

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กลยุทธ์การประกอบสร้างปรากฏการณ์ถวิลหาอดีตในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมตลาดย้อนยุค โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลจากการสังเกต การสำรวจเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการค้า และนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารด้วยสื่อบุคคล โดยวิธีการบอกต่อแบบปากต่อปาก ระหว่างสมาชิกในชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการค้าและนักท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่เด่นชัดที่สุด ประกอบกับการใช้สื่อสถานที่ สื่อกิจกรรม การแสดงทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต การแต่งกาย การส่งเสริมการขาย การแสดงอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ในด้านระยะเวลาการถวิลหาอดีต พบว่า ชุมชนแต่ละแห่งมีการย่นเวลาในการประกอบสร้างปรากฏการณ์การถวิลหาอดีตแตกต่างกันออกไป ซึ่งมักเป็นการย่นอดีตกลางๆ เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ พบว่าชุมชนอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมตลาดย้อนยุคมีการประกอบสร้างความหมายให้กับอดีตในรูปแบบของการผสมผสานและการจำลองเป็นกลยุทธ์หลักในการสื่อสาร

คำสำคัญ: การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว, การถวิลหาอดีต, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The purpose of this research aim to study the social construction strategies of nostalgia phenomenon in tourism communication of conservative retro market community. The qualitative research is used by collecting data from observation, documentary and in-depth-interview from community members and tourists were 20 peoples. The research found that the personal media strategy by word-of-mouth between members in communities and tourists was the most favorite communication. Moreover, the alternative media such as place, activities, performing art, the way of life, costume, sale promotion and identities of community were used to persuade intentions of tourists. About the duration of nostalgia strategies found that each community has different way to retro the time to construct the nostalgia phenomenon, mostly retro to the middle-past. So that the conservative retro market community has been constructed meaning to the past in the form of the integration and simulation which is the main communication strategy.

Keywords: Tourism communications, Nostalgia, Cultural tourism