



5 มัสยิด 5 แลนด์มาร์กในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน : กรณีศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวตามแนวทางวิถีใหม่ให้ชุมชน¹

สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์ และ ดุลยวิทย์ นาคหนาว*

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

5 Mosques, 5 Landmarks in the Inner Bangkok Area: a Case Study of Linguistic and Cultural Landscape to Increase Tourism Value in a New Normal Approach for the Community

*Supatra Boonpanyarote and Dulyawit Naknawa**

Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University, Thailand

Article Info

Research Article

Article History:

Received 11 March 2022

Revised 11 October 2022

Accepted 12 October 2022

คำสำคัญ

ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

มัสยิด

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรมของมัสยิดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในและชุมชนรอบมัสยิดทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ (1) มัสยิดมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย (2) มัสยิดเซฟี (ตึกขาว) เขตคลองสาน (3) มัสยิดต้นสน เขตบางกอกใหญ่ (4) มัสยิดจักรพงษ์ เขตบางลำพู และ (5) มัสยิดบางอุทิศ เขตบางคอแหลม ผลการศึกษาสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนรอบมัสยิด และนำเสนอแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวตามแนวทางวิถีใหม่ให้กับชุมชนรอบมัสยิด งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ คือการสำรวจพื้นที่และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้กรอบแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และพื้นที่ทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนรอบมัสยิดสามารถใช้เป็นต้นแบบพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ โดยเฉพาะมัสยิดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในซึ่งมีมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมมุสลิมที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละชุมชน ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งวัฒนธรรมข้างเคียงที่หลากหลายอันเนื่องมาจากการตั้งอยู่ในพื้นที่สังคมพหุวัฒนธรรมและเป็นพื้นที่สังคมชุมชนเมืองที่ได้เปรียบในเรื่องการเดินทางและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่จะดึงดูดซึ่งเอื้อต่อการปรับตัวในการท่องเที่ยวแบบวิถีใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่า สิ่งสนับสนุนที่สำคัญคือ คนรุ่นใหม่ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารกับผู้คนทั้งในและนอกชุมชนและสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกชุมชน รวมถึงการสื่อความหมายทั้งในพื้นที่และในสังคมเครือข่ายออนไลน์เพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

* Corresponding author

E-mail address:

dulyawit.n@ramail.ru.ac.th

¹ งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่ายจากรายได้มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเภทมหาวิทยาลัย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนางบประมาณประจำปี 2564

Keywords:

linguistic landscape,
 cultural landscape,
 mosque,
 cultural tourism

Abstract

This research aims to explore and analyze the linguistic and cultural landscape of five mosques and their communities in inner Bangkok which are: (1) Mahanak Mosque, Pomprab Sattru Phai District, (2) Saifee Mosque (White Building), Klong San District, (3) Ton Son Mosque, Bangkok Yai District, (4) Chakrapong Mosque, Bang Lamphu District, and (5) Bang Uthit Mosque, Bang Kho Laem District. The results of the study can be synthesized and proposed to increase cultural tourism values for communities around mosques. The researchers applied a qualitative method to collect data from site surveys and in-depth interviews within the linguistic and cultural landscapes conceptual framework. The results showed that mosques and their communities can be developed as models for cultural tourism, especially mosques in urban social areas like inner Bangkok which has a unique cultural heritage of Muslim society in each community. They can also be linked to a variety of neighboring cultural sites due to their locations in a multicultural society. Urban community areas have advantages to adjust for new normal tourism, such as convenient transportation and information accessibility. The research also found that the key contribution was the younger generation who are active in communicating and encouraging interest to tourists, and participate in cultural networks both internal and external to the community, as well as interpret at sites and online for driving tourist attractions at present.

1. บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลกในด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ด้านอาหารริมทางที่ติดอันดับ 23 เมืองที่ดีที่สุดในโลกในด้านอาหารริมทาง โดยตัวของอาหารได้สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นจนกลายเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Wuttipan et al., 2019) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันภาคธุรกิจการท่องเที่ยวประสบปัญหานักท่องเที่ยวลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 และประเทศไทยมีการประกาศห้ามการบินระหว่างประเทศ ภาคการท่องเที่ยวจึงพยายามปรับตัวตามวิถีใหม่โดยมุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อทดแทนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่หายไป

แนวทางหนึ่งที่สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวภายในประเทศได้คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน ซึ่งในมุมมองของนักท่องเที่ยวแล้ววัฒนธรรมที่อยู่ในความสนใจมักเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนในชุมชนและลักษณะทางสังคมเฉพาะกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปคือ ต้องการเรียนรู้ความดั้งเดิม (indigenouseess) หรือความเป็นของแท้ (authenticity) ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (นุชนารถ รัตนสูงศักดิ์ชัย, 2554)

ทั้งนี้ ในกรุงเทพมหานครปรากฏต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ยังไม่ได้ต่อยอดเพิ่มมูลค่าในรูปแบบการท่องเที่ยว นั่นคือ มัสยิด ซึ่งนับได้ว่าเป็นภูมิทัศน์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่รอบข้าง ดังนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ไม่ได้หมายถึงการท่องเที่ยวแสวงบุญที่มีมัสยิดโดยตรง แต่เป็นการใช้มัสยิดเป็นพื้นที่สำคัญ (landmark) ในการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนแวดล้อมอันเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นศึกษาคุณค่าทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจของมัสยิดและพื้นที่แวดล้อม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้กรอบภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม ศึกษาตัวอย่างมัสยิด 5 แห่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเป็นมัสยิดที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และเชื่อมโยงกับบริบทของกรุงเทพมหานครตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผลจากงานวิจัยนี้นอกจากผลทางวิชาการในแง่องค์ความรู้แล้ว ยังสามารถนำไปเป็นต้นแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชน และยังสามารถส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในการอยู่ร่วมกันในสังคมที่มีความหลากหลายตามแนวทางพหุวัฒนธรรมอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรมของมัสยิดในเขตกรุงเทพมหานครในทั้ง 5 แห่งและชุมชนรอบมัสยิด

2.2 เพื่อส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนรอบมัสยิด
ทั้ง 5 แห่ง

2.3 เพื่อนำเสนอแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวแนวทางวิถีใหม่ให้กับชุมชน
รอบมัสยิด

3. เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัฒนธรรมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบหนึ่ง ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบที่เป็นรูปธรรม เช่น สถานที่สำคัญทางศาสนาและประวัติศาสตร์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรืออยู่ในนามธรรม เช่น วิถีการดำเนินชีวิต ฯลฯ ไม่ว่าจะเป็นของดั้งเดิม เช่น งานแสดงพื้นบ้านอาหารท้องถิ่น ฯลฯ หรือของร่วมสมัยอย่างเช่น ศิลปะร่วมสมัย อาหารผสมผสาน ฯลฯ ทั้งนี้ สิ่งที่สามารถนำมาส่งเสริมเพื่อการท่องเที่ยว อาจเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่น เช่น หนึ่งนครินทร์ ชาทอง ซึ่งเป็นหนึ่งตระกูลแนวอนุรักษ์ตามขนบนิยมของจังหวัดสงขลา โดยบูรณาการในรูปของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (เรียรชัย พันธุ์คง และคณะ, 2559) หรือการใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเชื่อมโยงกับสถานที่จริง ที่กล่าวถึงในวรรณกรรมขุนช้างขุนแผนที่ยังปรากฏอยู่ในปัจจุบัน การตั้งชื่อสถานที่ตัวละคร การสร้างรูปจำลอง หรือสร้างจิตรกรรมที่เกี่ยวข้อง จำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น (อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี และ ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 2558) เช่นเดียวกัน วัฒนธรรมที่ปรากฏในชีวิตประจำวัน ก็สามารถสร้างมูลค่าจากท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ เช่น กรณีศึกษาที่น่าสนใจอย่าง อาหารริมทาง (street food) ในกรุงเทพมหานครที่อ้างอิงกับพื้นที่หรือภูมิทัศน์คือถนน ร่วมกับวิถีชีวิตของผู้คนในการบริโภค โดยสะท้อนออกมาในลักษณะของความสะดวก ทั้งในแง่การเข้าถึง การพร้อมรับประทาน การมีบรรยากาศที่เหมาะสมจะน่ากลับไปรับประทานยังที่อยู่อาศัย รวมทั้งวัตถุดิบจากพื้นที่ จนนำไปสู่รสชาติเฉพาะตัวที่ถูกใจนักท่องเที่ยว (D'Antuono, 2012)

ดังนั้นกลไกสำคัญในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ใช่ตัววัฒนธรรมเอง แต่เป็นแนวทางพัฒนาและจัดการ ซึ่งควรมีทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร่วมผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เพื่อเป็นการสร้างระบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นซึ่งอาจอยู่ในแง่ของการสร้างอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การตลาด กลยุทธ์สื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว เป็นต้น (ศรีวิราพร คำอ่อง และคณะ, 2554) ทั้งนี้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนแล้ว ยังมีประโยชน์ในแง่การสร้างความรู้ถึงคุณค่า สร้างจิตสำนึกการจัดการทุนและทรัพยากรในชุมชน การสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น (วรภาพ วงศ์รอด, 2557) นอกจากนี้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังสามารถช่วยประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวผ่านองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น การเป็นสิ่ง

ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การมีสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ศุภรัตน์ พิณสุวรรณ และคณะ, 2557)

3.1 ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏบนวัตถุในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง โดยมีแนวคิดที่ว่า วัตถุที่แสดงภาษาในพื้นที่เกิดขึ้นจากบริบทรอบตัวผู้คนซึ่งสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังบอกเล่าประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคม โดยสะท้อนออกมาในป้ายสาธารณะ (Mooney & Evans, 2019, pp. 99-125; Shohamy et al., 2010, pp. xi-xxviii) ภาษาที่ปรากฏในที่สาธารณะยังเป็นหลักฐานทางภาษาศาสตร์เชิงสังคมนิเวศวิทยา แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เช่น แมวย่านบางลำพูและย่านสยามสแควร์จะเป็นย่านการค้าเหมือนกัน แต่ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์แสดงให้เห็นว่า ย่านสยามสแควร์แสดงอัตลักษณ์เป็นพื้นที่ของผู้มีการศึกษา เพราะพบป้ายการแข่งขันด้านการศึกษาอย่างแพร่หลาย ในขณะที่ย่านบางลำพูจะแสดงลักษณะของความเป็นชนนิยมสูงกว่า (Wangpusit, 2019) หรือกรณีศึกษาถนนหลัก 6 เส้นใจกลางเมือง ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ที่พบทั้งภาษาสากลอย่างภาษาอังกฤษที่แสดงความเป็นโลกาภิวัตน์ (globalization) ปรากฏภาษามลายูซึ่งเป็นตัวแทนภูมิภาคที่ติดต่อกัน (regionalization) ปรากฏภาษาไทยในฐานะตัวแทนรัฐชาติ (nationalism) และยังปรากฏภาษามลายูปัตตานีในรูปภาษาเขียนแบบยาวีที่แสดงความเป็นท้องถิ่น (localization) (Suaykratok & Manosuthikit, 2019)

ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ยังสามารถประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยว เช่น ใช้สำรวจความพร้อมในแง่ของการท่องเที่ยว ดังเช่น งานของพิชัย แก้วบุตร (2563) ที่ใช้ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ศึกษาความพร้อมด้านภาษาจีนของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานี หรืองานของ Jocuns (2016) ที่ประยุกต์ศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นความหลากหลายทางสัญศาสตร์ เช่น ป้ายแจ้งระเบียบสำหรับชาวต่างชาติ และพบความน่าสนใจในกรณีของวัดที่พบป้ายบริจาค ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ นอกเหนือจากภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากล โดยพบทั้ง ภาษาเกาหลี ภาษามลายู ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพุทธศาสนิกชนของไทยในชีวิตประจำวันอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งงานของถนอมจิตต์ สาราด และสรวิทย์ ไกรเสม (2562) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์กับธุรกิจการค้าย่านนาเหนือที่เป็นพื้นที่บรรจบกันระหว่างผู้ค้าชาวไทยกับลูกค้ามุสลิมจากตะวันออกกลาง พบว่าการสร้างอิทธิพลทางภาษาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ด้วยการใช้ป้ายภาษาอาหรับเพื่อสื่อสารเบื้องต้น และยังสะท้อนความเชื่อมโยงระหว่างการใช้ภาษาบนป้าย การค้าและวิถีชีวิตในย่านนาเหนือ

3.2 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (cultural landscapes) คำว่าภูมิทัศน์วัฒนธรรม ปรากฏในงานของคาร์ล โอ ซาวเออร์ (Sauer, 1925, pp. 19-53, อ้างถึงใน Riesenweber, 2008) นักภูมิศาสตร์วัฒนธรรมชาวอเมริกัน ตั้งแต่ปี 1925 โดยปรากฏคู่กับภูมิทัศน์ธรรมชาติ (natural landscapes) ความเกี่ยวข้องระหว่างภูมิทัศน์วัฒนธรรมกับภูมิทัศน์ธรรมชาติคือ มนุษย์หรือกลุ่มชนที่มีวัฒนธรรมได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ธรรมชาติ ตามพลวัตทางสังคม เศรษฐกิจ การปกครองหรือศาสนา และมีพัฒนาการที่สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน (Riesenweber, 2008) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมจึงหมายถึง ค่านิยมทุกสิ่งทุกอย่างทั้งทางรูปธรรมและนามธรรม อันเป็นสิ่งที่ผู้คนในสังคมยึดถือร่วมกันและได้กระทำต่อสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและภูมิประเทศ เพื่อสร้างความเจริญงอกงาม และพัฒนาสังคมของมนุษย์ เป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ประกอบด้วยแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ อันมีความเกี่ยวเนื่องกับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ และมีคุณค่าทางด้านความงาม (Taylor, 2009, pp. 8-13)

หลักการของภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่นำมาใช้พิจารณาว่า “อย่างไรถึงเรียกว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” ได้แก่ 1) มีธรรมชาติเป็นรากฐานของมรดกทางวัฒนธรรม 2) สิ่งแวดล้อมเป็นบริบทของการกระทำหรือกิจกรรมของมนุษย์ และ 3) เกิดจากการรับรู้เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น โดยสามารถเชื่อมโยงกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ภูมิทัศน์นั้น ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม (sense of place) นอกจากนี้ตามความหมายหรือคำจำกัดความของภูมิทัศน์วัฒนธรรม จะเห็นได้ว่าแนวคิดเรื่องบูรณาการที่แสดงผ่านแนวคิดภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ ความพยายามที่จะเชื่อมโยงให้เห็นว่า เราไม่สามารถคิดแยกส่วนระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรม เหตุเพราะภูมิทัศน์ที่ปรากฏอยู่ในทุกวันนี้แม้จะดูเหมือนเป็นมรดกทางธรรมชาติ แต่แท้จริงแล้วภูมิทัศน์นั้นล้วนมาจาก “วัฒนธรรม” หรือสิ่งที่เกิดจากมนุษย์ทั้งสิ้น ส่วนอีกแนวคิดหนึ่งคือ ความเปลี่ยนแปลง (change) เนื่องจากภูมิทัศน์วัฒนธรรมนั้น คือ พื้นที่ที่ถูกเปลี่ยนแปลงโดยมนุษย์ทั้งที่โดยตั้งใจและโดยเหตุบังเอิญซึ่งทำให้พื้นที่นั้นเกิดคุณค่าขึ้นมา ทั้งนี้ความเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดขึ้นตลอดเวลา ผลการเปลี่ยนแปลงนั้นก่อให้เกิดชั้นทางประวัติศาสตร์ของภูมิทัศน์ (layers of history) นั้นเอง (ฐาปนา บุญยประวัติร และ ปัทม ญาติมาภ, 2563)

จะเห็นได้ว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นปรากฏการณ์ที่เชื่อมโยงกายภาพของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่กับผู้คนหรือชุมชนที่เข้าไปอยู่อาศัยหรือใช้ประโยชน์ ชุมชนดังกล่าวได้ปรับตัวเองให้เข้ากับพื้นที่ พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนสภาพพื้นที่ให้เข้ากับวิถีชีวิตของตน ส่งผลให้ภูมิทัศน์วัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ต่างมีอัตลักษณ์เฉพาะ ผ่านการเปลี่ยนแปลงสั่งสมมาหลายชั่วอายุคน จนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นในที่สุด (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2551; ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2532)

การตระหนักถึงคุณค่าของภูมิทัศน์วัฒนธรรม อันประกอบไปด้วยสภาพภูมิศาสตร์ สภาพวิถีชีวิตต่าง ๆ ของชุมชน มีผู้ศึกษาเพื่อนำไปปรับใช้เพื่อการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้มีการศึกษาที่นำภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชนริมน้ำ ชุมชนพหุวัฒนธรรมและชุมชนมุสลิมมาปรับใช้เพื่อการท่องเที่ยว อาทิเช่น

กิตติพร โอบุญ และคณะ (2544) ได้ศึกษายานุกฎจีนและพื้นที่ใกล้เคียงอันเป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งการเรียนรู้และแหล่งรายได้ของประชาชน พบว่า ผู้ที่ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนา ได้แก่ ชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐ โดยชุมชนควรมีบทบาทในด้านการมีส่วนร่วม ทั้งในด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมและในด้านความรับผิดชอบ การตรวจสอบ และรับผลประโยชน์จากการพัฒนาแหล่งวัฒนธรรม ในส่วนของสถาบันการศึกษา มีบทบาทในด้านการสร้างกระบวนการเรียนรู้ และหลักสูตรท้องถิ่นโดยใช้ข้อมูลจากแหล่งวัฒนธรรม และในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ ควรมีบทบาทในด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมของชุมชนโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการกระจายอำนาจ

รัฐพงศ์ ปิ่นแก้ว และ พัสตราภรณ์ ทิพย์โสธร (2557) ได้ศึกษาการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมปากคลองสวนหมากเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่านครชุมหรือตำบลสวนหมาก อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ในอดีตมีชุมชนที่อาศัยอยู่ตามลำคลองสวนหมาก ซึ่งเป็นชุมชนที่มีมาตั้งแต่สมัยรัชการที่ 5 และยังคงปรากฏร่องรอยของการจัดการภูมิทัศน์และมรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงความรุ่งเรืองในอดีต ทั้งรูปแบบการตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ริมน้ำ วิถีชีวิตในย่านการค้าเก่า รูปแบบทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมของอาคารบ้านเรือน และเรื่องราวประวัติศาสตร์ของพื้นที่ ทั้งนี้การออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมปากคลองสวนหมากเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีการออกแบบครอบคลุมทั้งด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ไปพร้อม ๆ กับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของสิ่งที่มีอยู่ เพื่อความยั่งยืนของชุมชน

เอม อัจฉิราไพศาล (2556) ได้ศึกษาชุมชนวัดเกตที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากหลากหลายศาสนา เช่น พุทธ คริสต์ อิสลาม และชนชาติอื่น ๆ เช่น จีน ไทยพื้นเมืองอินเดีย พม่า โดยผู้คนที่มีความหลากหลายนี้กับเกี่ยวดองกันด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคม เช่น ชื่นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ฯลฯ ทั้งยังมีการแต่งงานข้ามศาสนาและชาติพันธุ์ ทั้งนี้ เนื่องจากพื้นที่ชุมชนวัดเกตในอดีตนั้นเป็นจุดขนส่งสินค้าริมแม่น้ำปิง จึงทำให้วัดเกตเป็นหนึ่งในชุมชนประวัติศาสตร์ของเชียงใหม่ และเป็นต้นแบบในการรวมตัวกันของชุมชน ทั้งยังเลือกที่จะไม่รับนโยบายพัฒนาของหน่วยงานราชการที่จะเปลี่ยนผังเมืองจากชุมชนที่อยู่อาศัยให้เป็นย่านพาณิชยกรรม เพื่อบรรเทาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการขยายถนนเพื่อ

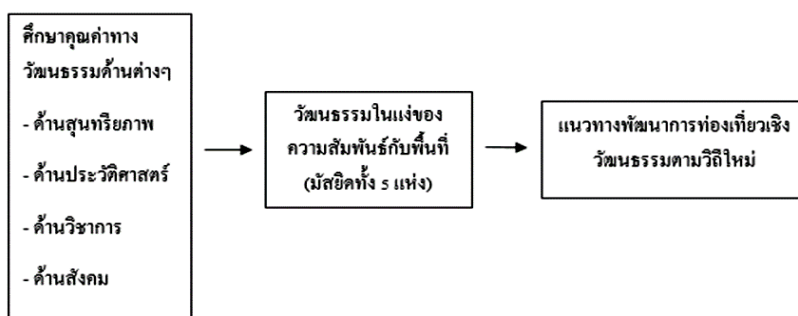
แก้ไขปัญหาการจราจรที่ติดขัด โดยทางชุมชนต่อสู้เพื่อรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ด้วยการส่งเสริมให้ส่งเสริมเป็นชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทดแทน

นพวรรณ ตรีศิลป์ และ วรวิทย์ สุเมธ (2561) ได้ศึกษาการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาภาคบ้านฮ่อ ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าชาวมุสลิมจีนยูนนาน (หุย) คือ ชาติพันธุ์กลุ่มแรกที่มีบทบาทต่อการก่อตั้งชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ ซึ่งในปัจจุบันชุมชนมีลักษณะทางกายภาพแบบชุมชนเมือง มีสังคมพหุวัฒนธรรม ทั้งนี้ ชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนยังคงสืบทอดอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมบางประการของชาติพันธุ์มาจนปัจจุบัน เช่น ภาษาจีนยูนนาน การค้าขาย การนับถือและการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอิสลาม การแต่งกาย และภูมิปัญญาด้านอาหาร โดยมีการปรับตามบริบทสังคม ยุคสมัย และผสมผสานกับวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่อยู่อาศัยร่วมกัน โดยภาคบ้านฮ่อ มีความเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์อัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมของชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนผ่านการค้าขายมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้แนวทางในการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวภาคบ้านฮ่อที่เหมาะสม คือ การปฏิสังขรณ์หรือการสร้างขึ้นใหม่ในรูปแบบเดิม (reconstruction) เน้นการรื้อฟื้นวิถีชีวิตวัฒนธรรม และบรรยากาศความเป็นมุสลิมจีนยูนนาน โดยไม่กระทบต่อลักษณะทางกายภาพและสถาปัตยกรรมเดิมของท้องถิ่น

จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม เพื่อศึกษาพื้นที่ทั้ง 5 แห่ง โดยดัดแปลงเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



4. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือการสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้กรอบแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม

โดยทบทวนเอกสารเชิงทฤษฎีและผลการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกวัฒนธรรมในพื้นที่ศึกษา โดยพิจารณาจากคุณค่าทางวัฒนธรรม

4.1 สํารวจพื้นที่เบื้องต้นโดยประยุกต์ใช้แนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรมตลอดจนบริบทแวดล้อมทางภูมิทัศน์ทั้ง 5 แหล่ง คือ 1) มัสยิดมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย 2) มัสยิดเซฟี (ตึกขาว) เขตคลองสาน 3) มัสยิดต้นสน เขตบางกอกใหญ่ เขตธนบุรี 4) มัสยิดจักรพงษ์ เขตบางลำพู และ 5) มัสยิดบางอุทิศ เขตบางคอแหลม

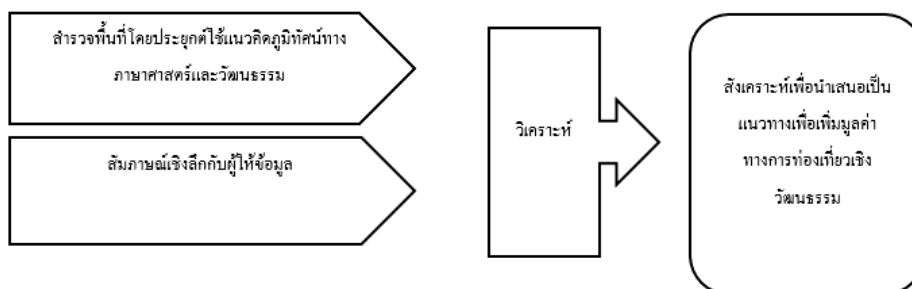
4.2 เก็บข้อมูลภาคสนามทั้ง 5 แหล่ง โดยใช้แบบฟอร์มการสำรวจภาคสนามและรวบรวมข้อมูลร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้อง ผ่านการรวบรวมข้อมูลเอกสาร (documentary search) การสังเกตการณ์ (observation) แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลมัสยิดละ 3 คน ได้แก่ ตัวแทนมัสยิด 1 คน (อาจเป็นผู้ที่มีตำแหน่งในคณะกรรมการมัสยิดหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้ข้อมูล) ผู้ประกอบอาชีพในพื้นที่ชุมชน 1 คน (ทั้งที่เป็นคนในหรือนอกพื้นที่) และผู้พักอาศัยในชุมชน 1 คน (ทั้งที่เป็นคนดั้งเดิมหรืออพยพเข้ามาภายหลัง) รวมทั้งสิ้น 15 คน ประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของชุมชน และการปรับชุมชนรอบมัสยิดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งในแง่ของข้อคิดเห็น ความพร้อมของชุมชน ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น รวมถึงข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียโดยตรง

4.3 จัดทำรายงานการวิเคราะห์ภูมิทัศน์วัฒนธรรมมัสยิดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในทั้ง 5 แห่ง และชุมชนรอบมัสยิดด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (content analysis) ศึกษาและการพรรณนา (descriptive) ข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแยกแยะข้อมูลเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ ความเป็นไปได้และศักยภาพของชุมชนรอบมัสยิดที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามวิถีใหม่ และความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับชุมชนรอบมัสยิด

4.4 เสนอแนะแนวทางการเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวแนวทางวิถีใหม่ให้ชุมชนพร้อมสรุปผลการศึกษา ตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปการดำเนินการวิจัยได้ดังแผนภาพที่ 2

ภาพที่ 2

รูปแบบการดำเนินการวิจัย



5. ผลการวิจัย

จากการสำรวจพื้นที่มัสยิดและชุมชนรอบมัสยิดทั้ง 5 แห่ง ตามแนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม พบว่า มัสยิดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจเพราะโดดเด่นทั้งในแง่สถาปัตยกรรมและประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานครพื้นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายต่าง ๆ ความสัมพันธ์ดังกล่าวเริ่มจากในแง่ของพื้นที่ ตั้งอยู่ติดกัน ใกล้กัน และผ่านวันเวลาจนหลอมเป็น 'ย่าน' เดียวกัน

ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่แสดงให้เห็นว่า ผู้คนในชุมชนภูมิใจในอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ของตนเอง ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นตัวแทนมัสยิด ก็จะสามารถบอกเล่าที่มาและความโดดเด่นของชุมชนของตนเองได้อย่างละเอียด ในขณะที่ผู้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการอาชีพและผู้อาศัยในชุมชน ก็จะแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของชุมชนต่อคนภายนอกหลายระดับ ความแตกต่างเหล่านี้เป็นผลมาจากประวัติศาสตร์ โดยบางชุมชนค่อนข้างเปิดกว้างต่อบุคคลภายนอก เช่น ชุมชนมัสยิดบางอุทิศ เพราะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมอย่างเอเชียทีค หรือชุมชนมัสยิดมหานาคที่เป็นย่านการค้าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในขณะที่บางชุมชนเปิดรับบุคคลภายนอกในกรณีที่เป็นการศึกษาเพื่อมาศึกษาและเรียนรู้ มัสยิดและชุมชนในลักษณะนี้มักมีคุณค่าและความภาคภูมิใจในอดีต เช่น ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ที่ตั้งอยู่ในเขตพระราชฐานชั้นในและเป็นช่างทองหลวง หรือชุมชนมัสยิดต้นสนที่เป็นที่ฝังศพของขุนนางใหญ่ในสมัยรัตนโกสินทร์และจุฬาราชมนตรีหลายท่าน ในขณะที่บางชุมชนมีลักษณะค่อนข้างเฉพาะตัวแต่ก็ไม่ได้ปิดกั้นบุคคลภายนอก เช่น ชุมชนมัสยิดเซฟี่ซึ่งเป็นของกลุ่มพ่อค้ามุสลิมนิกายชีอะห์แบบด้าวดี โบห์รา ที่มีสมาชิกในไทยประมาณ 500 คนเท่านั้น และปัจจุบันได้ย้ายออกไปจากชุมชนแล้ว

ผู้วิจัยพบว่า หากต้องการขับเคลื่อนมัสยิดและชุมชนรอบข้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องทำให้ผู้คนในชุมชนเกิดความภูมิใจในอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ของตนเอง

ทั้งนี้ ควรสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมกับคนรุ่นก่อนหน้า เพื่อสื่อสารและสร้างการรับรู้ที่เป็นประสบการณ์ร่วมให้นักท่องเที่ยว รวมทั้งต้องมีเครือข่ายทางวัฒนธรรมทั้งในและนอกชุมชนเพื่อแสวงความร่วมมือในด้านต่าง ๆ การสื่อสารดังกล่าวควรมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนทัศนคติของผู้คนภายนอกที่มีต่อชุมชนมุสลิม เพราะผู้คนส่วนใหญ่ยังเห็นว่าชุมชนรอบมัสยิดเป็นชุมชนเฉพาะกลุ่มมุสลิมและเข้าถึงวัฒนธรรมมุสลิมได้ยาก ซึ่งในความเป็นจริงแล้วหากชุมชนรอบมัสยิดสามารถสื่อความหมายได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเห็นอาคารมัสยิด นั่นคือแลนด์มาร์กหรือพื้นที่สำคัญที่บ่งบอกว่าบริเวณนั้นมีสินค้าฮาลาล มีอาหารฮาลาล มีบริการฮาลาล ซึ่งคนทั่วไปสามารถเข้ามาแวะชม จับจ่าย บริโภคหรือใช้บริการได้ การเข้าชมมัสยิดเป็นพื้นที่สำคัญหรือแลนด์มาร์กทางการท่องเที่ยว ไม่ได้หมายความว่าความเข้าไปเที่ยวในตัวมัสยิดโดยตรงในเวลาใดก็ได้ แต่ข้อจำกัดดังกล่าวกลับส่งผลดีต่อการจัดการท่องเที่ยว เพราะเป็นการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในสถาปัตยกรรมและมรดกศิลปวัฒนธรรมอย่างแท้จริง อันเหมาะสมยิ่งต่อแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในแง่ของภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ มัสยิดได้ใช้ภาษาในพื้นที่แสดงหน้าที่หลายประการ โดยแสดงอัตลักษณ์ทั้งรากเหง้าของตัวเอง เช่น ใช้รูปเขียนยาวีสะท้อนความเป็นมลายูมุสลิม ดังภาพที่ 3 แสดงอัตลักษณ์ทางความเชื่อ เช่น ใช้ภาษาอาหรับและภาษาลีซาน ดาวัดแสดงอัตลักษณ์ความเชื่อมุสลิมชีอะห์แบบดาวูดีย์ โบห์รา ดังภาพที่ 4 สื่อสารกับบุคคลที่เข้ามาในพื้นที่โดยสะท้อนออกมาในรูปการปนภาษา ดังภาพที่ 5 กำหนดขอบเขต แสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจในพื้นที่ เช่น ใช้ภาษาจีนสื่อสารกับผู้ค้าขายเชื้อสายจีน ดังภาพที่ 6 และแสดงความงามทางศิลปะผ่านตัวอักษรวิจิตรภาษาอาหรับที่เป็นตัวแทนของทั้งความรู้ ความศรัทธา และความงดงามในเวลาเดียวกัน ดังภาพที่ 7

ภาพที่ 3

ป้ายชื่อมัสยิดบางอุทิศประกอบด้วยภาษาไทยและมลายูแบบยาวี



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564

ภาพที่ 4

ภาษาในตัวมัสยิดเซฟีที่แสดงอัตลักษณ์อิสลามชื่อหะแบบดาวูดีย์ โบห์รา



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2564

ภาพที่ 5

การปนภาษาภายในอาคารมัสยิดมหานาค



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564

ภาพที่ 6

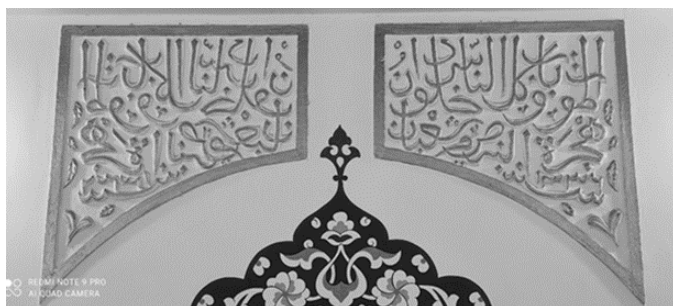
ป้ายมัสยิดมahanakบริเวณทางเข้า



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564

ภาพที่ 7

อักษรวิจิตรแบบแปลน (النبية) หรือแบบกระจากสะท้อน (المرايا) มัสยิดบางอุทิศ



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564

ในแง่ของภูมิทัศน์วัฒนธรรมของมัสยิดและชุมชนรอบมัสยิดในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในทั้ง 5 แห่ง ผู้วิจัยพบลักษณะดังต่อไปนี้

ชุมชนมัสยิดมahanak มีทุนทางภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นชุมชนชุมทางค้าขายที่มีภูมิทัศน์ริมคลองงดงาม มีสถาปัตยกรรมมัสยิดแบบโปรตุเกส มีประวัติศาสตร์เกี่ยวพันไปถึงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ และปรากฏกลุ่มทางสังคมที่เป็นคนรุ่นใหม่ซึ่งทำงานแก้ไขปัญหาตามแนวทาง New Normal อย่างชัดเจน ทั้งยังทำงานให้กับชุมชนอย่างเข้มแข็งโดยใช้วิธีการสื่อสารกับสังคมในรูปแบบของคนรุ่นใหม่

ภาพที่ 8

ภูมิทัศน์คลองมหานาค

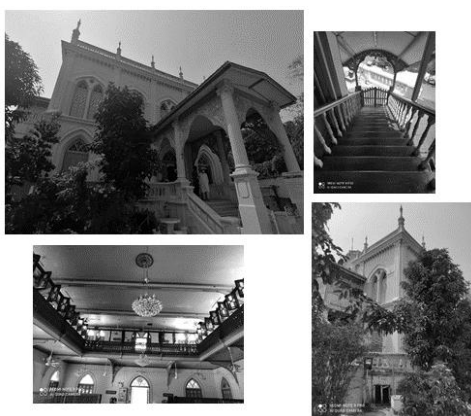


หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2564

ชุมชนมัสยิดเซฟี (ตึกขาว) มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ในฐานะเป็นชุมชนการค้าของชาวมุสลิมจากดูดีโบห์ราอินเดียที่เข้ามาอาศัยอยู่ในแผ่นดินสยามนับแต่สมัยรัชกาลที่ 4-5 นอกจากนี้ชุมชนมัสยิดเซฟียังมีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ในฐานะวัฒนธรรมจากดูดีโบห์ราอินเดียแบบดั้งเดิม ตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับชุมชนรอบข้าง มีภูมิทัศน์ริมน้ำที่สงบงดงาม ตลอดจนเริ่มมีนวัตกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการในพื้นที่ใกล้เคียงรวมทั้งกลุ่มทางสังคมวัฒนธรรมที่เข้มแข็งอย่างกลุ่ม“ยังชน” ที่สามารถเชื่อมโยงความร่วมมือทางสังคมกับกลุ่มวิชาการ กลุ่มทางสังคม กลุ่มธุรกิจและกลุ่มภาครัฐ

ภาพที่ 9

ภาพสถาปัตยกรรมและมณฑานศิลป์มัสยิดเซฟี



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2564

ชุมชนมัสยิดต้นสน เป็นชุมชนมุสลิมชุมชนหนึ่งที่เก่าแก่และสำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพฯ มีอายุราว 400 ปี นับแต่สมัยอยุธยา เชื่อมโยงต่อเนื่องมาถึงสมัยธนบุรีและรัตนโกสินทร์ นอกจากนี้ยังมีความงดงามของอาคารมัสยิด วัฒนธรรมวัตถุในมัสยิดมีความงดงามและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีภูมิทัศน์คลองบางกอกใหญ่ที่โดดเด่น ตลอดจนเชื่อมโยงได้กับพื้นที่วัฒนธรรมรอบข้าง อาทิ พระราชวังเดิมในพระบาทสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช หรือเชื่อมโยงกับมัสยิดของมุสลิมในกายซื่อะห์ที่ใกล้เคียงกันคือ มัสยิดบางหลวงและมัสยิดเจริญพาห์น เป็นชุมชนพหุวัฒนธรรมที่อยู่อาศัยกับชุมชนและศาสนิกสถานของศาสนาพุทธได้อย่างดี

ภาพที่ 10

ภาพการเสด็จพระราชดำเนินของรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9 ณ มัสยิด ต้นสน บริเวณป้ายประชาสัมพันธ์ของมัสยิดต้นสน



หมายเหตุ: ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564

ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ตั้งอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์ที่แวดล้อมไปด้วยชุมชนวัฒนธรรมอื่น ๆ ในแถบบางลำพู จึงมีจุดแข็งในเรื่องการเชื่อมโยงกับชุมชนวัฒนธรรมอื่นๆ ได้ง่าย ทั้งยังปรากฏความร่วมมือเนื่องจากมีย่านร้านอาหารที่มีบรรยากาศโหยหาอดีต (nostalgia) นอกจากนี้ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ปรากฏมรดกทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนทั้งจากสถาปัตยกรรมและมรดกศิลปของมัสยิด อาหารมุสลิมในตรอกมัสยิดที่ขึ้นชื่อ มีภูมิปัญญาช่างฝีมือด้านการทำทองแบบโบราณ นอกจากนี้ยังร่วมมือกับพิพิธบางลำพูและกลุ่ม “เกสรลำพู” ในลักษณะเครือข่ายทางสังคม ร่วมขับเคลื่อนการอนุรักษ์และพัฒนา มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ เขตพระนคร ในฐานะส่วนหนึ่งของย่านบางลำพู

ภาพที่ 11

ภาพการสื่อความหมายการทำทองของชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ในพิพิธภัณฑ์บางลำพู



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2564

ชุมชนมัสยิดบางอุทิศ มีความงดงามของสถาปัตยกรรม อักษรอาหรับวิจิตร และ มัณฑนศิลป์ภายในอาคารมัสยิด เป็นเอกลักษณ์ที่ผสมผสานระหว่างช่างในพื้นที่กับรูปแบบ ออตโตมัน-ตุรกี มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ความร่วมมือของไทย-ตุรกี นอกจากนี้ชุมชน ยังอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือเอเชียทีคอนันเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ในชุมชนยังมีอาหาร นานาชนิด มีภูมิทัศน์แม่น้ำและคลองทางธรรมชาติที่สวยงาม โดยสามารถสื่อความหมาย ทางการทำทองเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ต่อไป

ภาพที่ 12

ภาพตราสัญลักษณ์ของจักรวรรดิออตโตมัน ณ บริเวณด้านหน้ามัสยิดบางอุทิศ



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564

ผู้วิจัยยังพบว่าพื้นที่ทั้ง 5 มัสยิดยังมีจุดเด่นที่สามารถเป็นต้นแบบให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อื่นได้ เช่น การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับพื้นที่ใกล้เคียง โดยพบในชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ที่เป็นเนื้อเดียวกับย่านบางลำพู ผ่านพิพิธภัณฑ์บางลำพูดังภาพที่ 13 ชุมชนมัสยิดบางอุทิศที่เชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณเดียวกันอย่างเอเชียทีค ดังภาพที่ 14 เช่นเดียวกับกิจกรรมที่เข้มแข็งชุมชนมัสยิดมหานาค ในแง่ของการค้า ร้านอาหาร โดยสามารถเชื่อมโยงกับตลาดโบ๊เบ๊ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับโรงพยาบาลธนบุรีบำรุงเมืองดังภาพที่ 15 นอกจากนี้ประวัติศาสตร์ของมัสยิดเองยังสามารถสื่อถึงคุณค่า และความเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจทางสังคม ดังกรณีของชุมชนมัสยิดต้นสนที่เป็นแหล่งรวมมุสลิมที่มีบทบาทในอดีตที่ถ่ายทอดออกมาผ่านสุสาน (กุโบร์) ดังภาพที่ 16 และชุมชนมัสยิดเซฟิที่สามารถใช้บอกเล่าสภาพเศรษฐกิจและสังคมสมัยต้นรัตนโกสินทร์ได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 17

ภาพที่ 13

ภาพพิพิธภัณฑ์บางลำพูที่ทำหน้าที่รักษาและนำเสนอวัฒนธรรมย่านบางลำพู



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2564

ภาพที่ 14

ภาพที่จอดรถของเอเชียทีคและหออะซานมัสยิดบางอุทิศด้านหลัง



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564

ภาพที่ 15

ภาพตลาดโป๊เบ๊และโรงพยาบาลธนบุรีบำรุงเมืองที่ใกล้เคียงกับชุมชนมัสยิดมหานาค



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2564

ภาพที่ 16

ภาพหลุมศพพระยาจุฬาราชมนตรี (สิน) และเจ้าพระยาจักรีศรีอโศก (หมุด) ในบริเวณมัสยิดต้นสน



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2564

ภาพที่ 17

ภาพภาพโกดังข้าวเก่า และโรงเกลือเก่าในบริเวณใกล้เคียงกับมัสยิดเซฟิ



หมายเหตุ. ผู้วิจัย ถ่ายเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2564

การเชื่อมโยงระหว่างมัสยิดกับชุมชนรอบข้าง ยังอาจสามารถทำในรูปแบบเส้นทาง โดยจับคู่ระหว่างมัสยิดที่ใกล้เคียง เช่น เส้นทางมัสยิดบางอุทิศ-อัลอะดีก หรือเส้นทางมัสยิดเซฟี-มัสยิดตึกแดง เป็นต้น นอกจากนี้องค์ประกอบบางประการในบริเวณมัสยิด สามารถนำมาสร้างเรื่องราวเพื่อเพิ่มมูลค่าในแง่วัฒนธรรมได้ ดังเช่น สุสานในมัสยิด ศิลปะและสถาปัตยกรรมในมัสยิด

กล่าวโดยสรุป ชุมชนมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ล้วนเป็นชุมชนพหุวัฒนธรรมที่เกื้อกูลและอยู่อาศัยร่วมกันของผู้คนในหลากหลายกลุ่มศาสนา กลุ่มวัฒนธรรม ดังนั้น การท่องเที่ยวในรูปแบบของย่านในเมือง สามารถใช้มัสยิดเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับชุมชนหรือย่านแวดล้อม ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความหมายและประเภทของ “ย่านชุมชนเก่า” ที่สามารถนำมาปรับใช้กับพื้นที่ทั้ง 5 ชุมชน ล้วนเป็นชุมชนที่เกี่ยวกับความทรงจำ ควรค่าแก่การอนุรักษ์และส่งเสริมพัฒนาด้วยแนวทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองต่อการท่องเที่ยววิถีใหม่

6. สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการปรับใช้แนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม ร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อสำรวจ สังเคราะห์ และนำเสนอแนวทางเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีใหม่ให้กับชุมชนรอบมัสยิด ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้ง 5 แห่ง ผู้วิจัยพบว่า วัตถุที่แสดงภาษาและวัฒนธรรมในพื้นที่ สะท้อนวิถีชีวิตและความร่วมมือกันระหว่างมัสยิดและสมาชิกชุมชน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนมุสลิมกับสถานที่รอบข้าง ทั้งที่เป็น วัด โบสถ์ ศาลเจ้า แม่น้ำ สวนสาธารณะ พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ เช่นเดียวกับการร่วมมือกับชุมชนอื่น ๆ รอบข้างภายใต้ความหลากหลายทางความเชื่อ ชาติพันธุ์ และวิถีชีวิต ลักษณะเช่นนี้คือ คุณค่าทางสังคมที่เป็นเอกลักษณ์ของการเป็นสังคมมุสลิมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งปรากฏชัดเจนทั้งชุมชนมัสยิดมหานาค ชุมชนมัสยิดบางหลวง ชุมชนมัสยิดบางอุทิศ ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ยกเว้นชุมชนมัสยิดเซฟีที่ผู้คนย้ายถิ่นฐานจนเหลือแต่ตัวมัสยิดเท่านั้น อย่างไรก็ตามสามารถเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มทางสังคมอื่นๆ ที่เคลื่อนไหวทางสังคมในย่านคลองสาน โดยอาจเป็นรูปแบบของย่านที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ร่วมอย่างหลากหลายกับพื้นที่โดยรอบ

ทั้งนี้แนวทางเพิ่มมูลค่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำเป็นต้องรักษาสมดุลระหว่างการสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่กับวัฒนธรรมข้างเคียงอื่นๆ และต้องพัฒนาปรับใช้ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในยุคโควิด 19 ที่อาศัยเครื่องมือทางการสื่อความหมายทั้งในพื้นที่พร้อมด้วยมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ร่วมกับการสื่อความหมายในโลกออนไลน์

เพื่อกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยการสื่อความหมายนั้นต้องไม่ทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมเสียคุณค่าดั้งเดิมไป ดังนั้น การระบุถึงสิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จะนำมาสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว การมีวิธีการสื่อความหมายที่น่าสนใจ การสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ควรมีเครือข่ายทางวัฒนธรรมทั้งในและนอกชุมชนใกล้เคียง ทั้งนี้ เขตกรุงเทพมหานครนั้นอันเป็นพื้นที่สังคมชุมชนเมืองซึ่งมีข้อได้เปรียบในเรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การปรับตัวของผู้คนต่อโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม การจัดการการท่องเที่ยวในช่วงของการเปลี่ยนผ่านของยุคสมัยเช่นนี้ จำเป็นต้องอาศัยความยืดหยุ่น การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและกลุ่มคณะกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่เข้มแข็งเพื่อผลประโยชน์จะเกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและชุมชนนั้น ๆ ต่อไป

7. อภิปรายผล

การใช้แนวคิดภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์สำรวจและสังเคราะห์ลักษณะพื้นที่ พบว่า ภาษาในพื้นที่แสดงทั้งอัตลักษณ์ของพื้นที่และอัตลักษณ์รอบข้าง การปนภาษาที่พบยังสะท้อนลักษณะผู้คนทั้งที่เป็นเจ้าของพื้นที่ในแง่ของอัตลักษณ์ และเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารกับผู้คน ที่เข้ามาในพื้นที่ผ่านป้ายในภาษาต่าง ๆ ลักษณะดังกล่าวสามารถสังเคราะห์ออกมาเป็นบริบทของชุมชนรอบมัสยิด จุดเด่น หรืออัตลักษณ์ที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ผู้วิจัยพบว่า มัสยิดและชุมชนรอบข้างมีระดับปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้ามาต่างกัน มีระดับการเปิดรับผู้คนต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับระดับการปนภาษาในพื้นที่ ผลการศึกษายังเพิ่มมิติจากงานของ Suaykratok and Manosuthikit (2019) ที่นำเสนอความสัมพันธ์ของพื้นที่กับภาษา โดยวัฒนธรรมหรือสัญญาณในมัสยิดยังแสดงความสัมพันธ์ระดับโลกอิสลาม (islamization) ผ่านตราสัญลักษณ์ของอาณาจักรออตโตมัน โดยยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของโลกมุสลิม นอกจากนี้มัสยิดในเขตกรุงเทพมหานครในยังแสดงความสัมพันธ์กับความเป็นไทย (thaization) โดยสะท้อนผ่านชื่อมัสยิดที่เป็นภาษาไทย เช่น มัสยิดมหานาค มัสยิดต้นสน มัสยิดจักรพงษ์ มัสยิดบางอุทิศ ซึ่งต่างจากมัสยิดที่ก่อตั้งในสมัยหลังที่มักมีชื่อเป็นภาษาอาหรับ

ผู้วิจัยพบบทบาทของอักษรวิจิตรอาหรับที่สื่อความหมายกว้างกว่าการศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ที่มักเน้นที่อัตลักษณ์ ความหลากหลาย อำนาจในพื้นที่ หรือวัฒนธรรม โดยอักษรวิจิตรอาหรับเป็นวัตถุทางภาษาในพื้นที่ที่ทำหน้าที่สื่อถึงศรัทธาผ่านความงามทางมนต์ศิลป์ เช่นเดียวกัน หากพิจารณาในแง่ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม อักษรวิจิตรอาหรับยังปรับตัวเองจากหน้าที่หลักของรูปเขียนที่ใช้บันทึกข้อมูล กลายเป็นงานศิลปะที่สามารถปรากฏในพื้นที่ทางสถาปัตยกรรมรูปแบบต่าง ๆ เช่น พื้นเรียบอย่างผนังและเพดาน หรือพื้นที่โค้งมน

อย่างชุมชนประตู่และพื้นที่ภายในรอบโดม เหล่านี้ล้วนต้องการความชำนาญในคิดคำนวณออกแบบ อัตราส่วนและสัดส่วนระหว่างพื้นที่กับขนาดของตัวอักษร

ส่วนประเด็นภูมิทัศน์วัฒนธรรม ทำเลที่ตั้งมัสยิดและชุมชน ได้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน โดยหากสมาชิกชุมชนยึดโยงกับการค้าขาย ที่ตั้งของชุมชนรอบมัสยิดจะติดกับท่าเรือที่เอื้อต่อการค้า เช่น มัสยิดเซฟีที่ติดกับฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา หรือมัสยิดมหานาคที่ติดกับแยกมหานาคที่เป็นแยกทางน้ำในการขนถ่ายสินค้า นอกจากนี้ตัวมัสยิดเองยังมีบทบาทในฐานะศูนย์กลางชุมชน โดยสามารถปรับเป็นแลนด์มาร์กหรือพื้นที่สำคัญในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะนอกจากความงามด้านสถาปัตยกรรมของตัวมัสยิดที่ถือว่าคุณค่าทางความเชื่อและสังคมแล้ว ผู้คนและชุมชนรอบมัสยิดยังสะท้อนอัตลักษณ์ของมัสยิดออกมา ทั้งนี้เพราะสมาชิกชุมชนคือผู้ธำรง รักษา ทำนุบำรุง และปรับแต่งบทบาทของมัสยิดให้เชื่อมโยงตามวิถีชีวิตประวัติศาสตร์ของตนเอง โดยสื่อสารออกมาต่อพื้นที่รอบข้างในย่านเดียวกัน และสื่อสารต่อผู้เข้ามาในพื้นที่ ซึ่งสะท้อนลักษณะประการสำคัญของวัฒนธรรม นั่นคือ การเปลี่ยนแปลง โดยสามารถปรับใช้มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแนวทางวิถีใหม่นับว่าเป็นการท่องเที่ยวหนึ่งที่เหมาะสมกับโลกหลังยุคโควิด

ทั้งนี้การสังเคราะห์อัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ของมัสยิดและชุมชนรอบมัสยิดทั้ง 5 แห่ง ยังสามารถพัฒนาและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ทั้งสิ้น และอาจปรับใช้แนวทางของคติชนสร้างสรรค์ (creative folklore) ซึ่งหมายถึง คติชนที่มีการสร้างสรรค์หรือผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดในบริบทใหม่ ผ่านการประยุกต์ ต่อยอด ดีความใหม่และสร้างความหมายใหม่ทางคติชน หรือการนำคติชนไปใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยอัตลักษณ์ทางท้องถิ่น อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ หรือเพื่อกิจการเชิงพาณิชย์ (ศิราพร ณ ถลาง, 2556, น. 7) เพื่อแก้ปัญหาสำคัญ นั่นคือ การหาแนวทางการสื่อความหมายและแนวทางการส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมให้คนทั่วไปรับรู้ถึงมรดกทางวัฒนธรรมของชาวมุสลิมในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นใน ดังเช่นความพยายามสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนรอบมัสยิดเซฟีในรูปแบบนวัตกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการในพื้นที่ใกล้เคียงรวมทั้งกลุ่ม “ยังธน” ที่เคลื่อนไหวเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของพื้นที่อย่างเข้มแข็ง

ในแง่ประวัติศาสตร์สังคม มัสยิดและชุมชนบางแห่งยังยึดโยงกับสถาบันหลักทางสังคม อย่างชาติ และพระมหากษัตริย์ เช่น มัสยิดและชุมชนจักรพงษ์ที่เป็นช่างทองหลวง จึงสามารถตั้งอยู่ในเขตพระราชฐานชั้นใน หรือ ในกรณีของมัสยิดและชุมชนต้นสนที่สมาชิกในชุมชนเป็นขุนนางและนายทหารชั้นผู้ใหญ่ที่ดำรงตำแหน่งสำคัญหลายท่าน อย่างไรก็ตาม มัสยิดและชุมชนยังปรับบทบาทของตนให้เข้ากับความสัมพันธ์กับสถาบันสำคัญในสังคมดังกล่าว เช่น มัสยิดจักรพงษ์ไม่มีสุสาน (กุโบร์) เพราะเป็นข้อห้ามของเขตพระราชฐานชั้นใน หรือมัสยิด

ต้นสนที่ยึดการเสด็จประภาสของในพระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 8 และ 9 เป็นหมุดหมายสำคัญทางประวัติศาสตร์ของตนเอง

การศึกษาชิ้นนี้ยังสอดคล้องกับงานของนพวรรณ ตรีศิลป์ และ วรวัชร สุเมธ (2561) ในการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษากาดบ้านฮ่อ ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพแบบชุมชนเมือง มีสังคมพหุวัฒนธรรม มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่อยู่อาศัยร่วมกัน สามารถปรับใช้เพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบการผสมผสานประโยชน์ร่วมกัน อย่างไรก็ตามยังคงแตกต่างกับกรณีชุมชนวัดเกต เชียงใหม่ ในงานของเอม อัจฉิราไพศาล (2556) โดยชุมชนวัดเกตปรากฏความร่วมมือจากระบบความสัมพันธ์ทางเครือญาติและความพยายามผลักดันชุมชนให้กลายเป็นชุมชนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าการใช้ประโยชน์จากการเป็นย่านพาณิชย์กรรมเข้มข้น

ความร่วมมือข้ามวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน ยังคงเป็นกลไกสำคัญเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังการเปิดตลาดนัดของชุมชนมัสยิดมหานาคทั้งในพื้นที่และในตลาดออนไลน์ โดยปรับตัวหลังภาวะโควิด-19 จนมีความร่วมมือกับชุมชนคนจีน และชาวพุทธรอบตลาดมหานาคมาจับจ่ายใช้สอยร่วมกับชาวมุสลิม ดังนั้น การใช้มัสยิดเป็นพื้นที่สำคัญหรือแลนด์มาร์กทางการท่องเที่ยว จึงหมายถึงการเปิดพื้นที่ ขยายพื้นที่รอบเขตมัสยิดออกไปให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของพื้นที่นั่นเอง

ส่วนการบริหารจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนมัสยิดทั้ง 5 แหล่งนั้น สอดคล้องกับงานศึกษาของกิตติพร ใจบุญ และคณะ (2544) ในกรณีศึกษาย่านกุฎีจีน โดยส่งเสริมบทบาทของชุมชนด้านการวางแผนพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมและรับผิดชอบ ตรวจสอบ รับผลประโยชน์จากการพัฒนาแหล่งวัฒนธรรม ทั้งนี้ ภาครัฐควรมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมของชุมชนโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการกระจายอำนาจจัดเช่นความร่วมมือของชุมชนรอบมัสยิดจักรพงษ์หรือชุมชนรอบมัสยิดมหานาคซึ่งพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นจากความเข้มแข็งภายในชุมชนและได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและประชาสังคมตลอดจนภาคเอกชนผู้มีส่วนได้เสียรอบชุมชน

8. ข้อเสนอแนะ

แนวทางการใช้ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์และภูมิทัศน์วัฒนธรรมศึกษาชุมชนรอบมัสยิดทั้ง 5 แห่ง สามารถนำไปดัดแปลงเป็นข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและต้นแบบเพื่อสร้างและเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวตามแนวทางวิถีใหม่โดยใช้ศักยภาพของมรดกทางวัฒนธรรมทั้งประเภทที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้เป็นสิ่งที่เป็นสถาบันวัฒนธรรม มันทนศิลป์และภูมิทัศน์ต่าง ๆ ตลอดจนภูมิปัญญา มรดกทางวัฒนธรรมอันได้แก่ ภาษา วิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อต่าง ๆ ของมัสยิดและชุมชนรอบมัสยิดในพื้นที่กรุงเทพมหานครในอันมีลักษณะเฉพาะทั้งความเป็นชุมชนมุสลิมท่ามกลางชุมชนพหุวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง/References

- กิตติพร ใจบุญ, อนงค์รัตน์ ศักดิ์ภักดี, ยุพา เรืองพุ่ม, และ จุลภัสสร พนมวัน ณ.อยุธยา. (2544). *โครงการวิจัยเพื่อการพัฒนาแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งการเรียนรู้และแหล่งรายได้ของประชาชน: กรณีศึกษาย่านกุฎีจีน*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- เกรียงไกร เกิดศิริ. (2551). *ชุมชนกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม*. อุษาคเนย์.
- นัตรชัย พงศ์ประยูร. (2532). *ศาสตร์ทางพื้นที่ บทอ่านทางภูมิศาสตร์*. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถนอมจิตต์ สาราด และ สราวุฒิ ไกรเสม. (2562). *ความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ทางภาษากับธุรกิจการค้าย่านนานาฝั่งเหนือ*. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 38(1), 24-40.
- ธีรชัย พันธุ์คง, ศิริรักษ์ จวงทอง, และ สุชาดา สุวรรณข้า. (2559). *การบูรณาการการแสดงหนังตะลุงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาหนังตะลุงนครินทร์ ชาทอง*. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 33(3), 222-240.
- นพวรรณ ตริศิลป์ และ วรวัช สุขเสมอ. (2561). *การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว*. *กรณีศึกษากาดบ้านฮ่อ ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 20(1), 36-50.
- นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย. (2554). *กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 18(1), 31-50.
- พิชัย แก้วบุตร. (2563). *ความพร้อมด้านภาษาจีนของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานี กับ MICE CITY: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์*. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเรศวร*, 17(1), 89-104.
- รัฐพงศ์ ปิ่นแก้ว และ พัสตราภรณ์ ทิพย์โสธร. (2557). *การออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมปากคลองสวนหมากเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. ใน *สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, การประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติดีครั้งที่ 4 “การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: กระบวนทัศน์การเรียนรู้สู่อาเซียน”*. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี.
- วรภพ วงศ์รอด. (2557). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์*. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 9(26), 13-28.
- ศิราพร ณ ถลาง. (2556). *คติชนสร้างสรรค์: บทปริทัศน์บริบททางสังคมและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง*. *วารสารอักษรศาสตร์*, 42(2), 1-74.

- ศรีวรพร คำอ่อง, ชัชชัย สุจริต, และ รติ ธนารักษ์ (2554) รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 1(1), 138-147.
- อมรรัตน์ เปี่ยมดนตรี และ ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2558) การใช้วรรณกรรมขุนช้างขุนแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี. *Veridian E-Journal, Slipakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(2), 544-555.
- เอน อัจฉิตโรไพศาล. (2556). *Guidelines for community conservation and development: The traditional communities of Wat Ket, Chiang Mai province* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- D'Antuono, L. P. (2012). Street foods basic definitions and fact. *Traditional food International (TFI 2012) street food seminar session*. Cesena, Italy.
- Wuttipan, C., Kaewnuch, K., & Chaimongkol, W. (2019). International tourist perceived value in food tourism services: Street food in Bangkok, Thailand. *Dusit Thani College Journal*, 13(3), 109-126.
- Jocuns, A. (2016). Discourses of tourism in Thailand: the nexus of religion, commodification, tourism, and other-ness. *Journal of Liberal Arts*, 16(2), 219-236.
- Wangpusit, K. (2019). A comparison of signboard names between two areas of Banglamphu and Siam Square: An analysis of a linguistic landscape. *Veridian E-Journal, Silpakorn University. Humanities, Social Sciences and Arts*, 12(2), 18-37.
- Mooney, A., & Evans, B. (2019). *Language, society and power: An introduction*. Routledge.
- Suaykratok, P., & Manosuthikit, A. (2019). Inclusion of the minority language on public signs: Multilingualism in the deep South of Thailand. *NIDA Journal of Language and Communication*, 24(35), 1-22.
- Riesenweber, J. (2008). Landscape preservation and cultural geography in cultural landscapes. In R. Longstreth (Ed.), *Cultural landscape: Balancing nature and heritage in preservation practice* (pp. 23-34). University of Minnesota Press.
- Shohamy, E., Ben-Rafael, E., & Barni, M. (2010). Introduction. In E. Shohamy, E. Ben-Rafael, & M. Barni (Eds.), *Linguistic landscape in the city*. <https://doi.org/10.21832/9781847692993>
- Taylor, K. (2009). Cultural landscape and Asia: Reconciling international and Southeast and East Asian regional value. *Landscape Research*, 34(1), 8-13.