



บ่มเพาะเยาวชนนักออกแบบ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทใหญ่

โครงการเป็ยหลวง Food Designer
โรงเรียนเป็ยหลวง ต.เป็ยหลวง อ.เวียงแหง จ.เชียงใหม่

บ้านเป็ยหลวงมีจุดเด่นวัฒนธรรมภูมิปัญญาของชาวไทใหญ่ มีชาติพันธุ์ไทใหญ่ ประมาณ 80% ที่เหลือเป็นคนเมืองและจีนฮ่อ ดังนั้นจึงมีความเป็นกลุ่มก้อนของวัฒนธรรม ไทใหญ่สูง แต่กลับไม่สามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมเหล่านั้นมาสู่การเรียนรู้ในโรงเรียนได้ เด็ก และเยาวชนไม่รู้จักต้นทุนภายในชุมชนของตนเอง ดังนั้นจึงนำกระบวนการเรียนรู้โดยใช้ชุมชน เป็นฐานเพื่อนำไปสู่การจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาองค์ความรู้ของชุมชน เก็บข้อมูลต้นทุน ทางสังคมวัฒนธรรมที่สำคัญของหมู่บ้านเป็ยหลวงนำไปต่อยอดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จากมุมมองของเด็กและเยาวชน



โดยโครงการเปียงหลวง Food Designer ริเริ่มโดยครูอนวัช นันทะเสน เป็นโครงการต่อเนื่องจากปี 2563-2564 ที่เยาวชนมีประสบการณ์ได้ทำโครงการ Young ไทใหญ่ Designer และในปี 2564-2565 ทำโครงการเปียงหลวง Vlog (Walk) Around ซึ่งเป็นโครงการที่ดำเนินการด้วยเครือข่าย Feel Trip เครือข่ายขับเคลื่อนวัฒนธรรมการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง ผ่านประสบการณ์การเดินทางของความรู้สึกในโลกและสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยใช้แนวคิด “สาธารณศึกษา” กระบวนการเรียนรู้ที่มีอิสระและทุกคนเป็นเจ้าของร่วมกัน และเปิดโอกาสให้ผู้คนเข้าถึงได้ง่าย ทั้งหมดเป็นต้นทุนให้เด็ก ๆ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเสื้อผ้าและวิถีชีวิตของชาวไทใหญ่อย่างต่อเนื่อง

Young Inใหญ่ Designer

ผู้ประกอบการของเด็กในชุมชนหลายคนมีอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าไทใหญ่ ซึ่งเป็นชุดที่ชาวไทใหญ่ใช้ใส่ไปงานเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เมื่อเกิดปัญหาวิกฤตโควิด-19 จนเกิดการล็อกดาวน์ทำให้ครูกับเด็กในโรงเรียนเปียงหลวงเกิดคำถามว่าเมื่อล็อกดาวน์แล้วชาวบ้านออกไปงานสังสรรค์ไม่ได้ เสื้อผ้าไทใหญ่ก็คงขายไม่ได้ ครอบครัวก็จะขาดรายได้ เราจะอยู่รอดในสถานการณ์โควิดล็อกดาวน์นี้ได้อย่างไร คำถามนี้เป็นโจทย์ตั้งต้นว่าเด็ก ๆ จะทำอะไรได้บ้างในสถานการณ์นี้ และเป็นที่มาของโครงการ Young ไทใหญ่ Designer

โดยใช้วิธีการเดินสำรวจตรวจค้นชุมชน ออกไปฟังเรื่องราวจากพ่อครูแม่ครูปราชญ์ชาวบ้าน แล้วนำมาทำแผนที่ชุมชน จากความต้องการเรียนรู้เรื่องเสื้อผ้าไทใหญ่เด็ก ๆ ได้ทำความรู้จักชุมชนตัวเอง จากเสื้อผ้าไปไกลถึงการรับรู้ประวัติศาสตร์ ปัญหาในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ แล้วนำข้อมูลเสื้อผ้าไทใหญ่แบบเดิมที่เสื้อผู้ชายเป็นเสื้อกระดุมเงินติดตรงกลาง เสื้อผู้หญิงผ่ากระดุมป้ายข้างมาเป็นฐานในการตั้งคำถามว่าเสื้อไทใหญ่สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร



เกิดเป็นกระบวนการออกแบบเสื้อไทใหญ่แนวใหม่ 7 แบบ เช่น เสื้อผ้าไทใหญ่ เจ้าหญิง เสื้อกั๊ก เสื้อสูท เสื้อฮู้ด มีการผสมผสานเสื้อผ้าสมัยใหม่เข้าไปในการออกแบบ แต่ยังคงคุณค่าความเป็นไทใหญ่ที่ใช้สี กระดุม และลวดลาย ที่บ่งบอกความเป็นไทใหญ่ และเสื้อผ้าแนวใหม่นี้ทำให้ความเป็นไทใหญ่ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นใหม่จากมุมมองของเด็กถูกสื่อสารสู่การรับรู้ของคนในชุมชน

หลังจากนั้นเด็ก ๆ แกนนำโครงการได้ร่วมกับชุมชนเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมการเรียนรู้ชุมชน Feeltrip 8 เปิดโรงเรียนใกล้พระอาทิตย์ พาผู้คน 20 กว่าชีวิตเดินทางไปเรียนรู้ชุมชนเป็ยหลวง โดยใช้กระบวนการสำรวจชุมชน เดินชุมชน และจัดทำเวิร์คช็อปเรื่องเสื้อผ้าไทใหญ่ เด็กและเยาวชนได้นำสิ่งที่ตนเองได้เรียนรู้มาออกแบบวางแผนกิจกรรม Feel Trip ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งงานสื่อสารเรื่องราวของชุมชนผ่านการเดินทางที่นำพาให้คนภายนอกได้เข้ามารับรู้คุณค่าภูมิปัญญาชาวเป็ยหลวง

เป็ยหลวง Vlog (Walk) Around

เมื่อเด็ก ๆ ค้นพบว่าในชุมชนของตนเองยังมีเรื่องให้เรียนรู้อีกมาก ในปีต่อมาโครงการเป็ย Vlog (Walk) Around พาเด็ก ๆ เดินเรียนรู้ชุมชน เพื่อไปค้นพบบ้านท่าถั่วเน่า บ้านท่าขนมท้องถิน และค้นพบความรู้ภูมิปัญญาไทใหญ่อีกมากมายในชุมชน แล้วนำมาสร้างสรรค์เป็นแผนที่เส้นทางเรียนรู้ภายในชุมชนที่เรียกว่า “แผนที่เดินดินหมู่บ้านเป็ยหลวง” เด็ก ๆ วาดแผนที่นี้แล้วคืนข้อมูลกลับให้ชุมชน มีการไปตั้งวงคุยกับชุมชน เพื่อให้ทุกคนได้เห็นข้อมูลชุดนี้แล้วช่วยกันตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในแผนที่

เมื่อปรับปรุงแผนที่แล้วนำกลับมาทำงานสื่อสารเป็นแผนที่ภาพอินโฟกราฟฟิกแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาของหมู่บ้านเป็ยหลวง และ อบต.นำงบประมาณมาหนุนเสริม เกิดการติดตั้งแผนที่ชุมชนที่เป็นแผ่นเหล็ก 4 จุดรอบชุมชนเป็ยหลวง ได้แก่ หน้าวัด หน้าตลาด ในโรงเรียน และที่ อบต. จากแผนที่นี้ทำให้ผู้คนได้เห็นว่ามีเมืองเป็นพื้นที่เรียนรู้มีความหมายต่อชีวิตผู้คนทุกตารางเมตรในชุมชนเป็นพื้นที่เรียนรู้ได้

นอกจากแผนที่ที่ติดตั้งบนพื้นที่ในชุมชนแล้ว ยังนำแผนที่นั้นมาทำเป็นแผนที่อิเล็กทรอนิกส์สื่อสารผ่านออนไลน์ โดยเด็ก ๆ ทำคลิปวิดีโอสั้นๆ ที่เรียกว่า Vlog สื่อสารและสะท้อนสิ่งที่สนใจในเพจเพจ Food Designer Vlog - Walk Around นอกจากนั้นยังนำคลิปวิดีโอหรือเนื้อหาที่ผลิตทั้งหมด ไปสื่อสารในแผนที่ด้วย โดยผู้สนใจสามารถสแกน QR Code ที่อยู่บนแผนที่ เพื่อไปสู่สื่อที่เด็ก ๆ ทำไว้ได้โดยง่าย ทั้ง Youtube TikTok หรือ Facebook เช่น ในแผนที่จุดเรียนรู้เรื่องถั่วเน่า เมื่อสแกน QR Code ก็จะไปปรากฏเนื้อหาเรื่องถั่วเน่า จะเห็นได้ชัดว่าแผนที่กลายเป็นงานสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพ เพราะทำให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างคนนอกชุมชนและคนในชุมชน

เพจ Food Designer

ในปีที่ 3 โครงการเพจ Food Designer ขยับจากเสื้อผ้าไทใหญ่ และแผนที่เรียนรู้ชุมชนมาสู่การมองปัญหาเรื่องเศรษฐกิจที่ชุมชนยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิดอยู่ จึงคิดเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ ในปีนี้ยังคงใช้วิธีการเดินสำรวจชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลและจัดระบบข้อมูล เกิดการพูดคุยกับพ่อแม่ครูแม่ครูหาความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่น จัดกิจกรรม “เข้าครัวที่บ้านเพื่อน” เพื่อตั้งวงคุยเด็ก ๆ ให้มาร่วมคิดช่วยกันแก้ไขปัญหา และออกแบบการดำเนินการโครงการ

หลังจากเรียนรู้เรื่องอาหารในชุมชนโดยการเข้าไปทำความรู้จักอาหารท้องถิ่นที่ว่ามีที่มาจากที่ไหน มีการสำรวจอาหาร สำรวจตลาด แล้วนำข้อมูลนั้นมาทำต้นแบบผลิตภัณฑ์พัฒนาน้ำพริกหลายแบบ ทั้งน้ำพริกถั่วเน่า น้ำพริกพริกคั่ว น้ำพริกพริกคั่วตากแห้ง เด็ก ๆ ได้ออกแบบและพัฒนาน้ำพริกถั่วเน่าเพจ Food Designer และเมนูอาหารเพจ Food Designer ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทใหญ่ของชุมชน แล้วนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองขายที่ตลาด

เมื่อทดลองตลาดไประยะหนึ่งแล้ว ต่อมาได้จัดกิจกรรม “เพจ Food Designer” จัดงานเทศกาลอาหารเล็ก ๆ เพื่อทดลองจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และสำรวจความชอบของรสชาติอาหารของคนในชุมชน และสำรวจความคิดเห็นคนในชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

ถักทอความสัมพันธ์กับคนในชุมชน

การใช้เครื่องมือที่หลากหลายสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่สามารถสื่อสารสองทางกับคนในชุมชนและนอกชุมชน เด็กและเยาวชนเกิดความเปลี่ยนแปลงมาสู่การรู้จักตัวเอง กล้าแสดงออก กล้าคิด กล้าที่จะสื่อสารมุมมองของตนเอง และค้นพบว่าต้นทุนความเป็นไทใหญ่คืออะไร กระบวนการนี้ได้ทำงานกับผู้คนหลายภาคส่วน ทั้งคนในชุมชน โรงเรียน ท้องถิ่น ผู้ปกครองที่มีอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าไทใหญ่ก็ผันตัวเองมาเป็นวิทยากรให้กับเด็ก ๆ ผู้ปกครองที่มีความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นก็เข้ามาเล่าให้เด็ก ๆ ฟัง เกิดการเชื่อมโยงชุมชนเข้ามาสร้างการเรียนรู้ในโรงเรียน เกิดชุดความเปลี่ยนแปลงที่มาจากสื่อสารผ่านวิธีการใหม่ ๆ สื่อสารความเป็นชุมชนไทใหญ่ คุณค่าเกี่ยวกับไทใหญ่ผ่านเสื้อผ้า แหล่งเรียนรู้ในชุมชน และอาหารท้องถิ่น

โรงเรียน ครู นักเรียน และชุมชนมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันมากขึ้น เข้าใจกันและสร้างการเรียนรู้ร่วมกันได้ หาจุดดี จุดเด่นเพื่อพัฒนาและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ ชุมชนมีความเข้าใจตนเองมากขึ้น ประชาชนชาวบ้านมีความมั่นใจในการถ่ายทอดในสิ่งที่ตนเองมีให้กับผู้อื่น เด็ก ๆ ได้มองเห็นคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนสามารถเป็นตัวแทนสื่อสารส่งต่อเรื่องราวของชุมชนโดยใช้ทักษะทางเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ ซึ่งการเห็นคุณค่าของสิ่งที่มีในชุมชนอย่างชัดเจนนี้จะช่วยให้ในอนาคตสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาสร้างสรรค์และพัฒนาเมืองของตนเองได้ต่อไป

บ่มเพาะเยาวชนนักออกแบบ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทใหญ่

โครงการเป็ยหลวง Food Designer โรงเรียนเป็ยหลวง ต.เป็ยหลวง อ.เวียงแหง จ.เชียงใหม่

โครงการเป็ยหลวง
Food Designer



โครงการต่อยอดปีที่ 3

โควิด 19

สร้างผลกระทบทำให้คนในชุมชน
บ้านเป็ยหลวงขาดรายได้



1. Young ไทใหญ่ Designer
ผลลัพธ์เกิดสื่อ 7 แบบ : เนื้อผ้าและลวดลาย
บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ไทใหญ่



2. เป็ยหลวง Vlog (Walk) Around
แผนที่เดินดิน, สื่อสารออนไลน์ : เนื้อหาของ ถั่วเน่า

3. เป็ยหลวง Food Designer

ถั่วเน่า เป็นที่รู้จักตามสื่อต่างๆ
และได้กลายเป็น พระเอกในโครงการนี้
เป็ยหลวง Food Designer



1. Access : การเข้าถึงข้อมูล

เดินสำรวจชุมชน รับฟังเรื่องราวต่างๆ
เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น จากครู พ่อแม่



3. Create : การสื่อสารข้อมูล

ออกแบบผลิตภัณฑ์ "น้ำพริก" หลากหลายแบบ
รวมถึงเมนูอาหารอื่นๆที่บ่งบอกอัตลักษณ์
ของชาวไทใหญ่ของชุมชนน้ำพริกถั่วเน่า...



Market



นำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบขาย
และสำรวจความพอใจจากลูกค้า
ปรับปรุงให้มีคุณภาพ

MIDL
กระบวนการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ
สารสนเทศ สื่อดิจิทัล

2. Analyze: การวิเคราะห์รากเหง้าของปัญหา



นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
มาวิเคราะห์ และจัดระบบข้อมูล

"เข้ครัวที่บ้านเพื่อน"

ชวนกันตั้งวงของเด็กๆ
เพื่อมาร่วมคิดช่วยกันแก้ไขปัญหา
และออกแบบการสื่อสาร



หาที่มาของอาหารท้องถิ่นบ้านเป็ยหลวง
ทำให้ค้นพบการแปรรูปถั่วเน่าเป็นน้ำพริก

"ออกเดินทาง สำรวจตลาด"

4. Reflect & Act : สะท้อนกลับการสื่อสาร

เด็กๆ กลับมาสะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

กล้าแสดงออก

กล้าคิด

กล้าสื่อสาร



ฉันสามารถเป็นตัวแทนสื่อสารได้

+

เรื่องราว

อาหาร

แต่งตัว

กระตุ้นข้อมูลอัตลักษณ์ของไทใหญ่

+

ท้องถิ่น

ผู้ประกอบการ

ครู

ปราชญ์



ความร่วมมือกันเพื่อถ่ายทอดข้อมูลไทใหญ่ในชุมชนให้เด็กฟัง