

การโหยหาอดีตสู่ประเพณีประดิษฐ์ในพื้นที่การท่องเที่ยวในสังคมไทย

Nostalgia for the past to invention traditions through the tourism areas in Thai society

ยุทธกาน ดิสกุล*

Yuttakan Dissakul*

Received: 7 February 2023, Revised: 24 June 2024, Accepted: 27 June 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนแนวคิดการโหยหาอดีตและประเพณีประดิษฐ์ผ่านบริบทการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยผลการศึกษาพบว่า ทั้งแนวคิดการโหยหาอดีตและประเพณีประดิษฐ์ต่างมีจุดร่วมในการพิจารณา 2 ประการคือ 1) การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม โดยการสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรมในอดีตที่สามารถสะท้อนผ่านกระบวนการรื้อฟื้นประเพณีตลอดจน การสร้างสรรค์งานเทศกาล รวมทั้งการจำลองสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม และ 2) การประกอบสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว อันเกิดจากการสร้างความหมายของความเป็นท้องถิ่นโดยอาศัยปฏิบัติการทางวัฒนธรรมในการกำหนดและเลือกสรรจากการพัฒนาศักยภาพทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การกำหนดรูปแบบเนื้อหา วิธีการนำเสนอ ตลอดจนบทบาทหน้าที่ในบริบทของการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นดังกล่าวมิใช่แค่เพียงเพื่อตอบสนองเป้าหมายเศรษฐกิจหรือการสร้างรายได้ผ่านการท่องเที่ยวเพียงเท่านั้น หากแต่มีการช่วงชิงความหมายความเป็นท้องถิ่นผ่านบริบทของเวทีการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การโหยหาอดีต, ประเพณีประดิษฐ์, การท่องเที่ยว

Abstract

This article aims to review the concept of nostalgia for the past to invention traditions in the tourism areas in Thai society. The researcher analyzed and synthesized the data from the literature review. The finding found that both the concepts of Nostalgia for the past and invention traditions have two common points in consideration: 1) cultural reproduction in the past can be reflected through the process of reviving traditions as well as creative festival including a simulation of tourist attractions to meet the needs of consumers of cultural products; 2) The local identity in tourist areas which is formed by creating the meaning of locality through cultural practices in determining and selecting from the development of the local cultural capital potential. This leads to formulation, content, and presentation methods, as well as roles and responsibilities in the context of tourism. At the same time, creating such a local identity is not only about meeting economic goals or generating income through tourism but the local meaning is also contested through the context of the tourism arena.

Keywords : Nostalgia, Invention Traditions, Tourism

บทนำ

การโหยหาอดีตนับว่าเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากกลุ่มแรงงานและชนชั้นกลางในเมืองที่พบว่ามีความวุ่นวายปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนคือปัญหาด้านเศรษฐกิจ มีการเน้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และได้นำไปสู่กระบวนการพัฒนา นอกจากนี้ได้มีการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาเป็นฐานประเภทอื่นมาจัดการด้วย เพื่อที่จะตอบสนองให้เข้ากับการโหยหาอดีตของคนในสังคมไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น มีปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่ซึ่งจะก่อให้เกิดเป็นพลังการโหยหาอดีตในระดับสังคมนับว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นพลวัตเนื่องจากเป็นสังคมที่เกิดขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ในวงกว้างได้ยาก (สกวรัตน์ บุญวรรณ และคณะ, 2561) ในขณะเดียวกันประเพณีประติษฐ์ ช่วยทำให้เรามองการผลิตซ้ำและสร้างใหม่เกี่ยวกับข้อมูลประเพณีที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน ภาพของประเพณีประติษฐ์

ที่มีการสร้างขึ้นใหม่โดยนำเอาเรื่องราวในอดีตมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญ ส่งผลให้ความหมายของประเพณีประเพณีประเพณีมีส่วนเชื่อมโยงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงผ่านจากโลกจิตวิญญาณ (Sacred world) ไปสู่โลกสามัญ (Profane world) ด้วย ประเพณีประเพณีจึงเป็นการประยุกต์ใช้ “ของเก่า” ในเงื่อนไขหรือภายใต้บริบทใหม่ มีการใช้รูปแบบเก่าเพื่อจุดประสงค์ใหม่ ทั้งนี้ จุดประสงค์ใหม่ของประเพณีนั้นอาจไม่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกับเรื่องราวทางความเชื่อและศาสนาก็ได้ หรืออาจมีการหยิบยืมความคิดความเชื่อทางศาสนาเข้ามาปะปนสร้างสรรค์ก็ได้ แต่ทว่าสาระสำคัญอันเป็นจุดประสงค์หลักของการสร้างประเพณีประเพณีนั้นอยู่ที่เรื่องราวทางสังคมหรือกิจกรรมทางโลกมากกว่า (ปฐม หงส์สุวรรณ, 2560) เมื่อพิจารณาทั้งสองแนวคิดทั้งการโยกย้ายอดีตและประเพณีประเพณีต่างมีข้อพิจารณาร่วมกันคือ การรื้อฟื้น การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่พยายามสะท้อนให้เห็นผ่านการจำลองสถานที่ ประเพณี อาหารท้องถิ่น และการแสดงพื้นบ้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของกระแสการท่องเที่ยวเชิงโยกย้ายอดีต นอกจากนี้กระบวนการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมกลับทำให้เห็นการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าสถานที่ท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์หรือมีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ

บทความนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดโยกย้ายอดีตและประเพณีประเพณี โดยอาศัยงานศึกษาจากบทความ เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการนำเสนอและอธิบายแนวคิดการโยกย้ายอดีตและประเพณีประเพณีที่ได้ถูกนิยามความหมายที่แตกต่างกันออกไป โดยทั้งสองแนวคิดดังกล่าวต่างมีมุมมองที่พิจารณาร่วมกันในประเด็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อนผ่านเวทีการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นปรากฏในรูปแบบของการจำลองสถานที่ท่องเที่ยวหรือการรื้อฟื้นประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้การขยายของกระแสการท่องเที่ยวส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจแปรรูปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมโดยผ่านปฏิบัติการโครงการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ ที่นำไปสู่การมุ่งแสวงหาหรือค้นหาทุนทางวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การประกอบการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นหรือชุมชน

การโยกย้ายอดีต

การโยกย้ายอดีตหรืออภิปรัชญาอดีต เป็นการให้ความหมายกับการมองโลกและประสบการณ์ชีวิตโดยการใช้จินตนาการและอารมณ์ความรู้สึกของบุคคล ในขณะที่ปัจจุบันนี้ย้อนในช่วงเวลาในอดีตที่ผ่านมาแล้วซึ่งสามารถเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า วิธีการมองย้อนอดีต (Retro mode) หรือ

เรียกว่าเป็นการมองแบบโหยหาอดีต (Nostalgia mode) นอกจากนี้การมองย้อนยุคหรือการรับรู้อดีตไม่ได้เป็นเพียงแค่ความสุขทางอารมณ์เท่านั้น แต่เป็นรูปแบบอย่างหนึ่งในการรับรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับอดีตที่ผ่านมาแล้ว แต่กลับมาพิจารณาใหม่ภายใต้เงื่อนไขของช่วงอายุ (Generation) (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) โดย Kelly (1896) กล่าวถึงการโหยหาอดีตว่าเป็นการจินตนาการการถึงโลกในอดีตที่ได้ผ่านหรือสูญเสียไปแล้ว (Imagination of world we have lost) โดยที่เราสามารถสัมผัสหรือจับต้องสิ่งที่สูญเสียไปแล้วนั้นได้อีกครั้งโดยผลิตซ้ำหรือฉายซ้ำเพื่อเรียกหาอดีตที่เลือนหายไปแล้วให้วนกลับ

การโหยหาอดีตจึงเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในฐานะเป็นปฏิกริยากับโลกปัจจุบัน โดยการโหยหาอดีตเป็นความพยายามในการดึงเอาอดีตกลับมา แม้เพียงบางส่วน เข้ามาอยู่กับบริบทปัจจุบัน อดีตที่ถูกรื้อฟื้นหรือสร้างขึ้นมาก็เป็นความจริงที่ดีที่ผู้คนจดจำได้และประทับใจเป็นคำตอบให้กับบางคนและบางชุมชนที่ประสบกับปัญหาเรื่องวิกฤตอัตลักษณ์ และต้องการหาทางออกเพื่อจะมีที่ยืนในโลกปัจจุบัน อย่างไรก็ตามอดีตที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ เป็นความหมายทางสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อจะสามารถจำลองอดีตตามที่จินตนาการเอาไว้ได้ ก็ยังไม่สามารถพ้นจากสังคมบริโภคนิยมเพื่อจะได้ตอบตัวเองและสังคมได้ว่าเราคือใคร ตลาดย้อนยุคจึงเป็นตัวอย่างปรากฏการณ์ของการโหยหาอดีตที่เกิดขึ้นท่ามกลางการปะทะประสานของการค้นหาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม มโนทัศน์ชุมชนนิยม ประชาสังคม มรดกวัฒนธรรมและมรดกของสังคม และประชาธิปไตย เพื่อคน สังคม และประเทศ จะได้สามารถเชื่อมโยงอดีตและปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม และมีคุณภาพ ในโลกที่ความเป็นสากลเข้าครอบงำความเป็นตัวตนของปัจเจกชน ชุมชน และประเทศ (รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข, 2555) เมื่อนำคำว่าโหยหาอดีตมาใช้ในบริบทการท่องเที่ยว ความหมายของการโหยหาอดีตก็จะขยายขอบเขตมากขึ้น มิได้เพียงแค่พิจารณาเพียงแต่อารมณ์และความรู้สึกที่เกิดจากความผูกพันกับสถานที่ในอดีต แต่ยังรวมไปถึงความรู้สึกรำลึกหรืออารมณ์ที่เกิดจากการโหยหาอดีตผ่านประสบการณ์ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการในอดีต

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเป็นอันดับ 1 ของโลกและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความพร้อมด้านต่าง ๆ ของนานาประเทศ ประกอบไปด้วยด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกันอยู่ภายใต้การขับเคลื่อนทางการท่องเที่ยว ในมุมมองเศรษฐกิจนั้นการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนภายใต้แผนพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564 ในยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำโฆษณาโดยเน้นการปลุกกระแสการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ขึ้นมาใหม่ที่มีแคมเปญออกมาว่า amazing ไทย เท่ เทียวเท่ๆ แบบไทยๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศให้เติบโตมากยิ่งขึ้น สิ่งที่น่าสนใจที่อยู่ในกระแสการท่องเที่ยวมาอย่างยาวนาน ในปัจจุบันถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์โดยมีรูปแบบที่น่าสนใจคือตลาดย้อนยุค ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของกระแสโฮมสเตย์ถือเป็นการรื้อฟื้นคีนอดีตพื้นที่ให้กลับมามีชีวิตใหม่ โดยมีการนำเสนอเรื่องราวผ่านวิถีชีวิตทางสังคมที่ผู้คนสูญเสียความมั่นใจ และเปื้อนนำต่อเหตุการณ์บ้านเมืองที่พบแต่ความขัดแย้งในสังคมวงกว้าง เมื่อผู้คนรู้สึกหมดหวังต่อสังคมในอนาคตมากเท่าไรก็จะยิ่งเกิดความต้องการที่จะกลับไปในสถานที่หรือความรู้สึกเก่าๆ ได้ร่วมสมัยอยู่ในลักษณะ “วันขึ้นคืนสุข” จึงส่งผลกระทบทางตรงและต่อเติมเรื่องราวของสถานที่จนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ขึ้นมา (Nostalgia Tourism) หากพิจารณาแนวโน้มของการเกิดขึ้นของตลาดย้อนยุคในสังคมไทยจะสามารถพบข้อสังเกตสำคัญประการหนึ่ง คือกระแสการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงไปสู่วิถีชีวิตเศรษฐกิจเมื่อปี พ.ศ. 2540 อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากปรากฏการณ์วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงกับการเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์และเกิดขึ้นอีกครั้งในช่วง พ.ศ. 2560 ที่เศรษฐกิจประเทศไทยเริ่มมีการเข้าสู่ขั้นวิกฤติทำให้กระแสการท่องเที่ยวเชิงโฮมสเตย์ได้รับความนิยมและความสนใจเป็นอย่างมาก ภาพของชุมชนต่างจังหวัด บ้านเรือนทุ่งนาและตลาดเก่าถูกสร้างขึ้นเป็นแบบจำลองในจินตนาการที่สวยงามว่าเป็นความสุขของสังคมไทย ผ่านโฆษณาและสื่อ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสมการทางความคิดของชนชั้นกลางของสังคมไทย ที่ต้องการหาทางออกและปลดปล่อยอารมณ์จากความตึงเครียด ตลาดย้อนยุคจึงถูกเข้ามาเติมเต็มช่องว่างในยุคแห่งวิถีชีวิตเศรษฐกิจโดยองค์ประกอบสำคัญของ ตลาดย้อนยุคในประเทศทั้งหลายในปัจจุบัน คือ การออกแบบพื้นที่ ฉากร้านค้า ตลอดจนองค์ประกอบ ของพื้นที่ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (สิตานันท์ สาสีผลิน และลำสัน เลิศกุลประหยัด, 2563) สถานที่แห่งแรกที่เป็นตัวจุดกระแสขึ้นในสังคมไทย คือ ตลาด 100 ปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีการปรับปรุงใน พ.ศ. 2543 จนเป็นลักษณะดังที่เห็นอยู่ปัจจุบัน หลังจากนั้นการรื้อฟื้นตลาดเก่าในรูปแบบเช่น ตลาดสามชุกได้แพร่หลายกระจายไปทั่วประเทศ ที่ชัดเจนและประสบความสำเร็จมากที่สุดคือ เชียงคาน และในที่สุดปรากฏการณ์นี้ได้ยกระดับสู่การออกแบบก่อสร้างตลาดย้อนยุคขึ้นใหม่โดยไม่จำเป็นจะต้องยึดโยงกับพื้นที่ตลาดเก่าต่อไป อาทิ ตลาดสีภาค พัทยา

เมื่อ พ.ศ. 2551 เฟลีนวาน เมื่อ พ.ศ. 2552 และตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม พ.ศ. 2554 (ชาติรี ประกิตนทการ, 2561) เมื่อพิจารณาประเด็นการท่องเที่ยว ก็จะพบว่าม้งงานศึกษาที่นำแนวคิดโยยหาอดีตมาเป็นกรอบหรือแนวทางพิจารณาการท่องเที่ยว สามารถแบ่งงานศึกษาออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงโยยหาอดีต ในงานศึกษาของ อนุญ์ณาค รัตติโชติ และเก็ดถวา บุญปรากการ (2559) พบว่า กระแสการท่องเที่ยวในลักษณะของการโยยหาอดีตเข้ามามีในพื้นที่อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ทำให้กระแสการท่องเที่ยวเข้ามามีพื้นที่ย่านสถานีรถไฟกันตัง ทางภาครัฐจึงได้เข้ามาปรับปรุงพื้นที่ย่านสถานีรถไฟกันตังได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากมีการเปลี่ยนคุณค่าและความหมายใหม่จากเดิมที่เคยเป็นสถานีรถไฟที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ติดต่อดินทางของผู้คน เป็นจุดศูนย์รวมของชาวบ้านที่ดำรงชีพด้วยการค้าขาย สถานีรถไฟกันตังจึงถูกประกอบสร้างให้สิ่งต่าง ๆ กลายเป็นสินค้าด้วยการเพิ่มมูลค่าของเก่า ในการดึงดูดผู้คนเข้ามามีในพื้นที่จากการเปลี่ยนแปลงของสถานีรถไฟกันตังให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลให้ได้รับคุณค่าและความหมายใหม่จากผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอีกทั้งยังสร้างคุณค่าทางประวัติศาสตร์สังคมในพื้นที่อีกด้วย เช่นเดียวกับในงานศึกษาของสกวรัตน์ บุญวรรณ และเก็ดถวา บุญปรากการ (2660) พบว่า พื้นที่บ้านเมืองเก่าตะกั่วป่า ซึ่งในอดีตผู้คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวได้เข้ามาเมืองเก่าตะกั่วป่าที่มีประวัติศาสตร์ตั้งแต่ยุคเหมืองแร่ที่มีสภาพเศรษฐกิจรุ่งเรืองในการติดต่อค้าขายจนก่อให้เกิดสิ่งก่อสร้างตึกชิโนโปรตุกีสที่เข้ามากับยุคของการทำเหมืองแร่ เมื่อกาลเวลาแปรเปลี่ยนไปยุคของการแปรเปลี่ยนทางเศรษฐกิจทำให้กิจการเหมืองแร่ต้องจบลงคงเหลือไว้สภาพร่องรอยของอาคารโบราณและภาพที่ยังพอได้เห็นความรุ่งเรืองของอดีตผ่านคำบอกเล่าของคนในชุมชนผ่านความทรงจำร่วมของผู้คนที่เคยก้าวผ่านประวัติศาสตร์มาบอกเล่าเรื่องราวทั้งดงามในอดีตเกิดจากการให้คุณค่าและความหมายที่แตกต่างไปจากเดิม แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการประกอบสร้างกลายเป็นทุนวัฒนธรรมและสะท้อนให้เห็นถึงการร่วมอนุรักษ์ พื้นที่ชุมชนเมืองตะกั่วป่ารวมถึงการกระจายรายได้ท้องถิ่น รวมทั้งการโยยหาสิ่งที่เลือนหายไปแล้วผ่านการรังสรรค์กิจกรรม การจำลองภาพ การผลิตซ้ำ เป็นต้น โดยได้รับความร่วมมือของคนในชุมชนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐได้เข้ามาเสมือนการช่วยต่อลมหายใจให้เมืองเก่าได้มีชีวิตขึ้นมาอีกครั้ง เป็นการสร้างวัตถุทางวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อรับใช้การท่องเที่ยว อีกทั้ง งานศึกษาของภาณุรังษิ เดือนไธสง และชยพล อินทรวงศ์ (2561) พบว่า ในบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมนั้นเมืองลับแลเต็มไปด้วยชุมชนที่ผสมผสานหลายรูปแบบ ได้รับอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรมจาก

รัฐชาติขนาดใหญ่กว่าในบริเวณใกล้เคียง อย่าง สยาม (สุโขทัย) ล้านนา (แพร่-น่าน) ล้านช้าง (ไชยบุรี-หลวงพระบาง) ส่งผลต่อการผสมผสานทางวัฒนธรรมจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของตน ปัจจุบันพลวัตทางสังคมของเมืองลับแลยังดำเนินอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม แม้ได้รับอิทธิพลจากรัฐชาติสยามตั้งแต่ยุคก่อนรัตนโกสินทร์มาจนถึงปัจจุบัน เมืองลับแล เป็นพื้นที่วัฒนธรรมที่กำลังถูกช่วงชิงความหมายในหลายบริบท จากอดีตชุมชนวัฒนธรรมขนาดเล็ก ในบริบททางประวัติศาสตร์ เมืองลับแลเป็นชุมชนคนเมืองที่เรียกตัวเองว่า ยวนลับแลหรือไท-ยวน แห่งเมืองลับแล ในบริบทสังคมนั้น เมืองลับแลมีฐานะเป็นเขตปกครองระดับอำเภอของจังหวัด อุตรดิตถ์ ซึ่งตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย และในบริบทเมืองท่องเที่ยววัฒนธรรมนั้น เมืองลับแลกำลังนำเสนอตัวตนทางวัฒนธรรมในฐานะพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนที่มีวัฒนธรรมล้านนา แบบไท-ยวน หรือ คนเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นการผสมผสาน วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของคน มรดกทาง ศิลปะ วัฒนธรรมชุมชนในภูมิศาสตร์เมืองอย่างกลมกลืน ภายใต้การบริหารจัดการเพื่อก้าวเข้าสู่ การเป็นเมืองท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของตนเอง เมืองลับแลจึงเป็น เมืองต้องห้าม(พลาด) สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาสัมผัสชุมชนทางวัฒนธรรมผ่านวาท กรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองปรากฏการณ์โหยหาอดีต และงานศึกษาของ ณัฐนรี สมิต (2564) พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยววิถีโหยหาอดีตในพื้นที่อำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า แหล่งท่องเที่ยววิถีโหยหาอดีต (โหยหาอดีต) ในพื้นที่อำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมทางด้านการคมนาคม ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยในแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านความสะอาด ด้านคุณภาพสินค้า และการบริการ ด้านสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ และแหล่งเรียนรู้ แหล่งอาชีพ และด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และสถานการณ์การท่องเที่ยววิถีโหยหาอดีตใน พื้นที่อำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เดิมแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงทางด้านประเพณีแห่ เทียนพรรษาทางน้ำ และนักท่องเที่ยวเริ่มเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น และได้รับความนิยมในช่วง วันหยุด เสาร์ อาทิตย์ การท่องเที่ยวเมืองรองได้รับความสนใจมากขึ้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาในพื้นที่ คือ เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมบ้านขุนพิทักษ์บริหารหรือบ้านเขียว และรับประทานอาหารร้านอาหารท้องถิ่น และเดินทางไปยังจุดมุ่งหมายปลายทางอื่น ซึ่งแหล่ง ท่องเที่ยววิถีโหยหาอดีตในพื้นที่อำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ควรมีการจัดการหรือพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรับรอง และให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ เนื่องจากการโหยหาอดีตมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการ

กระตุ้นความทรงจำในอดีตส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวปรารถนาที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรม ประเพณี และโบราณสถานที่ทรงคุณค่า

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีต
ในงานศึกษาของเกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์ (2556) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถรับรู้และประเมินแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่นักท่องเที่ยวไม่สนใจมากนักกับความจริงแท้หรือความดั้งเดิมของสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลให้ความจริงแท้ของแหล่งท่องเที่ยวจะกลายเป็นความทำลายสำคัญสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีตอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันงานศึกษาสิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2559) ได้ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคเพลินวน ตลาดน้ำหัวหินสามพันนาม และรถกอล์ฟหัวหิน โดยพบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ โดยเดินทางใช้รถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับครอบครัว/ญาติ มีวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 1,000 บาทขึ้นไป หากมีโอกาสจะกลับมาท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีตซ้ำอีกครั้งอย่างแน่นอน และมีแนวโน้มในการแนะนำผู้อื่นมาท่องเที่ยว โดยรวมมีความรู้สึกพึงพอใจปานกลางในการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีต นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงโยธยาอดีต ในภาพรวมปัจจัยทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้ดังนี้ กลุ่มที่ 1 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านอารมณ์และความรู้สึก และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และกลุ่มที่ 2 มีความสำคัญอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ได้แก่ ความปลอดภัย ด้านการโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ และด้านการเรียนรู้

จะสังเกตได้ว่าทั้งงานศึกษาการจัดการสร้างหรือฟื้นฟูพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวและงานศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ตอบสนองปรากฏการณ์โยธยาอดีตนั้น ต่างมีประเด็นศึกษาในการพิจารณาร่วมกันคือ การผลิตซ้ำชุดของจินตนาการหรือความทรงจำในอดีตร่วมกันทั้งในเชิงของกลุ่มและบุคคล อันสะท้อนได้จากการรื้อฟื้นวิถีชีวิต พื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมในอดีตให้กลายเป็นจุดขายเชิงพาณิชย์หรือสินค้าวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสวิถีชีวิตที่ถูกสร้างสรรค์และจำลองความเป็นอดีต

แนวคิดประเพณีประดิษฐ์

ประเพณีประดิษฐ์ หรือภาษาอังกฤษใช้คำว่า Invention of tradition นั้นเป็นแนวความคิดหนึ่งทางด้านสังคมศาสตร์ที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนใดกลุ่มชนหนึ่ง โดยมีสาระสำคัญของแนวคิดก็คือ “การนำเอาเรื่องราวในอดีต ซึ่งในที่นี้หมายถึงข้อมูลประเพณีมาใช้ในบริบทของสังคมปัจจุบัน” อันถือเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่มีการหยิบยืมประเพณีหรือวัฒนธรรมในอดีตมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความหมายใหม่ภายใต้เงื่อนไขของบริบทและสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน การสร้างประเพณีที่เรียกว่า “ประเพณีประดิษฐ์จึงไม่ใช่ประเพณีที่อยู่ในขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาเนิ่นนาน แต่ทว่าเป็นประเพณีที่เกิดขึ้นใหม่ไม่นานมานี้เอง หรืออาจจะมีการประยุกต์ดัดแปลงนำเอาเรื่องราวเก่าแก่โบราณทางวัฒนธรรมมาประกอบสร้างจนทำให้ผู้คนมองเห็นและเชื่อว่าเป็นประเพณีที่มีมาแต่โบราณ หรือสืบทอดมาตั้งแต่ครั้งบรรพบุรุษก็ได้ (ปฐม หงษ์สุวรรณ, 2560)

ดาร์วิน อินทร์เหมือน (2545) ได้เสนอให้เห็นการเกิดขึ้นของแนวคิดการประดิษฐ์ประเพณีว่า การประดิษฐ์ประเพณี และความสัมพันธ์ของมันที่มีต่อขบวนการชาตินิยมและกลุ่มชาติพันธุ์เริ่มขึ้นจากการตีพิมพ์ของฮอบบอว์ม เรื่อง Invention of Tradition และงานของเบเนดิก แอนเดอร์สัน เรื่อง Imagined Communities งานทั้งสองชิ้นนี้เสนอแนะให้ผู้อ่านรับรู้ว่ารูปแบบวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สร้างอำนาจให้ตัวเองโดยการเชื่อมโยงกับอดีตนั้น เป็นสิ่งที่ได้รับการ “ประดิษฐ์” “จินตนาการ” “สร้าง” หรือ “ทำ” ขึ้น งานของนักมานุษยวิทยาและนักคติชนวิทยาเสนอว่า ประเพณีเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นการต่อสู้เชิงผลประโยชน์มากกว่าจะเป็นแก่นสารทางวัฒนธรรมที่สร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันของกลุ่มและผูกพันกลุ่มชน “ดั้งเดิม” เข้าด้วยกัน

ศิริพร ณ ถลาง (2558) กล่าวว่า ในวงวิชาการคำว่า “ประเพณีประดิษฐ์” (Invented Tradition) เพื่ออธิบายประเพณีเกิดขึ้นใหม่ๆ ในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเพณีที่มาจากนโยบายของรัฐสมัยใหม่ เช่น ประเพณีการร้องเพลงเคารพธงชาติ ประเพณีสร้างอนุสาวรีย์ที่เป็นที่ระลึกจากการสร้างชาติ หรือสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ Eric Hobsbawm (1983) ต้องการชี้ประเด็นให้เห็นว่า ประเพณีสามารถสร้างใหม่ได้และประเพณีหลายอย่างในสังคมปัจจุบันเป็นประเพณีที่เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้เอง แต่วิธีการสร้างประเพณีมักจะอ้างอิงเชื่อมโยงกับรากวัฒนธรรมเดิมจนทำให้ผู้คนคิดว่าเป็น “ประเพณีเก่า” ที่มีมานานแล้ว ลักษณะเช่นนี้ ประเพณีประดิษฐ์จึงถือเป็นนวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นในโลกสมัยใหม่ ซึ่งมีลักษณะที่ตรงกันข้าม

กับประเพณีแบบจารีตที่มักคงที่ แน่เนิ่ง ตายตัว ไม่แปรเปลี่ยน เพราะถือปฏิบัติสืบทอดกันเป็นเวลานานแล้ว

ลักษณะเด่นของประเพณีประดิษฐ์ในทัศนะของ Hobsbawm อ้างถึงใน ชนิตา ชิตบัณฑิต, 2545) นั้นสามารถจำแนกได้ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก ประเพณีประดิษฐ์ถูกสร้างขึ้นในช่วงเวลาที่ศึกษาบางอย่างก็อยู่ได้นาน บางอย่างก็อยู่ได้เพียงชั่วเวลาสั้น ๆ ประการที่สอง ประเพณีประดิษฐ์ มักจะเกี่ยวข้องกับการสร้างสำนึกทางชนชั้น หรือเฉพาะกลุ่มสังคม มากกว่าที่จะเป็นเรื่องของสังคมโดยรวม และประการที่สาม คือ ประเพณีประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นในโลกสมัยใหม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการประดิษฐ์/สร้างขึ้น (invention) และการเกิดขึ้นเองอย่างฉับพลัน (spontaneous generation) ที่เกิดจากการวางแผนหรือความจงใจในการใช้เป็นเครื่องมือของสังคมมวลชนสมัยใหม่ และในแง่ของหน้าที่สำคัญ of ประเพณีประดิษฐ์นั้น Hobsbawm เองชี้ให้เห็นว่า มีหน้าที่ทั้งในแง่ของการเมืองและสังคม ดังนั้น จึงมีการสร้างประเพณีประดิษฐ์เพื่อเป็นเครื่องมือรับใช้วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง และเศรษฐกิจในสังคมทุนนิยมและบริโภคนิยม ตลอดจนยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้การใช้ประเพณีประดิษฐ์เพื่อเป้าหมายทางการเมืองในการควบคุม บงการ สร้างอำนาจเหนือการปกครอง เช่น ลัทธิชาตินิยม หรือการสร้างเพื่อตอบสนองเป้าหมายทางเศรษฐกิจในตลาดทุนนิยม ตัวอย่างเช่น ธุรกิจการโหยหาอดีต (nostalgic industry) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือการผลิตสินค้า รสนิยม แฟชั่น ที่สร้างจุดต่างทางการตลาดในการบริโภคอดีต เป็นต้น

โดยสรุป ประเพณีประดิษฐ์ คือ สิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ โดยอาจจะมีการหยิบยืมเอาเรื่องราวในอดีตมาใช้หรือมีการทำให้แปรเปลี่ยนไปจากเดิม มีบทบาทใหม่ และถูกนำมาใช้ภายใต้บริบทของสังคมสมัยใหม่ ประเพณีประดิษฐ์จึงเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งหากจะพิจารณาบริบทการท่องเที่ยวที่มีการรื้อฟื้น ส่งเสริมประเพณีเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะหลังปี พ.ศ. 2523 ที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ พร้อมการจัดงานแสดงวัฒนธรรมในภูมิภาค ต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมและฟื้นฟูการจัดงานประเพณีประจำจังหวัด จึงได้หยิบหรือเลือกประเพณีเพื่อตอบสนองนโยบายดังกล่าว หลายประเพณีได้รับการพัฒนาปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงให้สามารถสร้างการท่องเที่ยวได้ ช่วงปี พ.ศ. 2545 เกิดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีหน้าที่ในเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง ทำให้ประเทศไทยมีองค์กรหลักที่ขับเคลื่อนงานด้านการท่องเที่ยว ประเพณีพื้นบ้านในท้องถิ่นจึงถูกอนุรักษ์ รื้อฟื้น เพื่อใช้เป็นรากฐานในการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นแก่ชุมชนท้องถิ่นและภูมิภาค การส่งเสริมการท่องเที่ยวของ

ภาครัฐจึงเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การปรับเปลี่ยนประเพณีให้กลายเป็นสินค้า เพื่อการค้าขายการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาประเด็นการท่องเที่ยว ก็จะพบว่ามีการศึกษาที่นำกรอบแนวคิดประเพณีประดิษฐ์มาเป็นกรอบหรือแนวทางพิจารณาการท่องเที่ยว ดังนี้

การรื้อฟื้นประเพณีสู่การสร้างสรรคงานเทศกาลเพื่อการท่องเที่ยว ในงานศึกษาของสายชล แก้วบริสุทธิ์ (2555) พบว่า เทศกาลกินเจหาดใหญ่มีการประดิษฐ์สร้างประเพณีหลายด้าน ด้านพื้นที่ที่มีการเนรมิตพื้นที่สาธารณะ ที่เคยเป็นที่พักผ่อน ออกกำลังกาย ซึ่งมีบริเวณติดกับพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวภายใต้ชื่อเทศกาลกินเจหาดใหญ่ โดยกำหนดขึ้นมาเพียงเวลาสั้นๆ พร้อมกับจัดกิจกรรมต่างๆ ส่งผลให้พื้นที่นี้สร้างความผูกพันให้กับผู้คนในชุมชน เป็นแหล่งรายได้แหล่งศักดิ์สิทธิ์ แหล่งบริการ และแหล่งท่องเที่ยว ทว่าผู้คนได้ให้ความหมายแตกต่างกันออกไปตามความรู้สึกนึกคิด ตามฐานะของผู้คนที่เข้ามาปฏิบัติสัมพันธ์กับเทศกาลกินเจ การจัดกิจกรรมล้วนสร้างขึ้นใหม่เพื่อเป็นแรงจูงใจกับนักท่องเที่ยว ด้านอาหารจะมีการประดิษฐ์ให้ลักษณะดูแปลกใหม่ เพื่อให้อาหารเจดูน่ารับประทาน รวมถึงการใช้วัตถุดิบที่เลียนแบบเนื้อสัตว์ เช่น หมูทอดเจ ซูชิเจ ไข่เจียวปลาเจ และได้มีการดัดแปลงเมนูอาหารให้มีความหลากหลาย เช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารไทย ด้านพิธีกรรมมีการจัดปะรำศาลเจ้าขึ้นแบบชั่วคราว ทั้งแบบจีน ไทย อินเดีย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเต็มอิ่มกับบรรยากาศ ศาลเจ้าต่าง ๆ ที่เข้าร่วมในพื้นที่เทศกาลกินเจได้ทำให้เกิดพื้นที่จินตนาการ กลายเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ชั่วคราว ที่แสดงออกถึงความเชื่อและความเห็นอย่างเสรี สร้างให้เกิดภาพบรรยากาศการย้อนยุคสู่การเป็นสังคมชาวไทยเชื้อสายจีน เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ถูกบรรจุด้วยเหตุการณ์ อันแสดงถึงการอนุรักษ์ประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนาน อย่างไรก็ตามยังพบว่า กิจกรรมต่าง ๆ นั้นได้ถูกเติมแต่ง เสริมสร้าง ตัดทอน เพื่อการท่องเที่ยวที่คอยตอบสนองต่อนายทุน โดยใช้กลืนอายุของความเป็นชุมชนเชื้อสายจีน เพื่อสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้เทศกาลกินเจหาดใหญ่ กลายเป็นพื้นที่ประดิษฐ์เพื่อการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันงานศึกษาของ สารภี ขาวดี (2559) พบว่า ประเพณีแซนโฎนตาบูชาบรรพบุรุษเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการคัดเลือกของดีจากคำขวัญประจำจังหวัด มาผลิตซ้ำและนำเสนอให้คนในและคนนอกได้เห็นได้รู้ รู้จัก และจดจำจังหวัดสุรินทร์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ และช่วยให้ประเพณีมีความเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชัดเจนขึ้น ผ้าไหมพื้นเมืองเครื่องประดับเงิน ช้าง การละเล่นพื้นบ้าน อาหารพื้นเมือง ข้าวหอมมะลิ และภาษาเขมรถิ่นไทยที่ชาวสุรินทร์เลือกมานำเสนอผ่านงานประเพณีทุกปี จึงช่วยย้ำอัตลักษณ์สุรินทร์จากคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ประคำสวย ร่ำรวยประสาธ ผักกาดหวาน

ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” ทำให้งานบุญเก่าในบริบทใหม่ไม่ได้มีเฉพาะพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ แต่เป็นพื้นที่ให้ความรู้ และสร้างความบันเทิงแก่ผู้คนไปพร้อมกัน เช่นเดียวกับงานศึกษาของ มณีรัตน์ กำลึงเกื้อ (2561) พบว่า งานบุญเดือนสิบ ตำบลลิซล จังหวัดนครศรีธรรมราช และได้พบ แม่มุมที่น่าสนใจ คือการประกอบพิธีกรรมสารทเดือนสิบของตำบลลิซล จังหวัดนครศรีธรรมราช ยังคงมีการรักษาขั้นตอนขนบดั้งเดิมเอาไว้ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีการปรับเปลี่ยนไปเป็นประเพณี ประดิษฐ์มากขึ้น เพื่อตอบสนองนโยบายของเทศบาลตำบลลิซลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ได้รับ งบประมาณจากรัฐบาลในด้านศิลปะและวัฒนธรรมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนพัฒนาของจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยว อีกทั้งมีการ เพิ่มเติมเข้ามาในส่วนรูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างความสนุกสนานและเพลิดเพลินให้กับชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นการประชาสัมพันธ์การจัดงานสารทเดือนสิบของตำบลลิซล อำเภอ ลิซล จังหวัดนครศรีธรรมราช ให้แพร่กระจายไปในวงกว้างมากขึ้น สิ่งสำคัญในการประกอบ พิธีกรรมในประเพณีสารทเดือนสิบนั้นก็คือการร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นวัด ภาครัฐ ภาคเอกชน รวมไปถึงชาวบ้านในตำบลลิซล ที่ยังคงให้ความสำคัญและการอนุรักษ์ ประเพณีสารทเดือนสิบให้คู่กับจังหวัดนครศรีธรรมราชสืบไป และงานศึกษาของ อรรถพล จันทร ศรีละมัย และปัทมาวดี ชาญสุวรรณ (2564) พบว่า งานเทศกาลภูเขาไฟบุรีรัมย์เป็นประเพณี ประดิษฐ์ในลักษณะของการรื้อฟื้น เปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์ มีประวัติและความเป็นมาจากรูปแบบ งานประเพณีขึ้นเขากระโดงให้เป็นประเพณียังคงอยู่ โดยสร้างกิจกรรมประเพณีในรูปแบบใหม่ นำมาจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า ความทรงจำของท้องถิ่นตนเอง และรวมถึงการหยิบ ยืมวัฒนธรรมท้องถิ่นอื่นมาปรับใช้ โดยมีหน้าที่สำคัญเป็นเครื่องมือรับใช้วัตถุประสงค์ต่างๆ ทั้งทางด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และการศึกษา เช่น อุทธาสถกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด บุรีรัมย์ ธุรกิจการถวิลหาอดีต แหล่งเรียนรู้ของวนอุทยานเขากระโดง ในส่วนของการประดิษฐ์สร้าง งานเทศกาลภูเขาไฟบุรีรัมย์ พบว่า เมืองค์ประกอบในการประดิษฐ์สร้าง 5 ส่วน (ส่วนที่ 1 การจัด งานแถลงข่าว โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนที่ 2 พิธีบวงสรวงโดย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนที่ 3 การแสดงแสง สี เสียง โดยสำนักงานปกครองจังหวัด บุรีรัมย์ ส่วนที่ 4 การแสดงผลผลิตภัณฑ์ OTOP และตลาดวัฒนธรรม โดยสำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ และส่วนที่ 5 เวทีการแสดงศิลปะพื้นบ้าน (ด้านล่าง) โดยสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดบุรีรัมย์) และ 5 ฝ่าย (ฝ่ายประชาสัมพันธ์การจัดงาน โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด บุรีรัมย์ ฝ่ายเครื่องเสียง ไฟฟ้า และแสงสว่าง โดยสำนักงานปกครองจังหวัดบุรีรัมย์และการไฟฟ้า

ส่วนภูมิภาค ฝ่ายรักษาความสงบเรียบร้อย โดยสำนักงานตำรวจภูธรจังหวัดบุรีรัมย์ ฝ่ายปฐมพยาบาล โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์ และฝ่ายรักษาความสะอาดโดยวนอุทยานภูเขาไฟกระโดง) ซึ่งทางสำนักงานปกครองจังหวัดบุรีรัมย์ได้มอบหมายและแบ่งความรับผิดชอบให้ตรงต่อความสามารถและภาระหน้าที่เหมาะสมกับตำแหน่งเพื่อไม่ให้มีผลกระทบ นอกจากนี้ ยังทำให้เข้าใจถึงกระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมที่นำไปสู่กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อช่วงชิงพื้นที่การท่องเที่ยวแห่งใหม่ภายในจังหวัดบุรีรัมย์ และรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของคนในสังคมเมือง โดยผ่านเวทีการท่องเที่ยว และที่สำคัญประเพณีประเพณีประเพณีมีการปรับตัวให้มีความสอดคล้องกับความทันสมัยในสังคมปัจจุบัน

จะเห็นว่าประเพณีประเพณีเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเด็นการรื้อฟื้นประเพณีสู่การสร้างสรรคงานเทศกาล ทั้งในเชิงการอิงความเป็นอดีต ในขณะเดียวกันมีการสร้างสรรค์ประเพณีขึ้นมาใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มและบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้อง อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนต่างเข้ามามีบทบาทในการเลือกสรรทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองการบริโภคของนักท่องเที่ยว กอปรกับประเพณีประเพณีเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำหน้าที่ผลิตและสร้างความแปลกใหม่ให้กับกระแสการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาแนวคิดโดยหาอดีตและประเพณีประเพณีโดยพิจารณาผ่านเวทีการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่น่าสนใจดังนี้

การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม โดยการสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรมในอดีต ผ่านการจำลอง หรือฉายซ้ำผ่านฉากความทรงจำที่มีย้อนกลับไปประกอบการณ์ในอดีตขึ้นมาอีกครั้ง ซึ่งการถ่ายทอดออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทและทุนวัฒนธรรมของสังคมนั้น หากพิจารณาความโหยหาอดีตก็จะพบว่า การนำอารมณ์และความรู้สึกของประกอบการณ์ในพื้นที่เพื่อการแสดงความนึกถึง รวมทั้งเปิดความทรงจำการโหยหาอดีตที่สามารถสะท้อนผ่านเรื่องเล่าที่มีการถ่ายทอดออกมาในแต่ละสถานที่หรือวิธีการที่จะเรียกหาความเป็นอดีตหวนกลับคืนมาผ่านมุมมอง และระบบวิธีคิดในรูปแบบการสร้างขึ้นมาใหม่ ดังเห็นได้จากการจำลองสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำ และตลาดโบราณ เป็นต้น ในขณะเดียวกันแนวคิดประเพณีประเพณีมีมุมมองพิจารณาการรื้อฟื้นคืนอดีตผ่านประเพณีหรือเทศกาลวัฒนธรรมในพื้นที่การท่องเที่ยว ที่มีการหยิบยกความเป็นอดีต และมีวัตถุประสงค์ร่วมกันคือ การสืบทอด สืบสาน และการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น ดังเห็นได้จาก งานศึกษาของมณีรัตน์ กำลังเกื้อ และวรรณนะ หมูหมื่น (2560) พบว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมในประเพณีบุญสารทเดือนสิบจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและกิจกรรมของประเพณีประเพณีมากขึ้น สิ่งที่ปรับเปลี่ยนไปคือ สถานที่และ

กิจกรรมระยะเวลาในการจัดและขบวนแห่หมรับมีการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของเมือง นครศรีธรรมราช ในส่วนทัศนะของคนในและคนนอกจังหวัดนครศรีธรรมราชผ่านประเพณี ประดิษฐ์ พบว่า ประเพณีบุญสารทเดือนสิบสะท้อนความเป็นตัวตนของคนในจังหวัด นครศรีธรรมราชเป็นผู้ที่มีความกตัญญูทวนเวียนต่อบรรพบุรุษ มีความรักและสามัคคีกัน ยึดมั่นใน หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมให้แก่ลูกหลาน ทัศนะในแง่ลบคือคน นครศรีธรรมราชเป็นคนที่เชื่อใจคนอื่นได้ง่าย ในส่วนทัศนะของคนนอกที่มองคนในจังหวัด นครศรีธรรมราชในแง่บวกคือเป็นคนดี ชอบความสนุกสนานรื่นเริงมีความรักใคร่ และกตัญญูต่อ บรรพบุรุษ ทัศนะในแง่ลบคือคนนครศรีธรรมราชเป็นคนขี้เกรงกลัว ทั้งนี้ประเพณีประดิษฐ์บุญสารท เดือนสิบยังมีบทบาทที่เด่นชัดในแง่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด นครศรีธรรมราชอีกด้วย ในทำนองเดียวกับงานศึกษาของกรนก แก้วเกิด และคณะ (2563) พบว่า งานประเพณีขึ้นเขาสวายและประเพณีเซ่นโงนตา ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เข้าใจ ปรากฏการณ์ของผ้าทอพื้นบ้านที่มีบทบาทต่อสังคมที่เกิดขึ้นทั้งในระดับชุมชน และในระดับจังหวัด โดยสามารถอธิบายปรากฏการณ์ในงานประเพณีท้องถิ่นที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา เป็น การประดิษฐ์ประเพณีที่ได้ประกอบสร้างกิจกรรมขึ้นมาใหม่ โดยมีผ้าไหมซึ่งมีชื่อเสียงของจังหวัด เข้าไปเกี่ยวข้องผ่านระบบความเชื่อ สะท้อนความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับผ้าทอ พื้นบ้านอย่างขาดกันมิได้ อีกทั้งการเสนอว่าการนำผ้าทอที่มีลวดลายทางศิลปะอันสวยงามแฝงไป ด้วยจิตวิญญาณของช่างทอสามารถสะท้อนปฏิบัติการและความสัมพันธ์ของผู้คน ชุมชนบริบท ประเพณีท้องถิ่นสมัยใหม่ได้ เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านพื้นที่ของประเพณีอันจะเป็นการขยาย ความรู้เรื่องประเพณีประดิษฐ์ให้กว้างออกไป เมื่อบริบททางสังคมมีการปรับเปลี่ยนประเพณี ดังกล่าวก็มีได้หยุดนิ่งหรือแช่แข็ง หากแต่มีการสร้างบทบาทขึ้นมาใหม่เพื่อตอบสนองหรือส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นหรือชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจากอดีต มีการยึดโยงทุนทางสังคมและวิถีชีวิตในอดีตที่แต่ละชุมชนซึ่งแตกต่างกันออกไปทั้งในด้านประเพณี พิธีกรรม วัตถุทางวัฒนธรรม ความเชื่อ อาคารโบราณ การแต่งกาย อาหารพื้นถิ่น เป็นต้น รวมทั้งอัตลักษณ์ชุมชนสิ่งเหล่านี้บ่งบอกได้ว่าการท่องเที่ยวในอดีตนั้น ผู้บริโภคและกลุ่มของการ ท่องเที่ยวจะเป็นแบบเยียมชมวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น จะกระทั่งเมื่อหน่วยงานภาครัฐเข้ามา ผลักดันผลิตสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า ผ่านการดำเนินการโครงการต่างๆ เช่น โครงการ OTOP โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นต้น จนนำไปสู่การรื้อฟื้นและช่วยอนุรักษ์โดยการตั้ง

ศักยภาพและพร้อมของชุมชน เพื่อร่วมกันหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของแต่ละพื้นที่ร่วมกันหาทุนจากอดีตหรือแม้กระทั่งมีการจำลองขึ้นมาใหม่ผ่านกระบวนการประกอบสร้างเพื่อเป็นการโยยหาหรือเรียกกลับของความทรงจำร่วมทางสังคมทั้งผ่านการจำลองการฉายซ้ำเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับชุมชนตนเองให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและให้แตกต่างจากพื้นที่อื่นมากขึ้น (สกวรัตน์ บุญวรรณ และคณะ, 2561) ดังเห็นได้จากงานศึกษาของมณฑลรัตน์ มนต์ขอและ (2553) พบว่า บ้านพิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่รับรองธุรกิจโยยหาอดีตในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี เนื่องจากบ้านพิพิธภัณฑ์ได้มีการนำเทคนิคในการจัดแสดงเพื่อการตีความและสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรมมาใช้ในการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็น การคัดเลือกวัตถุที่นำมาจัดแสดง วัตถุที่จัดแสดงในบ้านพิพิธภัณฑ์จะต้องเป็นสิ่งของที่ได้รับการบริจาคที่อยู่ในยุค 2500 และหลังยุค 2500 สิ่งที่สำคัญที่สุดในการคัดเลือกวัตถุที่นำมาจัดแสดงคือ วัตถุเหล่านั้นจะต้องเป็นของจริงไม่ใช่ของเลียนแบบ เช่น ตู้ขายยาที่ได้รับบริจาคจากร้านขายยาในจังหวัดอุทัยธานี ซึ่งเป็นการคัดเลือกวัตถุที่ใช้ในการแสดงมีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นสิ่งเร้าหรือสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเห็นภาพในอดีตได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีเทคนิคการตีความและสื่อความหมายในรูปแบบการจัดแสดงที่นำการโยยหาอดีตที่มีการตีความและสื่อความหมายผ่านรูปแบบการแสดง ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละคนวิเคราะห์ประสบการณ์การโยยหาอดีตด้วยตนเอง กล่าวคือ บ้านพิพิธภัณฑ์อาจจะไม่มีการทำป้ายข้อมูลคำอธิบายเพิ่มเติมในทุกๆ ห้อง แต่รูปแบบการจัดแสดง ไม่ว่าจะเป็นวัตถุที่นำมาใช้ในการจัดแสดง การสร้างเรื่องราวและบรรยายในแต่ละห้อง ก็ล้วนแล้วแต่กระตุ้นความรู้สึกต่างๆ ของนักท่องเที่ยว การอนุญาตให้จับต้องวัตถุและถ่ายภาพได้ทำให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับวัตถุโดยตรงก็เป็นสิ่งสำคัญทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้สึกและเพลิดเพลินแล้ว ยังทำให้รู้สึกโยยหาอดีตตามมาอีกด้วย เช่น การเปิดเพลงย้อนยุค ไม่ว่าจะเป็นเพลงของสุเทพ วงศ์คำแหง เพลงของชรินทร์ นันทนาคร เป็นต้น เป็นสิ่งกระตุ้นความรู้สึกโยยหาอดีตของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับประสบการณ์โยยหาอดีตที่มีการตีความและสื่อความหมายนั่นเอง เช่นเดียวกับงานศึกษาของ ธนวรรณ นิธิปณันท์ (2558) พบว่า กลุ่มทุนที่เป็นชนชั้นกลางนั้นเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงที่หัวหิน อันจะพบได้จากการเกิดแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดขึ้นโดยกลุ่มทุนของชนชั้นกลาง ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชมาสู่ระบบประชาธิปไตยในปี พ.ศ.2475 นั้นคือจุดเปลี่ยนสำคัญที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายศูนย์กลางอำนาจจากชนชั้นสูง (พระมหากษัตริย์) มาสู่ชนชั้นนำ (นายกรัฐมนตรี) ศูนย์กลางอำนาจที่เปลี่ยนไปเช่นนี้ก่อให้เกิดอำนาจและการต่อรองรวมไปถึง

ผลประโยชน์อย่างมหาศาลต่อกลุ่มทางการเมืองจนสุดท้ายแล้วก็นำไปสู่ธุรกิจการเมืองในที่สุด ชนชั้นกลางที่เป็นกลุ่มทุนเริ่มมีอิทธิพลและบทบาทมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวของ โครงการต่างๆ มากมายทั้งในเรื่องของที่อยู่อาศัยและการลงทุนด้านการท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงทั้งสองประการดังกล่าวได้ทำให้หัวหินเกิดการเปลี่ยนแปลงจากเมืองตากอากาศมาสู่ เมืองท่องเที่ยว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้เองทำให้บริบทต่างๆ ที่เคยมีความสำคัญในอดีตที่ ผ่านมาของหัวหินค่อยๆ ถูกกลืนและจางหายไปไปในที่สุด นอกจากนี้ประเพณีประเพณีประเพณีที่ถูกสร้าง ขึ้นนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อดึงดูดและก่อให้เกิดกระแสจนทำให้หัวหินกลายมาเป็นเมืองท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต และประเพณีประเพณียังกลายมาเป็นเครื่องมือ สำคัญที่จะหน้าที่ผลิตสร้างความแปลกใหม่ รวมไปถึงสร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน หัวหิน นอกจากนี้ความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ท่องเที่ยวที่พยายามสะท้อนความแตกต่าง หลากหลายให้ดูแตกต่างจากพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งในเชิงการจำลองสถานที่ ประเพณีท้องถิ่น และอาหารพื้นบ้าน ขณะเดียวกันยังมีประเด็นการช่วงชิงความหมายผ่านบริบทพื้นที่การท่องเที่ยว ดังเห็นได้จากงานศึกษาของ โคจิลักษณะ กมลศักดิ์วิกุล และคณะ (2556) พบว่า ตลาดสามชุกถูก ผลิตสร้างให้มีความหมายที่หลากหลายและลื่นไหลตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่การเป็นพื้นที่แห่งการ แลกเปลี่ยนสินค้าของชุมชนท้องถิ่นริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน พัฒนามาเป็นชุมชนการค้าข้าวแห่งหนึ่งริมฝั่ง แม่น้ำท่าจีน ตลาดประจำอำเภอที่มีความเจริญรุ่งเรืองเป็นอย่างมากและชุมชนที่ถูกกลืนทอน บทบาทศูนย์การค้าจนเกิดความขัดแย้งกับกรมธนารักษ์ ด้วยการสร้างความหมายใหม่ลงบนพื้นที่ พร้อมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกลับคืนมาให้ตลาดแห่งนี้ในฐานะของ “สามชุกร้อยปี ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑน์มีชีวิต” หรือ “ตลาดย้อนยุคสามชุก” แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อการบริโภคอดีต นอกจากชาวตลาดสามชุกได้ผลิตสร้างความหมายชุดใหม่ให้กับพื้นที่แล้ว ยังมีการรื้อฟื้นอัตลักษณ์ ในพื้นที่ของชาวตลาดสามชุก ไม่ว่าจะเป็นโคลงนิราศสุพรรณ และสุนทรภู่ ขุนจันทน์จันทรักษ์ วัตถุข้าวของ เรื่องราวความทรงจำ และอาหารในชีวิตประจำวันของผู้คนในตลาดสามชุกให้มาเป็น สินค้าที่สามารถซื้อขายได้ในปัจจุบัน เพิ่มพลวัตทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ พร้อมทั้งการสถาปนาให้ มรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่นตลาดสามชุกกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติและนานาชาติเพื่อ นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ต่อรองของกรมธนารักษ์อีกด้วย จะเห็นได้ว่าการประกอบสร้าง อัตลักษณ์ท้องถิ่นหรือชุมชนในพื้นที่การท่องเที่ยว มิใช่เป็นเพียงแค่การค้นหา หรือบ่งบอกความ แตกต่างของสถานที่หรือพื้นที่เพียงอย่างเดียว หากแต่มีการช่วงชิงความหมายเพื่อต่อรองต่อทาง สังคมเพื่อให้วัฒนธรรมนั้นสามารถดำรงอยู่ต่อไป

บทสรุป

บทความนี้ผู้วิจัยพยายามฉายภาพของแนวคิดการโหยหาอดีตและแนวคิดประเพณีประดิษฐ์โดยสะท้อนผ่านเวทีของการท่องเที่ยว หากพิจารณาการโหยหาอดีตก็จะเป็นการสร้างความหมายของประสบการณ์ ที่อาศัยความรู้สึกโหยหาต่อเหตุการณ์ในอดีต จนนำไปสู่การสร้างจำลองผ่านเรื่องเล่า ความทรงจำหรือภาพตัวแทนของอดีต ในทำนองเดียวกับการนำอดีตมาเป็นจุดขาย ส่งผลให้ในแต่ละพื้นที่ต่างๆ พยายามนำเสนอทุนทางทรัพยากรตลอดจนถึงทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อผลิตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีต ในขณะเดียวกันประเพณีประดิษฐ์หรือประเพณีที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้บริบทสังคมร่วมสมัยนั้นอาจสื่อให้เห็นความหมายหรือนัยของประเพณีซึ่งแตกต่างไปจากเดิม แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับทางเลือกหรือการหยิบใช้เรื่องราวในอดีตมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการอ้างอิงหรืออิงอดีต แม้จะมีบทบาทและหน้าที่ที่ถูกปรับเปลี่ยนไป แต่ประเพณีเหล่านี้ก็มีลักษณะพลวัต ลื่นไหล ไม่ตายตัว โดยเฉพาะบริบทของการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า มีการรื้อฟื้นประเพณี การผลิตเทศกาลขึ้นมาใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกระแสนิยมการท่องเที่ยว หากพิจารณาในแง่วัฒนธรรมที่ถูกผลิตหรือสร้างสรรค์ขึ้นมานั้นได้ถูกกำหนดและเลือกสรรทางวัฒนธรรม เพื่อนำมาเสนอให้นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม ขณะเดียวกันรูปแบบหรือกลวิธีการนำเสนอเป็นเพียงเพื่อตอบสนองเป้าหมายทางเศรษฐกิจ นอกจากนั้นในเชิงนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในเชิงสนับสนุนวัฒนธรรมท้องถิ่นกลับพบว่าเป็นการกำหนดมาจากศูนย์กลางเพื่อให้ปลายทางรับมาปฏิบัติ ส่งเสริมและให้เงินสนับสนุนเพื่อการจัดการวัฒนธรรมตามนโยบายภาครัฐ สิ่งที่น่าสนใจคือการทบทวนการจัดการท่องเที่ยวพบว่า เป็นฉายภาพหรือสร้างภาพแทนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ถูกควบคุม บงการ หรือการคัดเลือกสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองเป้าหมายในตลาดทุนนิยม หรือเป็นการเลือกสรรทางวัฒนธรรมโดยท้องถิ่นอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก แก้วเกิด, เมตตา ศิริสุข, และพิทักษ์ น้อยวงศ์. (2563). อัตลักษณ์ศิลปะผ้าทอพื้นบ้าน
เขมรถิ่นไทยในประเพณีประดิษฐ์สร้างของชุมชนบ้านตารอด ตำบลสวาย จังหวัดสุรินทร์ .
วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 4(4),
96-104.
- เกรียงไกร วัฒนาสวัสดิ์. (2556) ความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ต่อความจริงแท้ใน
การจัดการ การท่องเที่ยวเชิงโยธยาหาดิต: กรณีศึกษาชุมชนตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัด
สุพรรณบุรี. วารสารดำรงวิชาการ, 12(1), 109-134.
- ชนิดา ชิตบัณฑิต. (2545). “การเร่งผลิตประเพณีมวลชนในยุโรป 1870-1914 จากบทความ
Mass-Producing Tradition: Europe 1870-1914 ของ เอริก ฮอบสบอว์ม”. วารสาร
สังคมวิทยามานุษยวิทยา, 20(1), 202-218.
- ชาตรี ประกิตนทการ. (2561, 1 มีนาคม). Retro market ในกระแส Nostalgia Tourism.
สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 4, 2565 <https://www.tatreviewmagazine.com>
- ณัฐนรี สมิตร. (2564). สถานการณ์การท่องเที่ยววิถีหาดิตในพื้นที่อำเภอดุสิต จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(2), 342-360.
- ดาริน อินทร์เหมือน. (2545). แนวคิดเรื่องการประดิษฐ์ประเพณี จาก Introduction: Inventing
Tradition ของอีริก ฮอบบอสม์. วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา, 21(1), 198-202.
- ฉนวนรณ นิธิพานันท์. (2558). ประเพณีประดิษฐ์กับการเปลี่ยนแปลง. วารสารมนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์, 32(3), 142-158.
- ปฐม หงส์สุวรรณ. (2560). ประเพณีประดิษฐ์ในชุมชนอีสานลุ่มน้ำโขง. ขอนแก่น: คลังนา
วิทยา.
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โยธยาหาดิตในสังคมร่วม
สมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ภาณุรังษี เดือนไธสง และชยพล อินทรวงศ์. (2561). เมืองลับแล...เมืองต้องห้าม (พลาด) : อัต
ลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในบริบททางประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมชุมชน
กรณีศึกษา อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 20(2), 147-158.

มงคลรัตน์ มัดขอสและ. (2553). การจัดการพิพิธภัณฑ์เชิงโยหยหาอดีต: กรณีศึกษาบ้านพิพิธภัณฑ์.

วารสารดำรงวิชาการ, 9(2), 67-80.

มณีรัตน์ กำลังเกื้อ และวรรณนะ หมูหมื่น. (2560). บุญสารทเดือนสิบกับการปรับเปลี่ยนเป็น

ประเพณีประติษฐ์. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 12(41), 35-46.

มณีรัตน์ กำลังเกื้อ. (2561). พิธีกรรมและประเพณีประติษฐ์สารทเดือนสิบ ตำบล สีชล จังหวัด

นครศรีธรรมราช. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2555). การโยหยหาอดีต: ความเป็นอดีตในสังคมสมัยใหม่. วารสาร

การเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 4(2), 59-89.

ศิราพร ณ ถกลาง. (2558). “คติชนสร้างสรรค์”: บทสังเคราะห์และทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ศูนย์

มานุษยวิทยาสิรินธร.

ไฉจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล, ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์, สภาภรณ์ จินตามณีโรจน์ และอำนาจ เย็นสบาย.

(2556). ตลาดย้อนยุคสามชุก: การเมืองเรื่องพื้นที่และธุรกิจแห่งการถวิลหาอดีต. วารสาร

สถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ, 14(2), 67-77.

สกวรัตน์ บุญวรรณ และเก็ดถวา บุญปรากกร. (2560). พื้นที่ย่านเมืองเก่าตะกั่วป่า: การ

ประกอบสร้างอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวถวิลหาอดีต. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ยะลา, 12(1), 61-77.

สกวรัตน์ บุญวรรณ เก็ดถวา บุญปรากกร และวันชัย ธรรมสังการ. (2561). การโยหยหาอดีตกับ

การกลายเป็นสินค้าในมิติการท่องเที่ยวของสังคมไทย. วารสารวิชาการและวิจัย

สังคมศาสตร์, 13(39), 1-14.

สายชล แก้วบริสุทธิ์. (2555). เทศกาลกินเจหาดใหญ่: พื้นที่ประติษฐ์เพื่อการท่องเที่ยว.

(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

สารภี ขาวดี. (2559). ประเพณีแซนโฎนตาบูชา จังหวัดสุรินทร์: การประกอบสร้างและบทบาท

ของประเพณีประติษฐ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สิตานันท์ สาธิลลิน และลำสัน เลิศกุลประหยัด. (2563). ปัจจัยศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงโยหยหา

อดีต และส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาด

ย้อนยุคในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศรีปทุม, 12(2), 12-24.

สิริชญา วงษ์อาทิตย์ และยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

เชิงโยหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 10(1), 115-131.

อรรถพล จันทรศรีละมัย และปัทมาวดี ชาญสุวรรณ. (2564). ประเพณีประดิษฐ์กับการจัดการ
ทรัพยากรวัฒนธรรม ในงานเทศกาลภูเขาไฟบูรีรัมย์ อำเภอบึงบูรพ์ จังหวัดบุรีรัมย์.

วารสารมนุษยสังคมสาร, 19(1), 21-36.

Hobsbawm, Eric. (1983). Introduction: Inventing Traditions, pp. 1-14. In Hobsbawm,
Eric and Terence Ranger (eds.) (1983). **The Invention of Tradition**.
Cambridge: Cambridge University Press.

Kelly, Wiliam W. (1986). Rationalization and Nostalgia: Cultural Dynamics of New
Middle-class Japan. **American Ethnologist**, 13 (November), 603-618.

ผู้เขียน

ยุทธกาน ดิสกุล*

หลักสูตรการจัดการวัฒนธรรมเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

เลขที่ 1 หมู่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอบึง จังหวัดนครศรีธรรมราช 8020

E-mail: yuttakan_dis@nstru.ac.th

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)

E-mail : yuttakan_dis@nstru.ac.th

Nostalgia for the past to invention traditions through
the tourism areas in Thai society