

# วัฒนธรรม

chathip@nationgroup.com

...อันธรมตาแม่ลูกกันนี้ก็เหมือนชีวิตเดียวกัน เมื่อมีเหตุจะเป็นประเพณีบุตรจะสงเคราะห์แก่มารดา ใครห่อนจะทิ้งมารดาเสียได้...

เล่าปี

## ถนนยิ้มได้ เพชรบุรี... ตีจิ้ง



การแสดงหนังบั้งคือ เพชรบุรี

เพื่อร่วมมือร่วมใจรณรงค์ให้จังหวัด "เพชรบุรี" เป็นต้นแบบในการเปิดพื้นที่สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนทั่วประเทศ "1 ชุมชน 1 พื้นที่สร้างสรรค์" โครงการ "พื้นที่นี้...ตีจิ้ง กำลังสอง" โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับกลุ่มลูกหัว เครื่องช่วยเยาวชนเพชรบุรี...ตีจิ้ง ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบุรี เทศบาลเมืองเพชรบุรี และ สถานีตำรวจภูธรเมืองเพชรบุรี จัดมหกรรมพื้นที่สร้างสรรค์ "ถนนยิ้มได้ - เพชรบุรี...ตีจิ้ง"



การแสดงหนังใหญ่วัดหนองนอ

เป็นมหัศจรรย์ฟงมโหตร ปูนปั้นพระราชนิพนธ์ย้อมพิชชายน ไมยบายะเหรัยง ผ้าทอ กอรัญชิ่ง ดึงบายศรี โคมไฟไร้โซเคิล โคมไฟใบตาลสานสนุก จันตึงดอกไม้ลูกสนปากกะอู ร้อยลูกปัดมโนราห์ เซ็ดหนังจ้อจิว นิทานทำมือ กระบี่เก็บรัก ฯลฯ สามารถนำผลงานฝีมือตัวเองกลับบ้านได้เลย อร่อยทำมือกับชุมชนหวนหาอาหารพื้นถิ่นจากทุกภูมิภาค การแสดงดนตรีและวัฒนธรรมพื้นบ้านพระราชนิพนธ์จากเครือข่ายเยาวชนเพชรบุรี...ตีจิ้ง 8 อำเภอ และพื้นที่สร้างสรรค์ทั่วประเทศ

พบกับการแสดงครั้งพิเศษของ "หนังใหญ่วัดหนองนอ" จากจังหวัดราชบุรี เสียงลั่นตีฆ้อง จากปัตตานี "ดิเกอูลุดและแหลมทราย" ยากคณะใหญ่มาแสดงเต็มรูปแบบด้วยลีลาเร้าใจ คอนเสิร์ตในบรรยากาศอบอุ่นของศิลปินหนุ่มอารมณ์ดี "จ๊วย-ศุ บุญเลี้ยง" ครอบครัวดนตรี "คีตาญชลี-ไฮปาร์ดี" บทเพลงจากชุมชน โดยศิลปินเพลงหน้าปากกะอู "ชิ สุวิธาน" กิจกรรม "ถนนยิ้มได้ - เพชรบุรี...ตีจิ้ง" ในวันเสาร์-อาทิตย์ที่ 28-29 มกราคม 2555 บริเวณถนนด้านหน้า และภายในลานวัดใหญ่สุวรรณาราม ร่วมกิจกรรมและชมงานโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทั้งสิ้น สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่กลุ่มดินสอสี โทร.08 4154 5954 กลุ่มลูกหัว โทร.08 1290 8091



ศาลเจ้าเกียนอันกงริมแม่น้ำเจ้าพระยา

ภาพ : สุชาติ สุดดี

## กะตี่จิ้น คลองสาน สะพานพุทธ เยี่ยมย่านประวัติศาสตร์ริมเจ้าพระยา

สถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับภาคีพัฒนาทั้งชุมชน ศาสตราจารย์ 3 ศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ เครือข่ายศิลปิน และองค์กรอิสระ รวมทั้งสิ้นกว่า 70 กลุ่มองค์กร จัด "เทศกาลกะตี่จิ้น - ศิลป์ในซอย ครั้งที่ 3" ณ ย่านกะตี่จิ้น และย่านคลองสาน ซึ่งจะมี 2 ย่านประวัติศาสตร์ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ภายใต้แนวคิด "กะตี่จิ้น - คลองสาน - สะพานพุทธ: ศิลป์สามท่า" เพื่อใช้ศิลปะเป็นเครื่องมือการสร้าง ความเข้มแข็งและการมีส่วนร่วมของชุมชน และภาคีพัฒนาในการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชน และย่านคลองสานประวัติศาสตร์ สร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ และเป็นย่านตัวอย่างของการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ทหารเรือ ระบายโปรตุเกส การบรรเลงวงเครื่องสาย และการแสดงโขน ฯลฯ รวมทั้งเวทีเดินเท้าเยี่ยมชมรถออกชอชอย ย่านกะตี่จิ้นและย่านคลองสาน นำโดยสองนักประวัติศาสตร์ สุดาธา สุขฉายา และธีรพันธ์ ช่วงพิชิต รวมทั้งทริปปริจายานบนสามท่า เพื่อนาเซีย" ซึ่งจัดขึ้น ณ สยามสมาคม ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดย

สำหรับงานเทศกาลกะตี่จิ้น - ศิลป์ในซอย ครั้งที่ 3 งานริเริ่มในวาระต้นตั้งเวลา 17.00 น. เป็นต้นไป ภายในงานมีการแสดงนิทรรศการ ศิลปะประกอบแสงไฟในพื้นที่ชุมชน รวมทั้งการแสดงดนตรีและศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ที่จัดขึ้นพิเศษเพื่อเฉลิมฉลองหลายวาระสำคัญของการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชุมชน ได้แก่ แกมมิตริอา 500 ปีความสัมพันธ์ไทย-โปรตุเกส 130 ปี ชาติกาลท่านจางวางทั่ว พาทยโกศล และ 80 ปีแห่งความทรงจำสะพานพระพุทธ-ยอดฟ้า อาทิ การแสดงดนตรีไทย 3 ตรียุคที่ 130 ปี ชาติกาล โดยวงดนตรีพาทยโกศล มูลนิธิหลวงประดิษฐ์ไพเราะ (ตรา ศิลปบรรเลง) และดุริยางค์

นอกเหนือจากที่กล่าวมา จะมีการเปิดตัวโครงการที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พื้นที่มรดก วัฒนธรรมของทั้งสองย่าน คณะทำงานได้ ดำเนินการร่วมกับชุมชนและภาคีพัฒนาตลอด ปี 2554 ที่ผ่านมา อาทิ ลานสะกดรอยคราม ตีราอาหารเสริมเล็ก : มรดกวัฒนธรรมไทย-โปรตุเกส ชุมชนกุฎีจีน โครงการพิพิธภัณฑสถาน วัฒนธรรมไทย-โปรตุเกส ในโอกาสเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ไทย - โปรตุเกส ครบ 500 ปี ถนนคนเดินตรอกติดกันหัว ฯลฯ "เทศกาลกะตี่จิ้น - ศิลป์ในซอย ครั้งที่ 3" จัดระหว่างวันที่ 27-29 มกราคม 2555 ณ ย่านกะตี่จิ้นและย่านคลองสาน ดูรายละเอียดได้ที่ Facebook Fanpage : Love Kadeejeen

คงเป็นการยากที่จะปฏิเสธความสำคัญของ 'การท่องเที่ยว' ในยุคสมัยที่การท่องเที่ยว กลายเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการบริโภค ทั้งเพื่อความรู้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อแสดงถึงความสำเร็จ และเพื่อเหตุผลอื่นๆ อีกมากมายที่กลไกการตลาด จะสรรหาความจำเป็นมาอธิบายได้



ภาพ : ตรีชัย เจริญภรณ์

## 'ความยั่งยืน' บอ

"โชน" มรดกวัฒนธรรมทางวัฒนธรรมที่ถูกหยิบมาใช้บ่อยครั้งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

# 'วัฒนธรรมการท่องเที่ยว'

• ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร บทความโดย อัครวิทย์ ซูเกียรติศิริชัย

นี่จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้หันมา อารยะประเทศที่ถูกล้อมอยู่ใน กลุ่มพัฒนาแล้ว กำลังพัฒนา หรือ ด้อยพัฒนา จำต้องบรรจุเรื่องการท่องเที่ยว เอาไว้ในนโยบายสาธารณะ (public policy) หรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



รามาณะฉบับกัมพูชา

ภาพ : สุชาติ สุดดี



รามาณะฉบับอินโดนีเซีย

ภาพ : สุชาติ สุดดี

แต่ขณะเดียวกันด้วยเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวในระดับนโยบายรัฐนั้น มักให้ความสำคัญกับ "การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ" เป็นหลัก จึงนำมาสู่ข้อถกเถียงถึงการพัฒนาทางเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับการทำลายทรัพยากร/มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Resource Heritage) "เหตุที่เกิดการโต้เถียง เหตุที่เกิดการสนทนาและความเป็นห่วงก็เพราะว่ามีเงินเป็น gross industry มันเจริญขึ้นแบบก้าวกระโดด การเดินทางที่สะดวกขึ้น การคมนาคมที่ให้ ข้อมูลมากขึ้น สิทธิเสรีภาพในการเคลื่อนย้าย มันมีสูงขึ้น กำลังซื้อมีมากขึ้น ทั้งหมดนี้ มันทำให้คนที่มีชีวิตจำกัดอยู่ในบริบททาง วัฒนธรรมของตนเองสังคมของตนเอง มีความรู้สึกกระหาย ใฝ่รู้ อยากรู้ว่ามื่อไร ที่เป็นที่น่าสนใจและหลากหลายไปกว่าที่ เขาเคยชิน" ส่วนหนึ่งของปฐกถานำ โดย ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ เลขาธิการอาเซียน กล่าวในงานเสวนาทางวิชาการเรื่อง "การท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์มรดกไทย: จิ้งหรือที่ได้ได้อย่างเสียอย่าง และร่วมเรียนรู้จาก เพื่อนอาเซียน" ซึ่งจัดขึ้น ณ สยามสมาคม ในพระบรมราชูปถัมภ์

ดร.สุรินทร์ กล่าวต่อไปว่า "เมื่อการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรม กลายเป็น กิจกรรมเชิงพาณิชย์ แน่แน่นอนว่ากำไรคือตัวกำหนดว่าสินค้าทางวัฒนธรรมที่จะ ประทับใจกับผู้ใช้คือกับตลาด เพราะฉะนั้น จากมรดกศิลปวัฒนธรรมของเราที่เราสามารถ ที่จะใช้มากระตุ้นของเรากำหนดคุณค่า แต่ พอมันกลายเป็นสินค้าที่ซื้อของแลกเปลี่ยน ซื้อขาย มันก็จะกลายเป็นผลผลิตที่ถูกกำหนด ว่าอะไรที่ขายได้ และอะไรที่โดนใจผู้บริโภค เพื่อเอาอาเซียน" ซึ่งจัดขึ้น ณ สยามสมาคม ในพระบรมราชูปถัมภ์

ดร.สุรินทร์ กล่าวต่อไปว่า "เมื่อการท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรม กลายเป็น กิจกรรมเชิงพาณิชย์ แน่แน่นอนว่ากำไรคือตัวกำหนดว่าสินค้าทางวัฒนธรรมที่จะ ประทับใจกับผู้ใช้คือกับตลาด เพราะฉะนั้น จากมรดกศิลปวัฒนธรรมของเราที่เราสามารถ ที่จะใช้มากระตุ้นของเรากำหนดคุณค่า แต่ พอมันกลายเป็นสินค้าที่ซื้อของแลกเปลี่ยน ซื้อขาย มันก็จะกลายเป็นผลผลิตที่ถูกกำหนด ว่าอะไรที่ขายได้ และอะไรที่โดนใจผู้บริโภค เพื่อเอาอาเซียน" ซึ่งจัดขึ้น ณ สยามสมาคม ในพระบรมราชูปถัมภ์

ตัวเองให้เกิดความภาคภูมิใจ หวังแทน พี่นุ วมทั้งรักษาให้มันอยู่ได้ เพื่อให้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์วัฒนธรรม" ในมุมมองของผู้ปฏิบัติอย่าง ตรีชัย อธิวิญญู รองผู้อำนวยการตลาดในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลับมีความ เห็นว่า เรื่องของการท่องเที่ยวโดยอาชุนชน เป็นตัวตั้งนั้นอาจจะไม่สิ่งที่ง่ายนัก เมื่อต้อง เผชิญกับปัจจัยอื่นๆ ทั้งในเรื่องของนโยบาย จากส่วนกลาง, การเมืองท้องถิ่น, บทบาท ของสื่อ ตลอดจนรสนิยมส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวเอง "การท่องเที่ยวเองไม่ใช่ธุรกิจ การวางแผน การตลาดในปัจจุบันนี้เราให้ชุมชนมีส่วนร่วม แต่ทว่าวิถีชีวิตของชุมชนไม่ได้มีวิถีชีวิตที่เหมือน ต่างชาติหลัง โหลเข้ามาทางโทรทัศน์ ทาง มือถือ ทางแพด เราจึงต้องสร้างภูมิคุ้มกัน ทางวัฒนธรรมโดยชุมชนเองนั่นแหละ" ขณะนี้ ศาสตราจารย์ ดร.อินันท์ โปษยานนท์ รองปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ได้สะท้อนถึงการทำงานในระดับนโยบายว่า "ที่ผ่านมากระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาที่กระทรวงวัฒนธรรมต่างเดิน ไปในลักษณะคู่ขนานแต่ยังไม่เจอกันจริงๆ แล้วทรัพยากรในท้องถิ่นเรามีเยอะมาก แต่เราไม่ได้เอามาทำเป็นมูลค่าเพิ่ม การ บริหารจัดการ การสร้างคน ไม่ใช่แค่ฝึกทักษะ วิชาชีพอย่างเดียว ถ้าคิดแต่ฝึกทักษะเขา อย่างเดียวจะไม่ได้อาณาที่ไปคิดว่ามันเป็นของ ชนชั้น และปัจจัยอื่นๆ วัฒนธรรมการท่องเที่ยว ด้วยกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เรื่องของ หนังสือพิมพ์เป็นเรื่องที่เรามาเทียบกับเพื่อนบ้าน อย่างเขามีก่อนหน้าผมคิดว่ามีอะไรจะมี ประชาคมอาเซียนแล้ว เราต้องเข้าใจถึงการ มีวัฒนธรรมร่วม"

แต่การแลกเปลี่ยนในวงเสวนาทาง วิชาการจะจบลงโดยไร้ข้อสรุป แต่จะเห็น ได้ว่าข้อถกเถียงส่วนใหญ่ในวงเสวนานั้นมี จุดจุกที่สำคัญอยู่ประการหนึ่งคือ การพูดถึง การท่องเที่ยว ในฐานะ สิ่งจำเป็น ซึ่งผูกพัน อยู่กับนโยบายรัฐ ผลก็คือการไม่ตั้งคำถาม ถึง ความจำเป็น ของ การท่องเที่ยว ใดๆ ที่ ในอีกมุมหนึ่งคือ การท่องเที่ยว นั้นก็เป็น วัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้น จึงมีนิยามที่ไหลเลื่อน เคลื่อนไหวไปตามบริบทของสถานที่, เวลา, ชนชั้นและปัจจัยอื่นๆ วัฒนธรรมการท่องเที่ยว จึงมีลักษณะของการครอบงำเพื่อให้เกิดการ ยอมรับ เพราะเป็นหนึ่งในเรื่องมีอันสำคัญ ที่ช่วยทำลายกำแพงที่ขวางกั้นกลไกการตลาด ซึ่งต้องการเพิ่มจำนวนของผู้บริโภค

ดังนั้นการตระหนักใน การอนุรักษ์ความ คคุณค่า มูลค่า ซึ่งเป็นจุดขายและแนวโน้มใหม่ ในดวงใจของผู้บริโภคการท่องเที่ยว ในอีก มุมหนึ่งมันจึงเป็นเรื่องของการส่งเสริม การตลาดเพื่อรักษา ความยั่งยืน ของ วัฒนธรรมการท่องเที่ยว หรือเปล่า ?