

การสะท้อนความโดดเด่นจากอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชน  
ในพื้นที่เมืองโบราณอุทอง

Reflecting the Outstandingness of the Community Identity for Tourism  
of the Community in the Ancient City Of U Thong

อรรธ อารีروب

สาขาออกแบบดิจิทัลอาร์ต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

art\_areerob@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้ เพื่อนำเสนอการสร้างองค์ความรู้การค้นหาลักษณะสำหรับชุมชน และการสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชน 3 มิติ โดยใช้วิธีการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ เริ่มจาก การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชน การสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชน 3 มิติ และการสร้างสโลแกนเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ชุมชน ทำให้เกิดอัตลักษณ์ที่สืบค้นโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมการอบรม ได้แก่ “นักสืบทอดอารยะ” สโลแกนเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ “ตามรอยนักสืบทอดอารยะ” ผ่านการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว 3 เส้นทางได้แก่ เส้นทางที่ 1 สืบชาติพันธุ์อุทอง เส้นทางที่ 2 สืบศิลป์มรดกเส้นทางที่ 3 สืบวิถีคนอุทอง นอกจากนี้ยังได้ผลลัพธ์ในระดับการเปลี่ยนแปลงคือ ผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับความหมายของอัตลักษณ์ที่เกิดจากสภาพสังคมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และสามารถสืบค้นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป้าหมายในการสื่อสารตัวตนที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดการทบทวนข้อมูล ระหว่างสมาชิกในชุมชน และชุมชนยอมรับในอัตลักษณ์และมีข้อเสนอร่วมในการพัฒนาอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับความเป็นตัวตนของชุมชนได้

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ชุมชน อัตลักษณ์ชุมชน 3 มิติ สโลแกนเพื่อการท่องเที่ยว

## Abstract

*This article is to present the creation of knowledge, search for identity for the community. And searching for 3-dimensional community identity by using the method of organizing workshop activities starting from exchanging information on community identity searches Searching for identity, 3-dimensional community identity, and the creation of a slogan for tourism from community identity, resulting in identities that are searched by the participant's participation process, namely "civilized successors", a slogan for tourism on an autonomous basis Community characteristics include "Follow civilized successors" through the presentation of 3 travel routes, namely Route 1, Detective Ethnic Uthong Line The 2nd way, inheriting the heritage, Route 3 tracing the U Thong people In addition, results in the level of change are Participants received additional knowledge and understanding of the meaning of identity caused by social conditions at a particular time. And able to search for the identity of the community for the purpose of identity communication that reflects the culture for promoting tourism Data review Between community members And the community accepts identity and has a joint proposal to develop an identity that is consistent with the identity of the community*

**Keywords:** community identity, 3D community identity, slogan for tourism

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็นอีกรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่เป็นกลไกสนับสนุนชุมชนในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ดูแลรักษาสีเขียวแวดล้อมหรือธรรมชาติ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอนุรักษ์ฟื้นฟู สืบทอดศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีส่วนร่วมกับการกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นผลดีต่อการนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลด้วยวิถีทางที่ตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพในขณะเดียวกัน ก็คงไว้ซึ่งบูรณาภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางด้านชีวภาพและระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับท้องถิ่นเพื่อให้การพัฒนาในระดับคุณภาพในการดำเนินงานในสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยมุ่งเน้นใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่ามีการบำรุงรักษาเพื่อจะได้มีทรัพยากรคงอยู่กับชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้รับผิดชอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในชุมชน

อัตลักษณ์ ไม่ได้หมายถึงสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social Construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัวหากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ที่อธิบายว่าอัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา (Hall, S., & Du Gay, 1996)

การสืบค้นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น ชุมชนต้องมีความตระหนักและเข้าใจถึงความสำคัญของการค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง โดยมองย้อนไปหาอดีตที่บ่งบอกความเป็นชุมชน และเป็นเหตุของรูปแบบศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การทำมาหากิน ตลอดจนความเชื่อต่าง ๆ ในชุมชน โดยสังคมมนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินชีวิตในสังคมเป็นไปอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม ทำให้เกิดการหล่อหลอมให้สมาชิกในสังคมมีทัศนคติความเชื่อความสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ไปในทางเดียวกัน ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องมีความรู้สึกนึกคิดร่วมกันในการมองเห็นว่าชุมชนของตนมีความเหมือนหรือแตกต่างกับชุมชนอื่นอย่างไรและชุมชนมีการยอมรับที่จะนำมาใช้ โดยชุมชนสามารถสร้างขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงได้ภายใต้เงื่อนไขของเวลาและพื้นที่

ในการนำพาชุมชนสืบค้นอัตลักษณ์ ครั้งนี้ เพื่อให้ชุมชนได้สามารถนำอัตลักษณ์ชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารความโดดเด่นของชุมชน เปิดโอกาสให้ผู้คนภายนอกสัมผัสได้ง่ายและมองเห็นความพิเศษของชุมชนตามตำแหน่งแห่งที่ที่มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน เป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ โดยมีการนำแนวทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ผสมผสานกับแนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Marketing) ที่เป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ทางการท่องเที่ยวและการตลาดที่มีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในยุคศตวรรษที่ 21 เนื่องมาจากกระแสของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ที่ทุกประเทศทั่วโลกต่างหันมาให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเลือกซื้อสินค้าและบริการบนพื้นฐานของความยั่งยืนทั้งตัวของสินค้าและบริการไปจนถึงเจ้าของสินค้าและบริการนั้น ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าวมักอยู่ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่ล้วนแล้วแต่กำลังมองหาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเที่ยวพร้อมไปด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน ที่สามารถตอบสนองความต้องการและช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ที่ดีขึ้นให้กับตนและครอบครัวได้

และเพื่อให้อัตลักษณ์ของชุมชนที่ได้เน้น มีความยั่งยืนในการสื่อความหมายที่สอดคล้องกับความเป็นชุมชนอย่างแท้จริง โดยกระบวนการสืบค้นอัตลักษณ์ในครั้งนี้เป็นการสืบค้นอย่างมีส่วนร่วมระหว่าง นักวิชาการ และกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง อันเป็นกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นกลไกสนับสนุนชุมชนในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เกิดการตื่นตัวในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้น หากชุมชนหรือภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในเชิงพื้นที่ได้รับการพัฒนาความรู้การพัฒนาการท่องเที่ยว และนำมา ร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาผ่านกลไกประชารัฐแบบบูรณาการพื้นที่ ก็จะสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งมีการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวบนพื้นฐานอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นกลไกสนับสนุนชุมชนในกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เกิดการตื่นตัวในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์ของบทความ

1. เพื่อนำเสนอการสร้างองค์ความรู้การค้นหอัตลักษณ์สำหรับชุมชน
2. เพื่อนำเสนอการสืบค้นอัตลักษณ์อัตลักษณ์ชุมชน 3 มิติ

## 3. เนื้อเรื่อง

การศึกษาการสะท้อนความโดดเด่นจากอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง ศึกษาจากการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการที่มีกระบวนการสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมในครั้งนี้เป็นการสืบค้นอย่างมีส่วนร่วมระหว่าง นักวิชาการ และกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง

### 1. กระบวนการ

#### 1.1 แลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชน

การศึกษาวัฒนธรรมซึ่งก่อให้เกิดอัตลักษณ์ ทำให้เราแตกต่างจากคนกลุ่มอื่น ๆ โดยแบ่งวิธีการเรียนรู้ที่ทำให้ทราบถึงความแตกต่างไว้ 10 กลุ่มคือ 1. ระบบการสื่อสารและภาษา 2. ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย 3. อาหารและนิสัยการบริโภค 4. เวลาและความสำนึก 5. การตอบแทนและการทักทาย 6. ความสัมพันธ์ 7. ค่านิยมและบรรทัดฐาน 8. ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง 9. การพัฒนาด้านจิตใจและการเรียนรู้ 10. ความเชื่อและทัศนคติ สจิวต์ ฮอลล์ (Stuart Hall, 1997) อธิบายว่า เราสามารถสร้างภาพตัวแทน ต้นแบบได้ โดยเลือกดึงเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัด มีชีวิตชีวา เข้าใจง่าย เป็นที่รับรู้ ทั่วไปออกมาและลดทอนอัตลักษณ์บุคคลที่มีความน่าสนใจน้อยกว่าลงไป วิธีการลดทอนคือ (1) ทำให้ คุณสมบัติเหล่านั้นสุดขีดเกินจริง เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย (2) การสร้างอัตลักษณ์คู่ตรงข้ามออกมา (3) ให้ค่ากับคู่ตรงข้ามที่ถูกสร้างขึ้นไม่เท่ากัน เช่น ให้น้ำหนักความสำคัญและเชิงบวกกับด้านพระเอก ผู้ร้ายเป็นคู่ตรงข้าม การสร้างภาพตัวแทนนี้ ต้องทำให้สอดคล้องกับรสนิยมทางชั้นของ กลุ่มเป้าหมายด้วย ในการศึกษาอัตลักษณ์ของบุคคลหรือชุมชนน่าจะศึกษาได้จากภาพตัวแทนที่แสดงออกมา เป็นสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายอัตลักษณ์ซึ่งอาจจะแสดงผ่านสื่อต่าง ๆ หรือแสดงให้ผู้อื่นรับรู้ เช่น การใช้ภาษา ศาสนา เครื่องแต่งกาย และการบริโภค เป็นต้น

อัตลักษณ์ชุมชน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท และอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้ อภิญา เพ็ญพสุกุล (2546, อ้างถึงใน ชินอรส ถิ่นวิไลสกุล, 2554)

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

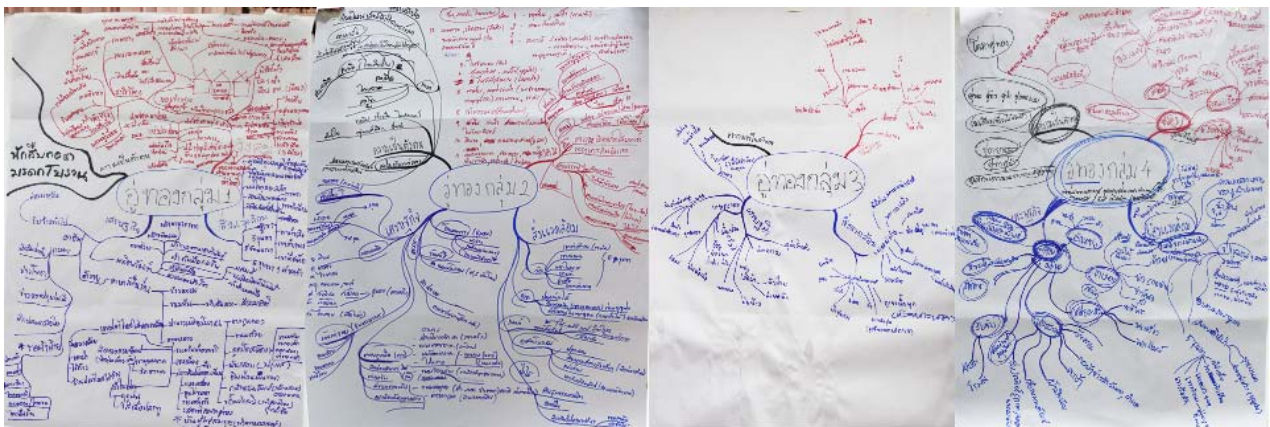
2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของบุคคล คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่

จะเห็นว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีส่วนที่ ซ้อนทับกันอยู่ เพราะอัตลักษณ์ เป็นการเชื่อมต่อกันระหว่างความเป็นปัจเจก (Individual) และสังคม (Social Aspect) สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ทำให้มีระบบคุณค่าติดมากับบทบาทหน้าที่นั้น ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic Aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ

โดยในกระบวนการนี้เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการที่มาจากหลากหลายสาขาอาชีพ และมีความแตกต่างกันทางลักษณะประชากร จึงใช้วิธีการสืบค้นอัตลักษณ์ใน 3 มิติ สู่การได้มาซึ่งอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน คือ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สำหรับชุมชนอุทอง

### 1.2 สืบค้นอัตลักษณ์อัตลักษณ์ชุมชน 3 มิติ

วิธีการสืบค้นอัตลักษณ์สำหรับชุมชนอุทอง ใช้กระบวนการมีส่วนร่วม โดยเมื่อผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการเริ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ หลักการสืบค้นอัตลักษณ์ และประโยชน์จากการใช้ อัตลักษณ์เพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวแล้ว วิทยากรแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น และนำเสนออัตลักษณ์ในแง่มุมที่ตนเองมองเห็นได้ โดยใช้วิธีการสร้างแผนที่ทางความคิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งหมด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การสืบค้นอัตลักษณ์สำหรับชุมชนอุทอง

ถ่ายเมื่อ วันที่ 7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ที่ ห้องประชุมโรงเรียนอุทอง จ.สุพรรณบุรี

หลังจากนั้นทีมวิทยากรนำข้อมูลที่ได้ทั้ง 4 กลุ่ม มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) เพื่อหาความโดดเด่นของชุมชนในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และนำมาเป็นแนวทางในการสร้างโลแกนเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน มีลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์จัดกลุ่ม แล้วนำมาแยกส่วนประกอบเพื่อหาคุณสมบัติที่ต้องการเปรียบเทียบ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์แยกส่วนประกอบข้อมูลแต่ละชุด โดยพิจารณาว่าจะแยกส่วนประกอบของข้อมูลเป็นกี่ส่วนจากคุณสมบัติใดบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 จดรายชื่อข้อมูลและส่วนประกอบที่จะแยกข้อมูลชุดนั้น ๆ ไว้ ในกระดาษบันทึก

ขั้นตอนที่ 4 จัดทำตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติข้อมูลแต่ละชุดแยกตามส่วนประกอบและใส่คุณสมบัติข้อมูลแต่ละชุดแยกตามส่วนประกอบลงในตาราง

ขั้นตอนที่ 5 เปรียบเทียบคุณสมบัติของข้อมูลทั้งหมดตามส่วนประกอบ โดยพิจารณาความเหมือนและความแตกต่างและสร้างข้อสรุปที่ได้จากการเปรียบเทียบโดยบรรยายโยงให้เห็นคุณสมบัติของข้อมูลตามส่วนประกอบนั้น ๆ โดยการวิเคราะห์ส่วนประกอบของข้อมูลเป็นการวิเคราะห์คุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูลแต่ละชุดแล้วนำคุณสมบัติของส่วนประกอบของข้อมูล มาเปรียบเทียบเพื่อหาลักษณะร่วมที่เหมือนกันและแตกต่างกัน หลังจากนั้นจึงทำการสรุปบรรยายให้เห็นถึงความหมายของข้อมูลเหล่านั้น (สุภางค์ จันทวานิช, 2540)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมอบรม ที่ได้ร่วมค้นหาและนำเสนออัตลักษณ์ 3 มิติ ได้แก่ มิติทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนเมืองอู่ทอง คือ “นักสืบทอดอารยะ” เหตุเพราะชุมชนมีความโดดเด่นเรื่องของการรักษาสิ่งก่อสร้าง เรื่องราว ความเชื่อ และวัฒนธรรมมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล ตั้งแต่ยุคทวารวดี จนมาถึงปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและมีรากฐานมาจากความเชื่อ ความศรัทธาและวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมถึงคนในชุมชนมีความต้องการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้คนอู่ทองมีใจรักในการบริการ มีน้ำใจ ต่อนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นชุมชนเมืองอู่ทองเป็นชุมชนเมืองและชนบทรวมกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคให้บริการต่อนักท่องเที่ยว

### 1.3 สร้างสโลแกนเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ชุมชน

การสร้างสโลแกนหรือข้อความสนับสนุนเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ชุมชน มีกระบวนการโดยนำบทสรุปจากอัตลักษณ์ของชุมชนอู่ทอง คือ “นักสืบทอดอารยะ” มาเป็นแนวความคิดในการออกแบบการสร้างสโลแกน โดยยึดหลักการสร้างสโลแกน คือมีลักษณะเป็นข้อความที่จดจำง่าย สั้นกระชับ สามารถสื่อความหมายได้ดี มีการแสดงออกด้านบวก มีความเป็นเอกลักษณ์ และมีความเฉพาะเจาะจง โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารการตลาด และการท่องเที่ยว ร่วมกันสังเคราะห์ข้อมูลและสร้างสโลแกนจำนวน 3 สโลแกน และนำข้อมูลที่สังเคราะห์ได้คืนสู่ชุมชน โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อย ให้ผู้เข้าร่วมการอบรมได้นำเสนอความคิดเห็น ร่วมกันปรับปรุงจนได้สโลแกนที่เหมาะสม ที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนที่ได้ ดังนั้นสโลแกนที่ใช้สื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองอู่ทองตามรากฐานความเป็นจริงที่ชุมชนต้องการจะสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพจำต่อชุมชนเมืองอู่ทองในทิศทางเดียวกันแต่สามารถนำเสนอถึงความหลากหลายของพื้นที่ได้ คือ “ตามรอยนักสืบทอดอารยะ” ซึ่งทางชุมชนเมืองอู่ทองร่วมกันระดมความคิดเห็นและได้ผลสรุปว่าอารยธรรมที่ชุมชนเมืองอู่ทองต้องการจะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดภาพจำมีทั้งหมด 3 เรื่องราว คือ เรื่องราวของวิถีคนอู่ทอง เรื่องราวของความหลายชาติพันธุ์ และเรื่องราวเกี่ยวศิลปะและวัฒนธรรมของคนอู่ทอง เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวได้ต่อไป

## 2. ผลผลิต

### เชิงปริมาณ

1. มีผู้เข้าร่วมการอบรม 70 คน ที่มาจากภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองโบราณอู่ทอง

## เชิงคุณภาพ

1. อัตลักษณ์ที่สืบค้นโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมการอบรม ได้แก่ “นักสืบทอดอารยะ”
2. สโลแกนเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ “ตามรอยนักสืบทอดอารยะ” ผ่านการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว 3 เส้นทางได้แก่

### เส้นทางที่ 1 สืบชาติพันธุ์อุทอง

เป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สะท้อนมุมมองในพื้นที่เมืองโบราณอุทอง เป็นพื้นที่ที่หลอมรวมผู้คนจากหลากหลายชาติพันธุ์ ทั้ง ชาวลาวครั้ง ลาวเวียง ไทยทรงดำ ไทยพวน ไทยพื้นถิ่น ซึ่งเสน่ห์เฉพาะตัวที่กลุ่มชาติพันธุ์ในอุทองมีความโดดเด่นคือการอยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันด้านความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี อาหารการกิน และการแต่งกาย แต่ทุกชาติพันธุ์ก็สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย และยังเป็นวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีการส่งต่อตัวตนของแต่ละชาติพันธุ์ไว้อย่างเข้มข้น ตามแบบฉบับของนักสืบทอดอารยะธรรมเมืองอุทอง เกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตบนความหลากหลายของชาติพันธุ์ ตามเส้นทางสืบชาติพันธุ์อุทอง โดยออกเดินทางจากจุดรวมตัวที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง จ.สุพรรณบุรี มุ่งสู่วัดเขาพระศรีสพชญาณาราม จากนั้นแนะนำโปรแกรม พร้อมเรื่องเล่าเหล่า นักสืบทอดวัยเก๋า จัดการต้อนรับด้วยน้ำฝาง อัญชันมะนาว ด้วยบรรยากาศอันอบอุ่นจากทีมงาน แบ่งกลุ่ม 5 กลุ่ม เรียนรู้เรื่องราวกิจกรรมเรื่องการหลอมรวมความเป็นพี่น้อง 5 ชาติพันธุ์ ลาวครั้ง ลาวเวียง ไทยทรงดำ ไทยพวน ไทยพื้นถิ่นเชื้อสายจีน โดยมีกิจกรรมที่สนุกสนานกับการสืบทอดวัฒนธรรมของแต่ละชาติพันธุ์ และกิจกรรมฐาน ที่เน้นรูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยส่งมอบประสบการณ์อันแสนประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้าคนพิเศษ ได้แก่กิจกรรมที่ 1 สานตากะหลวย กิจกรรมที่ 2 ทำพวงมะโหด กิจกรรมที่ 3 Cooking class การผัดหมี่ข้าว กิจกรรมที่ 4 Cooking class เซฟมืออาชีพที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เมนูอาหารท้องถิ่นอุทอง มาสอนทำเมนูเด็ด ขนมลูกปัดสลัดงา และรับประทานอาหารท้องถิ่นเมืองอุทอง

### เส้นทางที่ 2 สืบศิลป์มรดก

เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยนักสืบทอดมรดกล้ำค่าของชาวอุทอง ที่มีเสน่ห์ของศิลปะมาตั้งแต่ยุคโบราณ เรียนรู้เส้นทางศิลปะดั้งเดิมตั้งแต่สมัยทวารวดี จนถึงอุทองในปัจจุบัน การร้อยเรียงเรื่องราวผ่านหลักฐานทางประวัติศาสตร์จากพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง รับชมศิลปะทางดนตรีผ่านบทเพลงพื้นบ้าน ลงมือสร้างผลงานผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ออกมาเป็นผลงานร่วมสมัย พร้อมลิ้มรสอาหารดั้งเดิมสูตรโบราณของชาวอุทอง โดยการเดินทางเริ่มจากรวมพลหน้าบ้านลาวโขง ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง เสิร์ฟเครื่องดื่มต้อนรับ ด้วยน้ำสมุนไพรบำรุงกำลังสูตรโบราณหาชิมยาก “น้ำกำลังวัวเถลิง” พร้อมรับชมการแสดงเพลงพื้นบ้านต้อนรับ จากนักเรียนผู้สืบทอดศิลปะที่เป็นมรดกของชาวอุทอง ต่อมาเยี่ยมชมหลักฐานทางประวัติศาสตร์ภายในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง โดยกิจกรรมสืบศิลป์สร้างสรรค์ เริ่มจาก สร้างศิลปะจากหลักฐานโบราณบนกระเป๋ผ้า สร้างเจดีย์โบราณจิ๋ว (พวงกุญแจ) ผ่ายสูตรลับน้ำฝางใบเตยสูตรคนอุทอง จากนั้นรับประทานอาหารตำรับโบราณ ลิ้มรสเมนูทอด 12 เดือนโบราณ เมนูผู้เฒ่าสิ้นฤทธิ์ เมนูระกาหลงป่า และเมนูมะพร้าวอ่อนล่อมรัก เสิร์ฟพร้อมเครื่องดื่มฝางใบเตย

### เส้นทางที่ 3 สืบวิถีคนอุทอง

เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสกับเรื่องราวของ ศรีธธา...คำจุนเมือง ชีวาวีถึ...คำจุนคน ที่จะพานักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีของคนอุทองที่มีศรีธธานำพาความเจริญเข้าสู่ยุคทองและเรื่องราวต่อมาจนถึงปัจจุบัน ร่วมรักษ์ป่ากับกิจกรรมสร้างสรรค์ “ปลูกป่าลอยฟ้า” สืบค้นศรีธธากับเรื่องราว “นกฮูกนำโชค” สัมผัสวิถีแห่งสุขภาพกับ “ชีวาวีถึ...เกษตรอินทรีย์” ลิ้มรสอาหารจากสารอาหารสุขภาพจากรุ่นสู่รุ่นของชุมชนดงเย็น โดยการเดินทาง เริ่มจากการพบกัน ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทอง ชมบรรยากาศเมืองโบราณอุทอง พร้อมเรื่องเล่าบรรพชนคนอุทองที่มีแรงกล้าของความศรัทธา จนนำพา

เมืองโบราณอยู่ทางรุ่งเรืองจนถึงปัจจุบัน ออกเดินทางถึงป่าดึกดำบรรพ์ ขุนเขาแห่งศรัทธาป่าล้านปีวิถีชุมชน “พู่หางนาค” ตามรอยนักสืบทอดความศรัทธา ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย “น้ำเห็ดเพื่อสุขภาพ” รับฟังผู้เล่าเรื่องป่าขุนเขากับวิถีของชุมชน ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาป่าชุมชนแหล่งรวมความศรัทธาของชุมชน กับ “การปลูกป่าลอยฟ้า” สืบเส้นทางเพื่อนรักต่างสายพันธุ์ ที่ช่วยสร้างสีสนและกำลังใจให้กันและกัน พร้อมสนุกกับ “การสร้างสรรคินกุกกานาโชค” พักเหนื่อยด้วยอาหารว่างสไตล์คนอุทงกับเมนู “ข้าวเหนียวมะม่วงต้มสไบ” เรียนรู้กันต่อ กับวิถีแห่งศรัทธา การบูชาพระด้วยของหอม หัดทำ “ดอกไม้ใบเตย” จากนั้นเดินทางมุ่งสู่บ้านดงเย็น ชีววิถี...เกษตรอินทรีย์ รับประทานอาหารกลางวัน ด้วยสำรับอาหารสุขภาพจากรุ่นสู่รุ่นของชุมชนดงเย็น ข้าวออร์แกนิก ต้มยาไก่ใส่เห็ดปลูกเอง ไข่เจียวจากไก่อารมณ์ดี และชุดน้ำพริกกะปิสูตรอุทงพร้อมผักปลอดสารพิษ

### 3. ผลลัพธ์

1. ผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับความหมายของอัตลักษณ์ที่เกิดจากสภาพสังคมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และสามารถสืบค้นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป้าหมายในการสื่อสารตัวตนที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. เกิดการทบทวนข้อมูล ระหว่างสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ประวัติศาสตร์จากอดีตถึงปัจจุบัน ในมิติของ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เกิดการนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันจนได้บทสรุปอัตลักษณ์ของชุมชนโดยชุมชน
3. ชุมชนยอมรับในอัตลักษณ์และมีข้อเสนอร่วมในการพัฒนาอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับความเป็นตัวตนของชุมชนได้

### 4. บทสรุป

จากการจัดกระบวนการสรุปได้ว่า องค์ความรู้การค้นหอัตลักษณ์สำหรับชุมชนมีกระบวนการประกอบไปด้วย

1. การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชน และเมื่อผู้ให้ข้อมูลมาจากหลากหลายสาขาอาชีพ และมีความแตกต่างกันทางลักษณะประชากร จึงใช้วิธีการสืบค้นอัตลักษณ์ใน 3 มิติ สูการได้มาซึ่งอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน คือ มิติทาง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนอุทง โดยใช้วิธีการสร้างแผนที่ทางความคิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด
2. การวิเคราะห์ข้อมูลการสืบค้นอัตลักษณ์โดยการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis) เพื่อหาความโดดเด่นของชุมชนในมิติ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และนำมาเป็นแนวทางในการสโลแกนเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน
3. การสร้างสโลแกนหรือข้อความสนับสนุนเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์ชุมชน มีกระบวนการโดยนำบทสรุปจากอัตลักษณ์ของชุมชนอุทงมาเป็นแนวความคิดในการออกแบบการสร้างสโลแกน โดยยึดหลักการสร้างสโลแกน คือมีลักษณะเป็นข้อความที่จดจำง่าย สั้นกระชับ สามารถสื่อความหมายได้ดี มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนที่ได้ เพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวได้ต่อไป

จากกระบวนการดังกล่าวทำให้ได้ข้อสรุปจากการสืบค้นอัตลักษณ์ชุมชนอุทงคือ “นักสืบทอดอารยะ” นำไปสู่การสร้างสโลแกนที่ใช้สื่อสารภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองอุทง ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนในรูปแบบการประชุมกลุ่มย่อย คือ “ตามรอยนักสืบทอดอารยะ” ซึ่งทางชุมชนเมืองอุทงร่วมกันระดมความคิดเห็นและได้ผลสรุปว่า อารยธรรมที่ชุมชนเมืองอุทงต้องการจะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดภาพจำมีทั้งหมด 3 เรื่องราว คือ เรื่องราวของวิถีคนอุทง เรื่องราวของความหลากหลายพันธุ์ และเรื่องราวเกี่ยวศิลปะและวัฒนธรรมของคนอุทง โดยนำเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอนี้ จัดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวทั้งหมด 3 เส้นทางได้แก่ เส้นทางที่ 1 สืบชาติพันธุ์อุทง เส้นทางที่ 2 สืบศิลป์มรดก และเส้นทางที่ 3 สืบวิถีคนอุทง



นอกจากนี้จากการดำเนินงานพบว่า กลุ่มสมาชิกในชุมชนยังขาดกลุ่มที่เป็นปราชญ์ชาวบ้านผู้สูงอายุในชุมชน ที่จะสามารถให้ข้อมูลสภาพสังคมในอดีต เชื่อมโยงถึงปัจจุบัน จึงทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นเป็นข้อมูลที่นับถอยหลังไปเพียง 10 - 30 ปี เท่านั้น ซึ่งจากการและเปลี่ยนเรียนรู้และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารพบว่าอุทกภัยเป็นชุมชนเก่าแก่ มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ หากมี ปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นผู้สูงอายุในชุมชน ก็จะสามารถเพิ่มเติมข้อมูลส่วนนี้ได้ดียิ่งขึ้น

## 5. เอกสารอ้างอิง

ชินนรศ ถิ่นวิไลสกุล. (2554). รายงานการวิจัยเรื่อง สื่อพื้นบ้านกับการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุภางค์ จันทวานิช. (2540). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
อภิัญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). การทบทวนทฤษฎี และกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ: สำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

Hall, S. and P. du Gay (Eds.). (1996). *Colonial Discourse and Post-Colonial Theory: A Reader*. New York: Columbia University Press.

Stuart Hall. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.