชุมชนที่มีความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อาทิ น้ำตก ภูเขา



ทะเลหมอก รวมทั้งวิถีการดำรงชีวิต การทำเกษตรกรรม ชุมชนได้นำทรัพยากรเหล่านี้มาพัฒนาและต่อยอดสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นภูมิปัญญาของชุมชนในการนำทุนต่าง ๆ ในชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นกิจกรรมแก่นักท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน จะเห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจให้กับชุมชน สามารถสร้างอาชีพและรายได้ให้คนในชุมชนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัญธิชา มั่งคง (Mangkong, 2017) บทบาทของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในตำบลบ้านตุน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในตำบลบ้านตุน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 คิดเป็นร้อยละ 85.00 โดยประชาชนเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่อง ชุมชนจะสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนหากนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นอาชีพต่าง ๆ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของถวิลวดี บุรีกุล นิตยา โพธิ์นอก อินทุอร แสงอรัญญา ดวงจันทร์ ศิริรักษ์โสภณ และวริศรา อัมพรศิริธรรม (Buriku, Ponok, Saeng-aran, Sirirak-sophon and Amponsiritham, 2023) พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของเชียงคานมีความหลากหลายและครอบคลุมทั้งทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวบุคคล ทุนวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม และทุนวัฒนธรรมที่เป็นสถาบัน ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมของเชียงคานสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของสังคมและวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ของเชียงคาน ที่ฝังอยู่ในตัวชุมชนและสืบทอดรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน และสามารถต่อยอดทำให้เกิดประโยชน์ต่อคนในพื้นที่ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคมได้โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ แต่ละชุมชนต่างมีกลไกหรือวิธีการในการถ่ายทอดและอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะคล้ายกัน คือ การถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องทุนทางวัฒนธรรมแก่เด็กและเยาวชน รวมทั้งสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมผ่าน



กิจกรรม งานบุญประเพณีของชุมชน ซึ่งถือเป็นวิธีการในการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม และสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนของตนเอง สอดคล้องผลการศึกษาของถวิลวดี บุรีกุล และคณะ (Buriku et al., 2023) การสร้างการมีส่วนร่วม (Activities) โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมมาจากกระบวนการการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ที่นำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงคาน ที่ประชาชนผู้เข้าร่วมได้ร่วมกันระดมความเห็นกำหนดแนวทางกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างธรรมเนียมเชียงคาน การจัดระเบียบให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น ถนนคนเดินปลอดขยะ ถนนคนเดินปลอดเหล้า รวมไปถึงการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม ทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนมีลักษณะความโดดเด่นที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาจากการจำแนกทุนทางวัฒนธรรมที่แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ตามกรอบคิดของผู้ศึกษา คือ 1) ทุนด้านหัตถกรรม 2) ทุนด้านเกษตรกรรม 3) ทุนด้านท่องเที่ยว และ 4) ทุนทางวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และพิธีกรรม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับบริบทของสังคมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนนั้น ๆ เช่น ชุมชนบ้านบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ และชุมชนบ้านไร่ จังหวัดชัยภูมิ เป็นชุมชนที่มีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนจึงมีลักษณะผูกโยงกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์อาทิ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และพิธีกรรมค่อนข้างชัดเจน แสดงออกผ่านการใช้ภาษา การแต่งกาย รวมทั้งงานบุญประเพณีของชุมชนดังที่กล่าวในข้างต้น แตกต่างจากชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดมหาสารคาม ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดขอนแก่น และชุมชนบ้านศรีวงกต จังหวัดอุดรธานี เป็นชุมชนที่ทุนทางวัฒนธรรมปรากฏในลักษณะเป็นสถานที่



สำคัญ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน และได้มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาแปลงเป็นทุนในรูปแบบอื่น ๆ โดยเฉพาะทุนด้านการท่องเที่ยว มีการนำสิ่งที่เป็นวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนหรือท้องถิ่น อาหาร เครื่องแต่งกาย การแสดง พิธีกรรม ฯลฯ มาออกแบบและจัดการเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน และเมื่อวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏใน 5 ชุมชน มีความสอดคล้องกับรูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 3 รูปแบบ ของ Bourdieu (1986) คือ 1) เป็นสิ่งที่ฝังในตัวตนหรือกลุ่มคน 2) เป็นสิ่งที่มีรูปลักษณะเป็นตัวตน และ 3) มีความเป็นสถาบัน เป็นกติกาความเชื่อการยอมรับที่หลายคนเห็นร่วมกัน

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (Department of Cultural Promotion, 2019) ที่กำหนดสาขาของทุนทางวัฒนธรรมไว้ 6 สาขา ได้แก่ 1) ภาษา และวรรณกรรมพื้นบ้าน 2) ศิลปะการแสดง 3) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 4) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 5) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล และ 6) กีฬามวยไทย จากการรวบรวมข้อมูล 5 ชุมชน พบว่า ปราชญ์และผู้รู้ในชุมชนได้นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนตนเองที่เห็นได้ชัดเจนในสาขาต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) ชุมชนบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมสาขาภาษา สาขางานเทศกาล และสาขางานช่างฝีมือดั้งเดิม ผ่านการใช้ภาษาถิ่น เทศกาลงานบุญพวงมาลัย งานบุญบั้งไฟ และการต่อยอดประดิษฐ์มาลัยไม้ไผ่เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ 2) ชุมชนบ้านไร่ จังหวัดชัยภูมิ นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมสาขาภาษา สาขาศิลปะการแสดง สาขางานเทศกาล และสาขางานช่างฝีมือดั้งเดิม ผ่านการใช้ภาษาถิ่น การรำปะเร่ งานแห่หอดอกผึ้งในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และการปักลายเสื้อพ็อก 3) ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัด



มหาสารคาม นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมสาขาศิลปะการแสดง และช่างฝีมือดั้งเดิม ผ่านการแข่งกระโจม การทำหมวกกระโจม และการสานกระติบข้าวมงคล

4) ชุมชนบ้านหัวขัว จังหวัดขอนแก่น นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมสาขาแนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล ผ่านประเพณีการสงฆ์ผูกเสี่ยว และงานศิวะราตรีปูชนียาถัยปราสาทเปือยน้อย เทศกาลดอกเปือยบาน และ

5) ชุมชนบ้านศรีวังเกต จังหวัดอุดรธานี นำเสนอทุนทางวัฒนธรรมสาขาความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติ ผ่านการนำทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนมาพัฒนาและต่อยอดสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยผู้ศึกษาได้นำทุนทางวัฒนธรรมที่ปราชาญ์และผู้รู้แต่ละชุมชนนำเสนอมาผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีต่อไป

2. การผลิตสื่อวีดิทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมชุมชนภาคอีสานได้สื่อวีดิทัศน์สารคดีประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมประเภทต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน ทั้งทุนด้านหัตถกรรม ทุนด้านเกษตรกรรม ทุนด้านท่องเที่ยว และทุนทางวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อและพิธีกรรม รวมทั้งกิจกรรมของชุมชน และการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมชุมชนของเด็ก เยาวชน และสมาชิกในชุมชนทั้ง 5 ชุมชน โดยแบ่งขั้นตอนการผลิตวีดิทัศน์สารคดีออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนเตรียมการผลิต ขั้นตอนดำเนินการผลิต ขั้นตอนหลังการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนประเมินสื่อวีดิทัศน์ตามขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ของ ประทีน คล้ายนาค (Klainak, 2007) โดยผู้ศึกษาได้ปรับและประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับประเด็นเนื้อหาที่ผลิต รวมทั้งบริบทของแต่ละชุมชน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนควรให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) ขั้นตอนการวางแผน ควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชมสื่อ วิเคราะห์เนื้อหาที่ผลิตและกำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อชิ้นนั้น ๆ



รวมทั้งการออกแบบบทสคริปต์ที่จะใช้ในการผลิต 2) ขั้นตอนเตรียมการผลิต ถือเป็นหนึ่งขั้นตอนที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ต้องเตรียมทั้งข้อมูล สถานที่ รวมถึงบุคลากรให้มีความพร้อมก่อนดำเนินการผลิต โดยเฉพาะประเด็นเรื่องของเวลาเพื่อให้ได้สื่อที่มีเนื้อหาเป็นไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงตามบริบทของเรื่องที่จะผลิต 3) ขั้นตอนการผลิต ควรให้ความสำคัญกับผลิตสื่อให้สอดคล้องกับบทสคริปต์ที่ออกแบบไว้ 4) ขั้นตอนหลังการผลิต ควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์ของสื่อที่ผลิต ก่อนที่จะเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ และ 5) ขั้นตอนประเมินผลสื่อวิถีทัศน์ ควรพิจารณาถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับชมที่เป็นผู้ประเมินสื่อที่ผลิต และความสำคัญเรื่องผลประโยชน์ทับซ้อนในการประเมินสื่อที่ผลิต

ผลการประเมินคุณภาพสื่อวิถีทัศน์สารคดีเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.31 (SD=0.61) พิจารณารายด้าน พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อด้านคุณภาพเสียงและด้านวิธีการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.63 คิดเป็นร้อยละ 92.70 (SD=0.56) และค่าเฉลี่ย 4.57 คิดเป็นร้อยละ 91.53 (SD=0.59) ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากในการนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนทั้ง 5 ชุมชน มีการนำจุดเด่นทั้งด้านทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และรูปแบบการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละชุมชน โดยสอดแทรกเสียงบรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชน วิถีชีวิต รวมทั้งเสียงดนตรีที่สร้างความน่าสนใจให้แก่สารคดีมากยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อประเด็นคุณภาพเสียงบรรยาย และประเด็นความเหมาะสมของเวลาในการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.70 คิดเป็นร้อยละ 94.05 (SD=0.46) และค่าเฉลี่ย 4.62 คิดเป็นร้อยละ 92.43 (SD=0.55) ตามลำดับ



ทั้งนี้ เนื่องจากการนำเสนอสารคดีทั้ง 5 ตอน มีการสอดแทรกเสียงบรรยายถึงจุดเด่นของชุมชนแต่ละชุมชน สลับกับการใช้เสียงดนตรีเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับสารคดี อีกทั้งระยะเวลาในการนำเสนอสารคดีอยู่ในระยะเวลา 10-15 นาที ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ผู้ชมยังให้ความสนใจกับเนื้อหาของวีดิทัศน์

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสาน ทั้ง 5 ชุมชนนั้น มีความโดดเด่นและหลากหลาย ซึ่งแตกต่างกันไปตามบริบทของชุมชน ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ชาติพันธุ์ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการศึกษา วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ควรร่วมกันค้นหาจุดเด่นของแต่ละชุมชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ผ่านการสนับสนุนทรัพยากรคน ความรู้ และงบประมาณ สำหรับการจัดกิจกรรมและการจัดแสดงทุนทางวัฒนธรรมเพื่อให้เป็นที่รู้จัก และได้รับการอนุรักษ์อย่างยั่งยืน รวมทั้งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

2. ชุมชนภาคอีสานทั้ง 5 ชุมชน มีจุดร่วมที่เหมือนกันคือการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมของตนเองไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรมและงานบุญประเพณี รวมถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมไปสู่การจัดการท่องเที่ยวและการให้บริการ ถือได้ว่าทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญพัฒนากลยุทธ์การเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ทุนทางวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนภาคอีสานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย รวมถึงนักท่องเที่ยว ผ่านการใช้สื่อดิจิทัลและสื่อโซเชียลมีเดีย



3. ชุมชนภาคอีสานทั้ง 5 ชุมชน ต่างมีกลไกหรือวิธีการในการถ่ายทอดและอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะคล้ายกัน คือ การถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องทุนทางวัฒนธรรมแก่เด็กและเยาวชน รวมทั้งสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรม งานบุญประเพณีของชุมชน ซึ่งถือเป็นวิธีการในการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม และสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนของตนเอง ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการศึกษาและการฝึกอบรมในด้านวัฒนธรรม ประเพณี หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะให้แก่คนรุ่นใหม่ให้มีความเข้าใจและสามารถต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนได้

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมชุมชน และสื่อวีดิทัศน์สารคดี สามารถใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่วยให้เด็กและเยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ การรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมชุมชน รวมทั้งเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชนของตนเอง

2. สื่อวีดิทัศน์สารคดีที่ถูกเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์อาจนำไปสู่การดึงดูดให้ผู้คนสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว อันจะเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน



เอกสารอ้างอิง

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.
- Burikul, T., Ponok, N., Saeng-aran, I., Sirirak-sophon, D., and Amponsiritham, W. (2023). *Using Cultural Capital to Strengthen Social Immunity in Chiang Khan Municipality*. Retrieved from <https://www.kpi.ac.th/uploads/pdf/mf2EfORpLoZ8gagSkG5GM7Qddb3YwQWTvU7U5cl.pdf>
- Chaikornchit, C. (2014). *Cultural power in Isan art: Isan cultural*. Chiang Mai: Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University.
- Department of Cultural Promotion. (2019). *Culture: Value to capital*. Retrieved July, 11 from http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=3972&filename=index
- Klainak, P. (2007). *Production of educational television programs*. Nakhon Pathom: Textbook and Teaching Materials Project, Faculty of Education, Silpakorn University.
- Likert, R. A. (1932). Technique for the measurement of attitude. *Archives Psychological*, 3(1), 42-48.



- Malithong, K. (2000). *Educational technology and innovation* (2nd ed.). Bangkok: Department of Educational Technology, Faculty of Education, Chulalongkorn University.
- Mangkong, A. (2017). The role of cultural capital in community economic development: A case study of communities in Ban Tun Subdistrict, Mueang District, Phayao Province. *Loei Rajabhat University Journal of Research and Development*, 12(39), 90-100.
- Nakrak, T. (1997). *Production of video tape for teaching: The case of garland weaving*. Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Patamasiriwat, D. (2004). *Social capital and cultural capital in the modern economy and management*. Phitsanulok: Faculty of Management and Information Sciences, Naresuan University.
- Storey, D. J. (1999). *Understanding the small business sector*. New York: Routledge.
- Suriyaphum, K., & O-thintarayutha, S. (2024). *Cultural capital, education, and learning of local community lifestyles in 5 provinces of the northeastern region*. Retrieved from <https://online.fliphtml5.com/ropzh/yvds/>
- Thanapornpan, R. (2003). *Cultural capital: Culture in the global capitalist system, vol. 1*. Bangkok: Matichon Publishing.



- Throsby, D. (2001). *Economy and culture*. Cambridge: The Press Syndicate of the University of Cambridge.
- Trussell-Cullen, A. (1999). *Starting with the real world: Strategies for developing nonfiction reading and writing, K-8*. Carlsbad, CA: Dominie Press.
- Wipasrinimit, P. (2009). Production of television documentaries. In Apsorn Satienthip, Laksami Khonglap, and Panthat Phookmat (Eds.), *Nurturing New Documentary Makers: A Project to Ignite the Dreams of New Television Producers*. Bangkok: Pinto Publishing.

