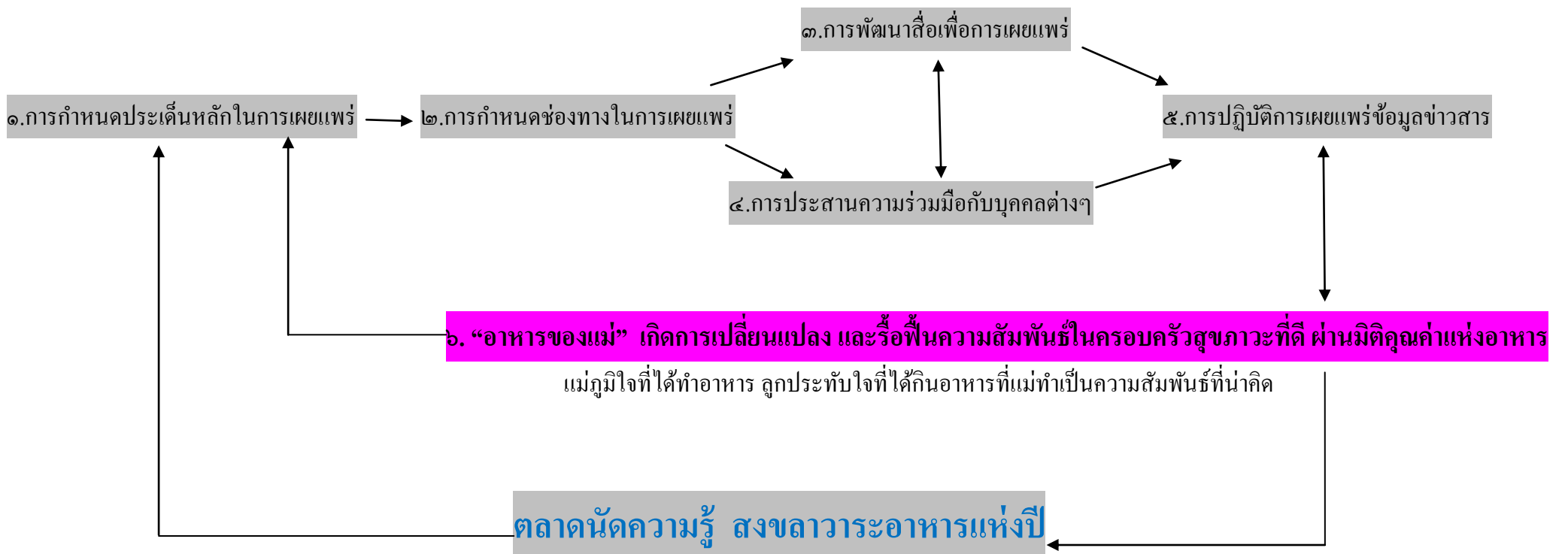


โครงการบูรณาการงานสร้างเสริมสุขภาพด้านอาหารและโภชนาการ กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา  
แผนงานการสื่อสารสาธารณะ ที่ต้องคิดง่าย สื่อง่าย ทำง่าย และเห็นผลง่าย  
เพื่อก้าวไปสู่ สงขลาอาระอาหารแห่งปี

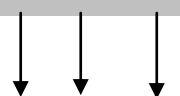
**“อาหารของแม่”** (เสน่ห์ปลายจวัก สร้างความประทับใจหลายชั่วอายุคน)

การสื่อสารณรงค์ เพื่อสร้างความตระหนักในคุณค่าแห่งอาหาร เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงภายในครอบครัวและเพื่อรื้อฟื้นความสัมพันธ์ของครอบครัว

กระบวนการสื่อสารสาธารณะที่ต้องคิดง่าย สื่อง่าย ทำง่าย และเห็นผลง่าย



กระบวนการสื่อสารสาธารณะ

ขั้นตอน	เนื้อหา	กิจกรรม	จุดประสงค์	บุคคลที่เกี่ยวข้อง	ผลลัพธ์
การกำหนดประเด็นหลัก	ผลการวิจัยพบว่า การกำหนด “สาร” หรือประเด็นหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นจุดเริ่มต้นในการเผยแพร่ โดยทีมสื่อจะต้องทำหน้าที่กำหนดสาระสำคัญต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะประโยชน์ต่อสาธารณชน และนำไปสู่การสนับสนุนกระบวนการแก้ไขปัญหา	Songkhla Media <b>Food Forum</b>	-หาหรือแนวทางการทำงานของเครือข่ายสื่อ -ร่วมกันกำหนดประเด็นหลัก หรือ สารในการเผยแพร่ -วิธีการ หรือ รูปแบบและช่องทางในการเผยแพร่สาร	-ทีมงานสื่อ -หน่วยประสานงานกลาง สจรส -คณะกรรมการบริหาร/ที่ปรึกษา -คณะทำงานแผนบูรณาการ	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; background-color: #cccccc;"> <b>“อาหารของแม่”</b> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  <p>ความปลอดภัย โภชนาการสมวัย ความมั่นคงทางอาหาร</p> </div>
การกำหนดช่องทางในการเผยแพร่	พบว่า -ทีมสื่อจะให้ความสำคัญในตัวประเด็น หรือสารที่จะเผยแพร่ -คณะทำงานส่วนใหญ่และหน่วยงานที่รับผิดชอบจะให้ความสำคัญในช่องทางที่จะใช้ในการเผยแพร่	Songkhla Media <b>Food Channel</b>	คัดเลือกช่องทางที่ได้รับ ความนิยมเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่ในการแพร่กระจาย และความเป็นไปได้ในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของบุคคลต่างๆ	Songkhla Media <b>Food Network</b> (เครือข่ายสื่อ) -หน่วยประสานงานกลาง สจรส -คณะกรรมการบริหาร/ที่ปรึกษา -คณะทำงานแผนบูรณาการ	<p>สื่อบุคคล เช่น ผู้กำหนดนโยบายต่างๆ นักวิชาการ อสม สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โฟกัส สมาร์นิวส์ สื่อวิทยุ เช่น วิทยุชุมชน 16 คลื่น 16 อ. วิทยุ มอ. 88 , สวท 90.5, อสมท.96.5 สื่อทีวี เช่น Hi Cable Tv , TV 11 สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น</p> <p><a href="http://www.banbanradio.com">www.banbanradio.com</a> <a href="http://www.consumersouth.org">www.consumersouth.org</a> <a href="http://www.gimyong.com">www.gimyong.com</a> <a href="http://www.seewithsound.com">www.seewithsound.com</a></p> <p>สื่อกิจกรรม เช่น เสวนา, นิทาน, การประกวดคำขวัญ, การประกวดคลิปวิดีโอ</p>

การพัฒนา สื่อ	การพัฒนาสื่อสามารถใช้ได้ใน ส่วนของ การพัฒนาสื่อตนเอง ภายในเครือข่ายสื่อ การว่าจ้างผลิต สื่อต่างๆ หรือการจัดประกวด การ แข่งขัน เช่นคำขวัญ ,หนังสือ, วาด	Songkhla Media <b>Food Campaign</b>	จัดทำสารหรือแปลง ประเด็นให้เข้าใจง่ายโดย ใช้ถ้อยคำที่ง่าย ๆ สั้นๆ เข้าใจอย่างทั่วถึง และ สร้างการมีส่วนร่วม	Songkhla Media <b>Food Network</b> ประชาชนชาวสงขลา	สปอตวิดีโอ และคลิปวิดีโอในหัวข้อ “อาหาร ของแม่ เพื่อเป็นสื่อรณรงค์ Campaign_____” จากการประกวดของชาวสงขลาเพื่อนำไปสู่สงขลา วาระอาหารแห่งปี
การ ประสาน ความ ร่วมมือกับ บุคคลต่างๆ	จะต้องทำไปพร้อมกับการผลิตสื่อ -กลุ่มสื่อมวลชน -กลุ่มบุคคลที่สามารถกำหนด นโยบาย และมีแนวโน้มจะทำ หน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารผ่าน สื่อต่างๆ เช่น พว., นายก อบจ นายกเทศมนตรี, ประธานองค์กร -กลุ่มผู้สนับสนุนการแพร่กระจาย สื่อ เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัด กลุ่มองค์กรธุรกิจ	Songkhla Media <b>Food Supporter</b>	-ให้เกิดความร่วมมือใน การเผยแพร่ข่าวสาร หรือ การนำสื่อและสาร ไป ผลิตและเผยแพร่ซ้ำใน ช่องทางเผยแพร่อื่นๆ -กระตุ้นให้กลุ่ม สื่อมวลชนอื่นๆตื่นตัวใน การติดตามข้อมูลต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับอาหารและ ข้อความสื่อรณรงค์	-ทีมสื่อ -หน่วยประสานงานกลาง สจรส -คณะกรรมการบริหาร/ที่ ปรึกษา	สมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หอการค้าจังหวัดสงขลา ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา นายก อบจ. นายกเทศมนตรี ประชาสัมพันธ์จังหวัดสงขลา องค์กรธุรกิจต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล
การ ปฏิบัติการ เผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร	ขั้นตอนนี้เป็นเสมือนหัวใจของ มาตรการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไม่ ว่าจะเป็นช่องทางสื่อ, หรือการ นำเสนอข้อมูลข่าวสารในเวที อภิปราย, เวทีสัมมนา, เวทีเสวนา, หรือการประชุมหรือการร่วมออก สื่อสัมภาษณ์	Songkhla Media <b>Food Broadcasting</b>	-ข้อมูลข่าวสารสามารถ เข้าถึงสาธารณชนได้ สูงสุด และกว้างขวาง -ประชาชนให้ความ ร่วมมือและได้เรียนรู้จาก ข้อมูลที่นำเสนอผ่านสื่อ -เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ในสังคม	Songkhla Media <b>Food Network</b>	-มีอาหารของแม่ในแต่ละมือ แต่ละวัน หรือแต่ละ สัปดาห์ -สังคมตระหนักถึงคุณค่าแห่งอาหาร โดยคำนึงถึง ความปลอดภัย อาหารที่เหมาะสมกับวัยและร่วม สร้างพื้นที่แห่งอาหารให้เกิดความมั่นคงตลอดไป -มีการเปลี่ยนแปลงภายในครอบครัว -ความสัมพันธ์ในครอบครัวผ่านโต๊ะอาหาร ร่วมกัน

## “อาหารของแม่” สงขลาอาระอาหารแห่งปี ๒๕๕๖

กลยุทธ์ในการดำเนินงานแบ่งเป็น 2 แนวทาง

### 1.กิจกรรมรณรงค์

กิจกรรมรณรงค์	ระยะเวลา	สถานที่	กลุ่มเป้าหมาย
การประกวดลิเต็ลในหัวข้อ อาหารของแม่	เดือนสิงหาคม	จังหวัดสงขลา: ชุมชน โรงเรียน หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ และเอกชน	ประชากรในจังหวัดสงขลา
การประกวดคลิปVDO ในหัวข้อ อาหารของแม่	เดือนสิงหาคม	จังหวัดสงขลา: ชุมชน โรงเรียน หน่วยงาน ทั้งภาครัฐ และเอกชน	ประชากรในจังหวัดสงขลา
Food Forum การจัดประชุม หรือ เสวนา การ สัมภาษณ์ในรายการ การอภิปราย สมัชชา อาหารทางอากาศ การจัดงานอาหารของแม่	เดือนสิงหาคม เป็นต้นไป อย่างต่อเนื่อง เดือนละ 1-2 ครั้ง	ห้างสรรพสินค้า,สวนสาธารณะ, โรงแรม โรงเรียน หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน สถานีวิทยุ,สถานีโทรทัศน์	บุคคลที่มีชื่อเสียง ,บุคคลที่มีบทบาทในการกำหนด นโยบาย,บุคคลที่สามารถกระจายข่าวสารและ แสวงหาความร่วมมือกับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ กลุ่มสื่อ กลุ่มครอบครัว กลุ่มนักเรียน นักวิชาการ นัก ธุรกิจ
การจัดกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆ หรือการร่วม กิจกรรมกับองค์กรต่างๆ เช่น การประกวดฝีมือ อาหารของแม่	เดือนสิงหาคม เป็นต้นไป(ดู รายละเอียดจากหน่วยงาน ต่างๆ)	โรงเรียน,โรงพยาบาล,ห้างสรรพสินค้า	ประชากรในจังหวัดสงขลา และกลุ่มกิจกรรมภายใน หน่วยงาน ฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน
1. ค่ายนิทานครอบครัว และคุณครู “กาลครั้งหนึ่ง เมื่ออาหารแปลงร่าง” แม่จะเล่า ให้ฟัง กรณีความมั่นคงทางอาหาร อ.จะนะ 2.การจัดงานเทศกาล เล่านิทานนานาชาติ ใน ประเด็นความมั่นคงทางอาหาร	1.คาดการณ์ประมาณ 16 -18 ตุลาคม 2556(วันอาหารโลก) 2.วันที่ 23-25 มกราคม 2557	1.พื้นที่จะนะ 2.บริเวณชายหาดสมิหลา สงขลา	1.ครอบครัว และ โรงเรียน ในพื้นที่จะนะ 2.ครอบครัว โรงเรียน และประชากรในจังหวัด สงขลา
สงขลาอาระอาหารแห่งปี “อาหารของแม่” ในงานตลาดนัดความรู้โครงการบูรณาการงานสร้างเสริมสุขภาวะด้านอาหารและโภชนาการ ดังตัวอย่างงาน Mini Green Fair			

2. สื่อรณรงค์

ประเภทสื่อ	ชื่อสื่อ	กิจกรรม	ระยะเวลา
1. สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุชุมชน	วิทยุกระแสหลัก -วิทยุมอ.88,อสมท.96.5,สวท.90.5,ตชด.104  วิทยุชุมชน -สื่อวัฒนธรรม 16 คลื่น 16 อำเภอ	ประชุมเครือข่ายสื่อวิทยุชุมชน	เดือนละ 1 ครั้ง เริ่มเดือน สิงหาคม
		<b>สปอต</b> ชุดที่1 ประกวดวลีเด็ดและคลิปวิดีโอ “อาหารของแม่” ชุดที่2 มิติแห่งคุณค่า “อาหารของแม่” ความเข้าใจเรื่องอาหาร การบูรณาการงานอาหารสุขภาพ <b>สารคดีสั้น 1-2 นาที เกี่ยวกับอาหารของแม่</b> <b>การสัมภาษณ์ในรายการเกี่ยวกับอาหารของแม่</b> <b>การจัดรายการเรื่องของอาหารของแม่</b>	เริ่มเดือนสิงหาคม
2. สื่อโทรทัศน์	TV ช่อง 11 ในรายการพิราบคาบข่าว  Hi Cable TV	ร่วมเป็นวิทยากรในรายการ การให้สัมภาษณ์ในรายการ การนำเสนอข่าวสารด้านอาหาร การประชาสัมพันธ์ ประกวดวลีเด็ดและคลิปวิดีโอในหัวข้อ “อาหารของแม่”	เริ่มเดือนสิงหาคม  โดยเวทีแรกจะเป็นการร่วมรายการ พิราบคาบข่าววันที่ 7 สิงหาคม 56
3. หนังสือพิมพ์	โฟกัส ,สมาร์ทนิวส์	บทความ,คอลัมน์ “อาหารของแม่”	เริ่มเดือนสิงหาคม
4. website	<a href="http://www.banbanradio.com">www.banbanradio.com</a> <a href="http://www.consumersouth.org">www.consumersouth.org</a> <a href="http://www.gimyong.com">www.gimyong.com</a> <a href="http://www.seewithsound.com">www.seewithsound.com</a> <a href="http://www.facebook.com/bookrate">www.facebook.com/bookrate</a>	ข่าวสารความเคลื่อนไหวของโครงการ  บทความ คลังเสียง คลังข้อมูล คลังคลิปวิดีโอ	เริ่มเดือนสิงหาคม
5. สื่ออื่นๆ	อาหารของแม่  สงขลา วาระอาหารแห่งปี	Billboard(แผ่นป้าย) Brochure(ใบปลิว) Vinyl(ป้าย)  ( 1.ประกวดวลีเด็ด และคลิปวิดีโอ 2.สงขลา วาระอาหารแห่งปี campaign_____ )	เดือนสิงหาคมเป็นต้นไป