การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนบ้านหม้อ

Creating Cultural Value and a Creative Economy from Traditional Pottery Knowledge through Community-Based Promotional Media of Ban Mo Community

สุนิศา โพธิแสนสุข
Sunisa Potisansuk
อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Lecturer from the Faculty of Humanities and Social Sciences Rajabhat MahaSarakham University
Corresponding Author Email: sunisa15122126@gmail.com

Received: 18 January 2026 Revised: 12 February 2026 Accepted: 14 February 2026

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ให้ก้าวสู่การเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัด ผ่านกระบวนการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยบูรณาการการเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการฐานชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับชุมชน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาสื่อ รวมจำนวนทั้งสิ้น 7 คน ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ อัตลักษณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาได้อย่างเป็นระบบและชัดเจน ส่งผลให้เกิดการรับรู้ คุณค่า และความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการนำภูมิปัญญาไปต่อยอดเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทสังคมร่วมสมัย นอกจากนี้ กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนของการวิจัยยังช่วยเสริมสร้างความเป็นเจ้าขององค์ความรู้และความตระหนักถึงคุณค่าของเครื่องปั้นดินเผาในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า การเชื่อมโยงภูมิปัญญากับเรื่องราววิถีชีวิต และบริบททางวัฒนธรรมผ่านสื่อร่วมสมัย สามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชนและสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อประชาสัมพันธ์จึงทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ เพิ่มการมองเห็นของชุมชนในระดับจังหวัดและภูมิภาค และเอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ บทความนี้จึงเสนอให้การพัฒนาสื่อจากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน และสามารถประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่อื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วัฒนธรรม, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, เครื่องปั้นดินเผา

Abstract

This academic article aims to elevate the traditional pottery wisdom of Ban Mo Community, Khewa Subdistrict, Mueang District, Maha Sarakham Province, toward becoming a significant cultural identity of the province through the development of promotional media within the framework of the creative economy. The study employs a qualitative research methodology, integrating Participatory Action Research (PAR) and Community-Based Participatory Research (CBPR). The research instruments include in-depth interviews, participant observation, and the collaborative development of promotional media with community members. The key informants consist of local wisdom holders, community leaders, and participants involved in the media development process, totaling seven individuals. The findings indicate that the developed promotional media effectively and systematically communicate the knowledge, identity, and cultural values embedded in traditional pottery craftsmanship. This process enhances community awareness, appreciation, and pride in local wisdom, while also increasing the potential for applying such knowledge to creative economic development within contemporary social contexts. Furthermore, community participation throughout all stages of the research strengthens a sense of ownership over local knowledge and raises awareness of pottery craftsmanship as an important form of local cultural heritage. The study further demonstrates that linking local wisdom with narratives, ways of life, and cultural contexts through contemporary media enables effective engagement with youth and the general public. Promotional media thus function as a key mechanism for shaping community image, enhancing visibility at provincial and regional levels, and supporting the development of cultural tourism and creative learning. Accordingly, this article proposes that media development grounded in local wisdom serves as an important strategy for driving community-based creative economy initiatives and can be sustainably adapted as a model for other areas with similar socio-cultural contexts.

Keywords: Culture, Creative Economy, Pottery

บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นถือเป็นรากฐานสำคัญของสังคมไทยที่สะท้อนองค์ความรู้ ความเชื่อ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมซึ่งสั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะภูมิปัญญาด้านศิลปะหัตถศิลป์ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ ความคิดสร้างสรรค์ และบริบททางสังคมวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ งานหัตถศิลป์จึงมิได้เป็นเพียงผลผลิตเชิงวัตถุ หากแต่เป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สิ่งแวดล้อม และระบบคุณค่าของชุมชนอย่างชัดเจน (ธำรงศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์, 2560; สุภางค์ จันทวานิช, 2562)

หนึ่งในภูมิปัญญาที่มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน คือ ภูมิปัญญาด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งทำหน้าที่ทั้งในฐานะเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ชุมชนบ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นพื้นที่ที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาอย่างต่อเนื่อง โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะด้านรูปทรง ลวดลาย และกระบวนการผลิตที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต ความเชื่อ และบริบททางวัฒนธรรมของชุมชน อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทของสังคมร่วมสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ส่งผลให้การรับรู้คุณค่าและความนิยมในงานหัตถศิลป์พื้นบ้านลดลง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและประชาชนทั่วไป สถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการเลือนหายของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาในระยะยาว หากขาดกระบวนการพัฒนาและการถ่ายทอดที่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน (สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2564)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) จึงถูกนำมาใช้เป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในมิติทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ผ่านการผสมผสานองค์ความรู้ดั้งเดิมกับนวัตกรรมและการสื่อสารร่วมสมัย (UNESCO, 2013) ภายใต้แนวคิดดังกล่าว สื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกการถ่ายทอดเรื่องราว คุณค่า และอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยเสริมสร้างการรับรู้ การเรียนรู้ และความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน

ดังนั้น จากการศึกษาภาคสนาม พบว่า ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อมีรากฐานจากการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นภายในครอบครัวและชุมชน กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนตั้งแต่การคัดเลือกดิน การขึ้นรูป การตกแต่งลวดลาย ไปจนถึงการเผา ล้วนแฝงด้วยองค์ความรู้ ความเชื่อ และประสบการณ์ที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน (สุดสาคร ไชยโยชน์, 2568) ขณะเดียวกัน กระบวนการผลิตยังมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย โดยมีทั้งการขึ้นรูปแบบดั้งเดิมและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น แป้นหมุนธรรมดาและแป้นหมุนไฟฟ้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต (เรณู ไชยโยชน์, 2568) อย่างไรก็ตาม หัวใจสำคัญของงานเครื่องปั้นดินเผาบ้านหม้อยังคงอยู่ที่ภูมิปัญญาและประสบการณ์ของคนในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดคุณภาพและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

บทวิเคราะห์

การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนบ้านหม้อ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยบูรณาการแนวคิดเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการศึกษาภูมิปัญญา การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และการสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนบ้านหม้อ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์และกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR/CBPR) ได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อ

ผลการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อมีรากฐานมาจากการใช้ทรัพยากรดินในท้องถิ่น ผสานกับองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ เครื่องปั้นดินเผามีเอกลักษณ์ด้านรูปทรงที่เรียบง่ายแต่สะท้อนการใช้งานในวิถีชีวิตประจำวัน ลวดลายและเทคนิคการตกแต่งมีความสัมพันธ์กับความเชื่อและบริบททางวัฒนธรรมของชุมชน กระบวนการ

ผลิตตั้งแต่การเตรียมดิน การขึ้นรูป การตกแต่ง และการเผา เป็นองค์ความรู้ที่แฝงด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ชุมชนยังให้ความสำคัญกับบทบาทของเครื่องปั้นดินเผาในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความภาคภูมิใจและความผูกพันของคนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม พบว่าการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของเยาวชนในปัจจุบัน



ภาพที่ 1 กระบวนขึ้นรูป (สุนิศา โพธิแสนสุข, 2568)

2. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์จากภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผา

ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยร่วมกันคัดเลือกเนื้อหาออกแบบรูปแบบสื่อ และถ่ายทอดเรื่องราวภูมิปัญญาให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน ผลการดำเนินการสามา รถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ได้หลายรูปแบบ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล และสื่อสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมประวัติความเป็นมา กระบวนการผลิต เอกลักษณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมของเครื่องปั้นดินเผาบ้านหม้อ ผลการสะท้อนความคิดเห็นจากชุมชนพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเข้าใจง่าย ถ่ายทอดอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมได้ชัดเจน และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชนและเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยชุมชนมีความพึงพอใจต่อกระบวนการสร้างสื่อและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของสื่อที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 2 กระบวนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (สุนิศา โพธิแสนสุข, 2568)

3. ผลด้านการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม

ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาช่วยเสริมสร้างการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหม้อในหลายมิติ ได้แก่ การตระหนักรู้ในอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความภาคภูมิใจของคนในชุมชน และการเห็นความสำคัญของการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ สื่อประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเรื่องราวและองค์ความรู้ที่เคยจำกัดอยู่ภายในชุมชนให้ขยายสู่สาธารณะ นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวิจัยยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม และก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 3 กิจกรรมผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการมองเห็นผ่านระบบออนไลน์ (สุนิศา โพธิแสนสุข, 2568)

4. ผลด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการศึกษาพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยเพิ่มการมองเห็นของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านหม้อ และสามารถขยายการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจงานหัตถศิลป์พื้นบ้าน ชุมชนมองเห็นศักยภาพในการนำสื่อไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรมเรียนรู้ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แม้ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจในระยะสั้นอาจยังไม่ปรากฏอย่างเป็นรูปธรรม แต่ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มเชิงบวกในการสร้างโอกาสทางรายได้และการพัฒนาศักยภาพของชุมชนผ่านการใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน



ภาพที่ 4 ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้องค์ความรู้ (สุนิศา โพธิแสนสุข, 2568)

5. ผลการดำเนินงานตามแนวคิด PAR และ CBPR ผลการดำเนินงานตามแนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยฐานชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านหม้อมีบทบาทเป็นผู้ร่วมวิจัย (Co-researcher) ในการกำหนดประเด็น ออกแบบสื่อ และสะท้อนผลการดำเนินงาน กระบวนการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความเป็นเจ้าขององค์ความรู้ และเพิ่มโอกาสในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่

ข้อค้นพบเชิงวิชาการ หรือองค์ความรู้ใหม่เชิงวิชาการ

บทความวิชาการนี้ เป็นการศึกษาใช้แนวทางการศึกษาเชิงพื้นที่ (Area-based Research) และการวิจัยเชิงกรณีศึกษา (Case Study) โดยเน้นการทำงานร่วมกับชุมชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การศึกษาภูมิปัญญา การออกแบบและสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการประเมินและสะท้อนผลการใช้สื่อ ทั้งนี้เพื่อให้การสร้างสื่อสะท้อนอัตลักษณ์และบริบททางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในพื้นที่ โดยพื้นที่ดำเนินการวิจัยคือ ชุมชนบ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผามาอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพในการพัฒนา

เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดมหาสารคามต่อไป ตลอดจน จริยธรรมการวิจัยคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล แจ้งวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน และเคารพสิทธิและบริบททางวัฒนธรรมของชุมชนแล้ว

บทสรุป

การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชนบ้านหม้อ แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกทางสังคมและวัฒนธรรมที่ช่วยเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับบริบทสังคมร่วมสมัย โดยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาที่ชี้ว่าสื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดและสร้างความหมายใหม่ให้กับทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (อเนก นาคะบุตร, 2560; สุภางค์ จันทวานิช, 2561) ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์จากฐานภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อ ช่วยถ่ายทอดคุณค่า องค์ความรู้ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม สื่อที่พัฒนาขึ้นทำหน้าที่แปลงองค์ความรู้เชิงปฏิบัติและประสบการณ์ของช่างพื้นบ้าน ซึ่งโดยลักษณะเป็นความรู้เชิงนามธรรมและถ่ายทอดกันภายในชุมชน ให้สามารถสื่อสารออกสู่สาธารณะในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ระบุว่าการจัดการองค์ความรู้ผ่านสื่อร่วมสมัยช่วยเพิ่มการรับรู้และการยอมรับจากสังคมภายนอก (ประเวศ วะสี, 2559) ผลการวิจัยในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดที่มองว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมิได้ดำรงอยู่อย่างตายตัว หากแต่ถูกสร้าง สื่อสาร และต่อรองผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและสื่อร่วมสมัย การใช้สื่อประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทในการทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังคงมีชีวิตอยู่ สามารถปรับตัวให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยไม่สูญเสียแก่นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมาแต่เดิม ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยด้านวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ชี้ให้เห็นว่าสื่อเป็นพื้นที่สำคัญในการต่อรองความหมายทางวัฒนธรรม (สมชาย ปรีชาศิลปกุล, 2562)

นอกจากนี้ การดำเนินการวิจัยภายใต้กรอบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) และการวิจัยฐานชุมชน (CBPR) ยังส่งผลให้สมาชิกชุมชนมีบทบาทเป็นผู้ร่วมสร้างองค์ความรู้และผู้ร่วมตัดสินใจในกระบวนการพัฒนาสื่อ ตั้งแต่การวิเคราะห์บริบท การคัดเลือกเนื้อหา ไปจนถึงการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ กระบวนการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของความภาคภูมิใจ และความตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาในหมู่สมาชิกชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เน้นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนของงานวัฒนธรรม (สุวรรณา สถาอานันท์, 2561) ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอภูมิปัญญาเครื่องปั้นดินเผาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถยกระดับบทบาทของงานหัตถศิลป์จากการเป็นเพียงผลิตภัณฑ์เชิงวัตถุ ไปสู่การเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์และเชิงสังคม การถ่ายทอดเรื่องราวที่เชื่อมโยงกระบวนการผลิตเข้ากับวิถีชีวิต ความเชื่อ และประวัติศาสตร์ของชุมชน ช่วยสร้างความหมายใหม่ให้กับเครื่องปั้นดินเผาในสายตาของผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาด้านเศรษฐกิจวัฒนธรรมที่มองว่าวัฒนธรรมสามารถแปรเปลี่ยนเป็นคุณค่าเชิงสังคมและเศรษฐกิจได้ผ่านกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสม (อเนก นาคะบุตร, 2560)

ในมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการเพิ่มการรับรู้และการมองเห็นของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านหม้อ โดยช่วยเชื่อมโยงคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับการรับรู้เชิงเศรษฐกิจ แม้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจอาจยังไม่ปรากฏอย่างชัดเจนในระยะสั้น แต่สื่อที่พัฒนาขึ้นมีศักยภาพในการต่อยอดสู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ เช่น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงอัตลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนของไทย (สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564)

เอกสารอ้างอิง

ประเวศ วะสี. (2559). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนาสังคมไทย*. สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.

สมชาย ปรีชาศิลปกุล. (2562). วัฒนธรรมร่วมสมัยกับการสร้างความหมายทางสังคม. *วารสารสังคมศาสตร์*, *31*(2), 1–18.

สุภางค์ จันทวานิช. (2561). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวรรณา สถาอานันท์. (2561). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชน. *วารสารพัฒนาสังคม*, *20*(1), 45–63.

สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2564). *รายงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย*. สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA).

อเนก นาคะบุตร. (2560). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น*. สำนักพิมพ์มติชน.

ธำรงศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์. (2560). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2562). *การวิจัยเชิงคุณภาพทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2564). *แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นในบริบทสังคมร่วมสมัย*. กระทรวงวัฒนธรรม.

UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013: Widening local development pathways*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

UNESCO. (2017). *Culture for sustainable development*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

บุคลานุกรม

เรณู ไชยโยชน์. (2568). การสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อ (สุนิศา โพธิแสนสุข, ผู้สัมภาษณ์). บ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม, 27 ธันวาคม.

สุดสาคร ไชยโยชน์. (2568). การสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องภูมิปัญญาการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านหม้อ (สุนิศา โพธิแสนสุข, ผู้สัมภาษณ์). บ้านหม้อ ตำบลเขวา อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม, 27 ธันวาคม.