เรื่องเล่าพื้นบ้านกับการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวท้องถิ่นในภาคกลาง: มิติความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์โหยหาอดีตกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์*

อภิลักษณ์ เกษมผลกูล**

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีการนำเรื่องเล่าพื้นบ้านมาใช้อย่างมีนัยยะสำคัญในฐานะทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในภาคกลาง โดยเน้นให้ผลิตภัณฑ์หรือการท่องเที่ยวเหล่านั้น “บอกเล่า” อดีตที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น ผ่านการ “จำลองอดีตเก่า” และ “สร้างอดีตใหม่” ท่ามกลางการโหยหา “วิถีไทย” บทความนี้จึงมุ่งศึกษาถึงปรากฏการณ์ดังกล่าว โดยใช้กลุ่มข้อมูลทั้งเรื่องเล่าที่เป็นที่รับรู้กันทั่วไป อาทิ กลุ่มนิทานเก่า เช่น เรื่องขุนช้างขุนแผน รามเกียรติ์ พระอภัยมณี ฯลฯ กลุ่มเรื่องสร้างสรรค์ใหม่ เช่น แผลเก่า คู่กรรม และกลุ่มข้อมูลที่เป็นเรื่องที่รับรู้ในท้องถิ่น อาทิ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ตำรับอาหารท้องถิ่น ฯลฯ

ผลการศึกษาพบว่าเรื่องเล่าพื้นบ้านมีบทบาทที่น่าสนใจในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวท้องถิ่นท่ามกลางปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทย ทั้งในฐานะ

---

* บทความฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง *“การประยุกต์เรื่องเล่าพื้นบ้านในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการท่องเที่ยวในภาคกลาง”* ภายใต้โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เรื่อง *“คติชนสร้างสรรค์” พลวัตและการนำคติชนไปใช้ในสังคมไทยร่วมสมัย* (2554-2557)

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนหนึ่งของการจำลองและสร้าง “อดีต” เพื่อการท่องเที่ยว ฐานะเครื่องมือเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว และฐานะการสร้างภาพลักษณ์ความเป็น “คนไทยรุ่นใหม่” (modern Thai) แก่ผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นตัวอย่างสำคัญในการใช้คติชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวท้องถิ่นตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำสำคัญ: เรื่องเล่าพื้นบ้าน, ทุนทางวัฒนธรรม, ปรากฏการณ์โหยหาอดีต, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Local Narratives and the Making of the Value Additions for Local Products: Relationship between Nostalgic Phenomena and Creative Economy*

Aphilak Kasempholkoon**

Abstract

Local narratives are now meaningfully used as cultural capitals for the value adding of local products and tourism in the central part of Thailand by eminently "recounting" local past times through those goods and industries from "the imitation of the real-old past" and "the invention of the new-imaginative gone-by" among the yearning for "Thai ways of life". This article, therefore, examines the aforesaid phenomena by using both the popular data (e.g. Thai traditional stories: Khun Chang Khun Phaen, Ramakian, Phra Aphai Mani; newly created or contemporary stories: Phlae Kao, Khu Kam, etc.) and the documents that are known only in each locality (e.g. oral histories, local recipes, etc.)

* This article is part of the research project titled *"Application of local narratives in adding value to local products and tourism in the central region"* under the TRF Senior Research Scholar project series *"Creative Folklore": Dynamics and Application of Folklore in Contemporary Thai Society* (2011-2014).

** Lecturer, Department of Thai, Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

The study reveals that folk narratives have distinctive roles in adding the value of local products and tourism among the nostalgic phenomena in Thai society as 1) a part of the imitation and invention "past lives" for tourism 2) a method of value addition for local stuffs and tour industries and 3) a making of "the modern Thai image" for customers. All can be counted as significant examples of the use of folklore for the making of the value adding of local products and tourism in the way of creative economy.

Keywords: folk narratives, cultural capitals, nostalgia, creative economy