

ถนนชายโขงเมืองเชียงคาน: การทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

Chaikhong Street: Cultural Commodification for Tourism in Chiangkhan District,

Loei Province

ณัฐพล มีแก้ว (Nattapon Meekaew)* ดร.สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (Dr.Somsak Srisontisuk)**

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพลวัตของการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว และผลกระทบที่เกิดขึ้นเนื่องจากการท่องเที่ยว งานชิ้นนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วิชาการและกึ่งวิชาการ การใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้อยู่อาศัยบริเวณชุมชนริมโขง เจ้าหน้าที่จากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว พื้นที่การวิจัย คือ ชุมชนที่ตั้งอยู่ที่ถนนชายโขง อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยผลการวิจัยพบว่า การทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าในพื้นที่จะประกอบด้วย ขั้นตอนการผลิตสินค้า ขั้นตอนการกระจายสินค้า และขั้นตอนการบริโภคสินค้า ซึ่งการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้านี้ส่งผลต่อชุมชนเชียงคาน โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนสามารถแบ่งได้เป็นผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ABSTRACT

This research concerns dynamics of cultural commodification for tourism, and impacts of tourism. The research has done by using qualitative approach. Research/ semi-research documents, semi-structure interview guideline, participatory/ non-participatory observations and focus group discussion are used. The informants consist of villagers, government/ non-government officers, tourism entrepreneurs, and tourists. The research area scopes a community at Chaikhong street, Chiangkhan district, Loei province, Thailand.

From the research, it was found that dynamics of cultural commodification consist of production stage, distribution stage, and consuming stage. These stages affect to community, as cultural product owner. The effects have divided into 3 perspectives namely; economic, social, and cultural perspectives.

คำสำคัญ : สินค้าทางวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรม การทำให้เป็นสินค้า ผลกระทบ

Key Words : Cultural product, Culture industry, Commodification, Impacts

* นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาการพัฒนาศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

การท่องเที่ยวในภูมิภาคให้เป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญในสังคมไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางวัฒนธรรมในทุกๆ ด้าน ในประเทศไทยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถูกใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างแพร่หลาย เป็นการนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมต่างๆ ของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งวัฒนธรรมนี้เองได้ถูกทำให้เป็นสินค้าเพื่อการบริโภคและแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งในปัจจุบันพบว่า ชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศไทยได้พยายามใช้การท่องเที่ยวเป็นแผนการสำหรับการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามในการใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขายในการพัฒนาท้องถิ่นนั้น ชุมชนเองต้องพึงพาวัฒนธรรมและสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ในทางวัฒนธรรมของพวกเขามาใช้เป็นจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อย่างเช่น นิทานพื้นบ้าน, ศิลปะพื้นบ้าน, ขนบธรรมเนียมประเพณี, มรดกพื้นบ้าน, หรือแม้แต่สภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น เป็นต้น โดยทรัพยากรเหล่านี้เองจะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวขึ้นในท้องถิ่น โดยแต่ละชุมชนเองนั้นก็จะมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มั่งคั่งและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งตรงนี้เองที่ได้ถูกนำไปใช้ในการโฆษณาการท่องเที่ยวของพื้นที่อย่างกว้างขวาง นั้นทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นได้ถูกทำให้กลายเป็นเพียงแค่วัตถุอย่างหนึ่งและถูกทำให้กลายเป็นสินค้าเพื่อเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อบ่งบอกถึงความเฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการพยายามนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ให้กับบรรดานักท่องเที่ยวได้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้จากกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กระตือรือร้นที่จะบริโภคประสบการณ์ทางวัฒนธรรมใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา (พิทักษ์, 2548)

อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือที่กำลังได้รับความนิยมจากบรรดานักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน สิ่งที่เป็นจุดขายของเมืองเชียงคานในปัจจุบันนั้นเป็นเรื่องของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอันเรียบง่ายของชุมชนชาวเชียงคานบริเวณถนนชายโขง รวมถึงความเป็นอดีตที่ยังคงกลิ่นอายของเมืองเก่าที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงมานานกว่า 100 ปี อาคารไม้หลังเก่ามากมายตั้งอยู่ริมฝั่งโขง โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนบริเวณถนนชายโขงของอำเภอเชียงคาน นับได้ว่าเป็นจุดท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอ ด้วยความที่มีลักษณะเป็นถนนแนวตรงทอดยาวเลียบริมฝั่งแม่น้ำโขง มีชุมชนตั้งอาศัยทั้งสองฟากฝั่งถนนเป็นระยะเวลานานกว่า 100 ปี เป็นชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจตั้งแต่สมัยก่อตั้งเมืองเนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงซึ่งตรงข้ามกับเมืองสาณะคามของประเทศลาว ส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนทั้งด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของทั้งสองชุมชน โดยมีหลักฐานที่สะท้อนให้เห็น “ภาพของเมืองเก่าแก่” ที่ยังคงยืนหยัดอยู่ได้ในปัจจุบัน มีร่องรอยของโรงเรียน โรงแรม และโรงหนัง (โรงภาพยนตร์) ยังคงปรากฏให้เห็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องยืนยันถึงความรุ่งเรืองของเมืองเชียงคานในอดีตได้เป็นอย่างดี (สุนีย์, 2553) ถนนชายโขงนั้นนับได้ว่ามีความมั่งคั่งในเรื่องของมรดกทางวัฒนธรรมมาก วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ากับชุมชนท้องถิ่นเมื่อพิจารณาในฐานะที่เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนในท้องถิ่น ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นจะถูกนำเสนอผ่านรูปแบบการใช้ชีวิตและวิถีชีวิตที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละพื้นที่ และแสดงออกผ่านขนบธรรมเนียมประเพณี, สิ่งประดิษฐ์, และรูปแบบอื่น นั้นจึงกลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและช่วยพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความเจริญในด้านต่างๆ ได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อกระแสการท่องเที่ยวได้แทรกเข้ามาในความนิยมของนักท่องเที่ยว ความเก่าแก่ดั้งเดิมของเมืองเชียงคานซึ่งถูกทอดทิ้งมานาน

กลับถูกดึงให้มาอยู่ในความสนใจอีกครั้ง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิ ร้านอาหาร โรงแรม ร้านค้า ตลอดจนระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี ประกอบกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชนชั้นกลาง ที่มุ่งสัมผัสความเป็นท้องถิ่น วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวเชียงคาน ตลอดจนสถาปัตยกรรมเมืองที่เรียบง่ายแต่คงไว้ซึ่งกลิ่นอายของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเหล่านี้จึงถูกนำมาทำให้กลายเป็นสินค้าเพื่อสร้างผลประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในเวลาเดียวกัน ซึ่งสภาพที่เกิดขึ้นกับเชียงคานในปัจจุบัน มีการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือเอกลักษณ์ของพื้นที่มาทำให้เป็นสินค้าเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความเป็นอดีตซึ่งเป็นอัตลักษณ์สำคัญของเชียงคานกลับถูกประกอบสร้างทั้งจากนักท่องเที่ยวเองและคนในท้องถิ่น เพื่อนำเสนอให้กับบรรดานักท่องเที่ยวผู้นิยมบริโภคความเป็นอดีต ชาวบ้านในชุมชนต่างก็พยายามที่จะขุดวัฒนธรรมของตัวเอง รวมไปถึงวิถีชีวิต มาขายให้กับนักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่นไม่ได้ทำการผลิตในด้านนี้เป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการใช้ประโยชน์ใช้สอยเหมือนดังในอดีตอีกต่อไป แต่หน้าที่ในการผลิตกลับถูกเปลี่ยนบทบาทให้เป็นการผลิตเพื่อการค้าเท่านั้น สินค้าที่ถูกผลิตดังกล่าวกลับถูกลดคุณค่าใช้สอยให้น้อยลง แต่กลับมีการแสดงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic value) ที่ทำให้แตกต่างจากผู้อื่น และทำให้นักท่องเที่ยวได้บริโภคอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่กลับเป็นตัวเร่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเมืองเชียงคาน นั่นจึงทำให้ผู้ศึกษานี้เกิดคำถามที่ว่า เมื่อหน้าที่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นถูกทำให้เปลี่ยนไป คือจากเดิมที่ขัดโยงกับวิถีชีวิต แต่เมื่อการท่องเที่ยว(ปัจเจกภายนอก)เข้ามา วัฒนธรรมจึงถูกเปลี่ยนให้กลายเป็นสินค้าเพื่อขายให้นักท่องเที่ยว จึง

เกิดคำถามที่ว่า วัฒนธรรมนั้นถูกเปลี่ยนแปลงให้กลายเป็นสินค้าได้อย่างไรและส่งผลอย่างไรต่อชุมชน

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ให้ความสนใจและมุ่งเน้นศึกษาถึงพลวัตและกระบวนการการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นจุดขายและปรุงแต่งใหม่ให้เป็นสินค้า โดยผ่านกระแสการท่องเที่ยวเชิงเมืองเชียงคานที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนจากการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้ามายังเมืองเชียงคานอย่างรวดเร็ว ซึ่งงานชิ้นนี้จะเป็นการพยายามอธิบายถึงความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงกันระหว่างชุมชนท้องถิ่น, การทำให้เป็นสินค้า, วัฒนธรรมท้องถิ่น, และการท่องเที่ยวในพื้นที่

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพลวัตของการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณชุมชนถนนชายโขง
2. ศึกษาผลกระทบต่อชุมชนจากการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา โดยมุ่งไปที่การศึกษาทำความเข้าใจถึงพลวัตของการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวแล้วเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาและอธิบายสภาพของปรากฏการณ์ดังกล่าวในพื้นที่ได้ และทำความเข้าใจถึงเงื่อนไขที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ดังกล่าวซึ่งอาจส่งผลต่อชุมชนในฐานะผู้ผลิตทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ บริเวณชุมชนที่ตั้งอยู่ที่ถนนชายโขง ภายในเขตเทศบาลตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอเชียงคาน และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด

การศึกษาค้นคว้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารวิชาการและกึ่งวิชาการ การใช้แนวทางการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม รวมไปถึงการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้อยู่อาศัยบริเวณชุมชนริมโขง เจ้าหน้าที่จากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยพิจารณาจากแหล่งข้อมูล ระยะเวลา และสถานที่ เพื่อหาความเหมือนและแตกต่างของข้อมูล เมื่อตรวจสอบแล้วถ้าข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกันก็ถือว่าข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือ แต่ถ้าหากมีความต่างก็จะเป็นการใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าคือ นำข้อมูลจากแหล่งที่หนึ่งและแหล่งที่สองมาตรวจสอบกับข้อมูลแหล่งที่สาม ถ้าตรวจสอบแล้วถ้าข้อมูลจากแหล่งใดตรงกันก็ถือว่าข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือ

เมื่อทำการตรวจสอบข้อมูลแล้ว จึงทำการจัดระบบของข้อมูลด้วยการจำแนก และจัดข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลในแต่ละประเด็นและหาข้อสรุป โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาจัดระเบียบทางกายภาพของข้อมูล ได้แก่ การถอดเทปบันทึกเสียง การบันทึกข้อมูลในบันทึกสนาม จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อตีความและสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive Conclusion) จากนั้นจึงนำเสนอข้อมูลโดยใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) โดยเป็นการบรรยายอธิบายข้อเท็จจริงที่ค้นพบ และนำเสนอข้อมูลตามกรอบแนวคิดทฤษฎี

ผลการวิจัย

การทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าท่องเที่ยวเมือง
เชียงคาน

การท่องเที่ยวภายในพื้นที่อำเภอเชียงคานนั้นนับว่าเกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานานแล้ว ซึ่งจากเดิมจุดขายของอำเภอเชียงคานที่สำคัญก็คือแก่งคุดคู้ ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพที่สวยงาม อย่างไรก็ตามเมื่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเชียงคานเปลี่ยนไป พื้นที่การท่องเที่ยวถูกโยกย้ายจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ซึ่งก็คือ ภายในบริเวณเขตเทศบาลเมืองเชียงคาน หรือที่เรียกว่าบริเวณชุมชนถนนชายโขงนั่นเอง ซึ่งภายในชุมชนถนนชายโขงนั้นประกอบไปด้วยวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง ส่งผลให้ชุมชนจากเดิมที่เงียบสงบเปลี่ยนไปสู่ชุมชนที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหนาแน่น และได้ส่งผลกระทบต่อชุมชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สำหรับสินค้าทางวัฒนธรรมที่ชุมชนเชียงคานได้นำมาปรับหรือประยุกต์ใช้เพื่อเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วย โฮมสเตย์ การทำผ้าไหม การดำนาข้าวเหนียว และสภาพบ้านไม้เก่าแก่ริมฝั่งแม่น้ำโขง โดยแต่ละกิจกรรมนั้นจะพิจารณาจากวิถีการผลิต ความสัมพันธ์ทางการผลิต การกระจายสินค้าทางวัฒนธรรมสู่นักท่องเที่ยว และรูปแบบการบริหารของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกออกได้ดังนี้

1) โฮมสเตย์ รูปแบบของโฮมสเตย์ในอำเภอเชียงคานส่วนใหญ่จะเป็นการประยุกต์นำบ้านเก่าดั้งเดิมมาปรับปรุงใหม่ให้รองรับนักท่องเที่ยวได้ ทำให้ราคาห้องพักมีราคาไม่สูงมากนัก แตกต่างจากโรงแรมที่เกิดขึ้นใหม่ที่ราคาค่อนข้างสูง ซึ่งเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามายังพื้นที่ส่งผลให้วิถีการดำรงชีพของคนในพื้นที่ต่างไปจากเดิมที่ชาวบ้านจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่การเกษตรของตน เมื่อกิจกรรมการพักแรมเริ่มได้รับความนิยมขึ้น ชาวบ้านก็เปลี่ยนมาเป็นการเปิดบ้านของตนเองเพื่อรับนักท่องเที่ยวโดยที่ชาวบ้านจะเป็นผู้บริหารจัดการที่พักของตนเอง ในด้าน

ความสัมพันธ์ทางการผลิตนั้น มีการแบ่งแยกหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมอย่างเช่น การดูแลที่พัก การทำความสะอาดเครื่องนอน เป็นต้น นอกจากนี้โฮมสเตย์ยังมีรูปแบบการขายที่น่าสนใจคือ การอาศัยความเป็นมิตร อธิษาศิทธิ์ซึ่งเป็นลักษณะของชาวเชียงคานอยู่แล้วในการช่วยการขาย เพราะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกเหมือนอยู่ที่บ้าน เป็นในลักษณะการพึ่งพาอาศัยกันเสียมากกว่า ส่งผลให้เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจแล้ว โฮมสเตย์นั้นๆก็จะได้รับการบอกเล่าแบบปากต่อปากในหมู่นักท่องเที่ยว หรือประชาสัมพันธ์ตามนิตยสารท่องเที่ยวต่างๆ ส่งผลให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2) การทำฝัำนวม ปัจจัยการผลิตที่สำคัญก็คือฝ้าย ซึ่งเมื่อก่อนนิยมปลูกกันมากในอำเภอเชียงคาน แต่ปัจจุบันไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิต ทำให้ต้องนำเข้าจากแหล่งอื่น โดยในการผลิตฝัำนวมนั้นมีทั้งรูปแบบของการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแม่บ้านและการดำเนินการผลิตด้วยตนเองผ่านเครื่องมือสำคัญคือ โครงทูกและจักรอุตสาหกรรม ในการผลิตฝัำนวมนั้นปัจจุบันยังคงนิยมใช้แรงงานฝีมือคนในการผลิตเช่นเดิม แต่มีการนำเทคโนโลยีการผลิตเข้ามาประยุกต์ใช้เช่นกัน เพื่อความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการผลิต อย่างไรก็ตามเนื่องจากที่พื้นที่เชียงคานเป็นแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีการสั่งซื้อฝัำนวมเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการผลิตลวดลายที่ไม่ค่อยหลากหลาย รวมไปถึงคุณภาพในการผลิตที่ลดลงเนื่องจากต้องผลิตอย่างรวดเร็ว ในด้านความสัมพันธ์ทางการผลิตนั้น จะเน้นไปที่แรงงานในชุมชน มีการแบ่งแยกหน้าที่ในการผลิตชัดเจน ผลประโยชน์จะมีการจัดสรรตามกำลังการผลิตหรือตามความสามารถในการจัดจำหน่าย ขึ้นอยู่กับลักษณะการผลิตว่าเป็นแบบรวมกลุ่มหรือเดี่ยวตามที่กล่าวข้างต้น

3) การดักบาตรข้าวเหนียว การดักบาตรข้าวเหนียวของเมืองเชียงคานนั้นได้รับอิทธิพลมาจากประเพณีดั้งเดิมของเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว โดยลักษณะการดักบาตรข้าวเหนียวนั้น การดักบาตร

เดิมจะใส่เฉพาะข้าวเหนียวประมาณหยิบมือเท่านั้น ส่วนพวกกับข้าวหรือดอกไม้ต่างๆจะนิยมไปถวายให้กับพระช่วงสายๆ อย่างไรก็ตามเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามายังพื้นที่รูปแบบการดักบาตรได้เปลี่ยนไป บริษัททัวร์หรือเจ้าของโฮมสเตย์บางรายมีการบริการจัดแพ็คเกจการดักบาตรข้าวเหนียวให้นักท่องเที่ยว โดยประกอบด้วยข้าวเหนียว กับข้าวและดอกไม้ ทำให้พระสงฆ์แต่ละวัดต้องมีการนำรถเข็นมาใส่ของที่บ้านและนักท่องเที่ยวมาถวาย และเส้นทางการเดินบิณฑบาตของพระสงฆ์แต่ละวัดนั้น จะเดินไม่ซ้ำเส้นทางกัน จะเดินบิณฑบาตบริเวณคุ้มวัดของตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจากรูปแบบดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์และชาวบ้านในชุมชนที่เปลี่ยนไปเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยว โดยพบว่าจำนวนพระสงฆ์ที่เข้ามาจำวัดภายในชุมชนถนนชายโขงนั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นมากช่วง 3-4ปีก่อน รวมไปถึงบทบาทของคนในชุมชนที่พยายามในการนำเสนอกิจกรรมการดักบาตรให้เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักผ่อนยังที่พักของตน ซึ่งส่งผลให้คุณค่าของประเพณีดังกล่าวถูกลดทอนลงเหลือเพียงแค่เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในภาพรวมแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสงฆ์กับชุมชนนั้นยังถือว่ามีความใกล้ชิดกันอยู่ โดยวัดยังคงเป็นสถานที่ในการจัดกิจกรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

4) บ้านไม้เก่าแก่เมืองเชียงคาน สภาพบ้านไม้เก่าแก่นับร้อยปีที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขงของอำเภอเชียงคานนั้น นับว่าเป็นจุดขายที่โดดเด่นที่สุดของเมืองเชียงคาน โดยมีลักษณะเป็นบ้านไม้สองชั้นหรือสามชั้นเลียบไปตามแม่น้ำโขง ทรงของบ้านหรืออาคารมีลักษณะผสมผสานความเป็นไทย ลาว และจีนอันเนื่องมาจากการผสมผสานทางวัฒนธรรมตั้งแต่สมัยก่อนที่เชียงคานนั้นเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาค ในปัจจุบันเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาทางชุมชนจึงมีรูปแบบการอนุรักษ์สภาพอาคารบ้านเรือนเพื่อเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังพื้นที่ โดยมีการร่วมมือกับทางหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการกำหนด

แบบแผนการปลูกสร้างอาคารใหม่หรือแนวทางอนุรักษ์สภาพบ้านไม้เก่าแก่ โดยเน้นให้เกิดความเป็นรูปแบบเดียวกันไม่ว่าจะเป็นบ้านไม้เก่าหรือการก่อสร้างอาคารใหม่โดยพยายามทำรูปแบบให้เหมือนกับสภาพบ้านเก่าแก่ให้มากที่สุด นอกจากนี้กระแสดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในลักษณะที่เรียกว่าการโหยหาอดีต (Nostalgia) ที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่บรรดานักท่องเที่ยวชนชั้นกลางก็มีส่วนที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังอำเภอเชียงคานมากขึ้น สำหรับในด้านความสัมพันธ์ทางการผลิตพบว่าทั้งชุมชนนั้นมีความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการร่วมกันสร้างภาพความเป็นเมืองเก่า โดยมีรูปแบบการแบ่งแยกหน้าที่ในการดำเนินการชัดเจนคือ ชุมชนจะทำหน้าที่ในการดูแล ปรับปรุงสภาพบ้านเรือนเก่าแก่ ส่วนหน่วยงานต่างๆจะทำหน้าที่คอยให้คำแนะนำและประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชนอันเนื่องมาจากการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้า

ในด้านเศรษฐกิจ พบว่าผลของการท่องเที่ยวที่เข้ามายังพื้นที่ทำให้เกิดการนำเสนอวัฒนธรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งตรงจุดนี้เองที่เป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับชุมชนเชียงคาน เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่นั้นยังคงอยู่ในความครอบครองของชาวบ้านในชุมชน ส่งผลให้รายได้นั้นตกอยู่กับชุมชนโดยตรง สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรม รวมถึงวิธีการกระจายสินค้า พบว่าเมื่อมีการนำรูปแบบการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมเข้ามาใช้ในการผลิตสินค้า ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่เป็นจำนวนมากในแต่ละชนิด อย่างไรก็ตามเพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่นการผลิผ้าไหม รวมไปถึงการผลิตผ้าสินค้าให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน นั่นคือลักษณะตึกอาคารที่ทำให้ดูเก่าแก่ ซึ่งผลจากการที่ผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมเองส่งผลให้ฐานะทางเศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการผลิตหรือขายสินค้าทางวัฒนธรรม

ดังกล่าว อย่างไรก็ตามผลกระทบที่เกิดขึ้นเนื่องจากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมได้เกิดขึ้นกับสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้เช่นกัน ดังที่จะได้กล่าวในส่วนของผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมต่อไป

นอกจากนี้ ผลจากระบบเศรษฐกิจที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วภายใต้อาเภอเชียงคานกลับกำลังส่งผลให้เกิดการแข่งขันทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริการ โดยตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ การเกิดขึ้นของร้านสะดวกซื้อตลอด 24 ชม. รวมไปถึงการกว้านซื้อที่ดินบริเวณชุมชนชายโขงเพื่อสร้างโรงแรมใหม่ ซึ่งตรงนี้เองเป็นสิ่งที่ดึงดูดเงินจากนักท่องเที่ยว แทนที่จะตกไปสู่ชุมชน แต่กลับถูกแบ่งปันให้กับกลุ่มนักลงทุนจากภายนอก และอาจส่งผลให้ชาวบ้านในชุมชนเป็นเพียงแค่ลูกจ้างภายในชุมชนของตัวเองในที่สุด

ในด้านสังคม การพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวและด้านอื่นๆอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากการท่องเที่ยวที่เข้ามาจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาถึงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานรวมไปถึงด้านต่างๆเพื่อรองรับการท่องเที่ยว รวมไปถึงแผนงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งตรงนี้ส่งผลให้ชุมชนเชียงคานเกิดการพัฒนาขึ้นและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามกลับพบว่าปัญหาในด้านนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวกับการปฏิบัติการในระดับชุมชนนั้นยังไม่มีผลสอดคล้องกัน การสั่งการในด้านนโยบายยังเป็นไปในลักษณะ Top-down ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความไม่ยั่งยืนในเรื่องของการพัฒนาชุมชนในที่สุด

ความเจริญก้าวหน้าของการท่องเที่ยวที่เข้ามายังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านระบบการผลิตของชุมชนอย่างชัดเจน เช่น การผลิตผ้าไหมวมที่ ต้องมีการสั่งซื้อฝ้ายเข้ามาจากภายนอกเนื่องจากปลูกไม่ทันความต้องการ หรือการละทิ้งระบบการผลิตแบบดั้งเดิมซึ่งก็คือเกษตรกรรม เปลี่ยนมาเป็นการผลิตในรูปแบบของการบริการ เช่น การดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อรองรับกับการท่องเที่ยว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวในมุมมองของชุมชนก็เพื่อเหตุผลในเชิง

เศรษฐกิจที่การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ได้รวดเร็วกว่าการทำเกษตรกรรม

นอกจากนี้ยังพบว่าผลจากการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมในเชิงอุตสาหกรรมกลับทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนเปลี่ยนไป กล่าวคือ เกิดการแย่งชิงกลุ่มผู้บริโภคสินค้ากันเอง ทำให้เกิดความขัดแย้งกันภายในชุมชน รวมไปถึงการว่างจ้างคนในชุมชนในลักษณะที่เป็นลูกจ้าง-นายจ้าง ทำให้ความสัมพันธ์ภายในชุมชนไม่ใกล้ชิดกันเหมือนเมื่อก่อน

ด้านวัฒนธรรม พบว่าการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้านั้นส่งผลให้เกิดในเรื่องของคุณค่าของสินค้า วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งคุณค่าของสินค้าทางวัฒนธรรมนั้นก็ขึ้นอยู่กับทำให้ความหมายของบุคคลและช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการท่องเที่ยวเข้ามายังชุมชนชายโขง ส่งผลให้วัฒนธรรมท้องถิ่นกลายเป็นเพียงสินค้าที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสโดยปราศจากคุณค่า ตัวอย่างเช่น การตัดบตรข้าวเหนียวซึ่งถูกการท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนรูปแบบการตัดบตรเสียใหม่ หรืออาจจะเป็นการผลิตผ้าไหมซึ่งถูกเปลี่ยนแปลงหน้าตาจากการเป็นในลักษณะเพื่อการใช้สอย กลับถูกแปรเปลี่ยนเป็นการให้คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ และยังส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อด้านความสัมพันธ์ทางการผลิตที่จากเดิมนั้นมีลักษณะเกี่ยวเนื่องพึ่งพาอาศัยกัน กลับต้องมิลักษณะการแข่งขันเพื่อต่อสู้แย่งหาลูกค้ากันเอง นอกจากนี้การให้คุณค่าทางด้านสัญลักษณ์ก็เป็นแนวทางหนึ่งในการกระจายสินค้าสู่นักท่องเที่ยวโดยผ่านกระแสความเป็นท้องถิ่นนิยม และกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชนชั้นกลางซึ่งเป็นความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้เพื่อทำให้สินค้าวัฒนธรรมสามารถขายให้กับนักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้ผู้ผลิตมีความจำเป็นที่จะต้องประยุกต์สินค้าวัฒนธรรมให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดลักษณะที่เรียกว่าเป็นวัฒนธรรมลูกผสม ขึ้นภายในตัวสินค้า อย่างเช่น โฮมสเตย์ หรือการคงสภาพบ้านเรือนเก่าแก่ ซึ่งโครงสร้างภายนอกจะเป็นในรูปแบบย้อนยุคเก่าแก่

แต่ภายในตัวอาคารจะมีการปรับแต่งในลักษณะที่ทันสมัย พร้อมซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น ตรงจุดนี้เองเป็นสิ่งที่ชุมชนจำเป็นต้องทำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งก็คือนักท่องเที่ยว รวมไปถึงเพื่อหวังผลทางเศรษฐกิจอีกด้วย

อย่างไรก็ตามผลจากการทำวัฒนธรรมเป็นสินค้าของเมืองเชียงคานนั้นก็ยังสามารถทำให้วัฒนธรรมของเชียงคานเองนั้นได้แพร่หลายไปสู่สังคมภายนอกมากขึ้น ผู้คนจะรู้จักเชียงคานมากขึ้นและส่งผลให้เกิดการกระตุ้นให้คนภายนอกอยากรู้จักและอยากสัมผัสถึงอัตลักษณ์ของเชียงคาน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีในเชิงเศรษฐกิจกับชุมชนในที่สุด

บทสรุป

สินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเมืองเชียงคาน ทั้งการบริการโฮมสเตย์ การทำผ้าไหมนม ประเพณีการตัดบตรข้าวเหนียว และบ้านไม้เก่าแก่ริมฝั่งโขง มีขั้นตอน วิธีการผลิต การจัดจำหน่าย และรูปแบบการบริโภคที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับบริบทแวดล้อมต่างๆ แต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือ การเปลี่ยนแปลงจากวิถีการผลิตแบบดั้งเดิมเข้าสู่การผลิตแบบอุตสาหกรรมมากขึ้น หรือที่แบบว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) ปัจจุบันการผลิตบางอย่างถูกใช้ควบคู่กับเทคโนโลยี การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมการผลิตเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับกับความต้องการ รวมไปถึงการแบ่งหน้าที่ของผู้ผลิตอย่างชัดเจน ซึ่งผลของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเมืองเชียงคานนั้น ส่งผลให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในเชิงเศรษฐกิจกับชุมชน รวมไปถึงการทำวัฒนธรรมเชียงคานนั้นเผยแพร่ออกไปสู่สังคมภายนอกมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นทางด้านการท่องเที่ยวเมืองเชียงคาน อย่างไรก็ตามหากมองในแง่ลบ จะพบว่าระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่กำลังเกิดขึ้นในเมืองเชียงคานนั้นกลับส่งผลให้คุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิม

ลดทอนลง เหลือแต่เพียงการเป็นเพียงแค่ “สินค้า” สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ชมหรือจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของ ออดอร์โนและฮอร์กไฮเมอร์ (2002) ที่กล่าวว่าแม้ระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมจะทำให้เศรษฐกิจสังคมเกิดความก้าวหน้า แต่ในขณะเดียวกันกระบวนการผลิตวัฒนธรรมกลับเป็นไปในลักษณะที่มากในเชิงปริมาณแต่ด้อยในเชิงคุณภาพจนเหลือเป็นเพียงแค่สินค้าชนิดหนึ่งเท่านั้น ซึ่งนั่นก็คือการถูกลดทอนคุณค่าของวัฒนธรรมเชิงคุณค่าเดิมให้กลายเป็นเพียงแค่สินค้าที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาบริโภคนั่นเอง

อย่างไรก็ตามถนนสายโขงเมืองเชียงคานนั้น ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพทั้งในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เข้มแข็ง รวมไปถึงนโยบายด้านการพัฒนาต่างๆ ที่เข้ามายังพื้นที่อันเนื่องมาจากการเติบโตทางด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทำความเข้าใจกันระหว่างเจ้าของชุมชน หน่วยงานต่างๆ รวมไปถึงนักท่องเที่ยว ในเรื่องของการพัฒนาทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยว ผลกระทบทางด้านต่างๆ และการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อผลทางด้านการเศรษฐกิจ หรือที่เรียกกันว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) โดยที่ยังคงคุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมได้อย่างครบถ้วนเพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินต่อไปเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่กำลังแทรกซึมสู่ชุมชนท้องถิ่นต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยขอนแก่น และศูนย์วิจัยพหุลักษณะสังคมลุ่มน้ำโขงที่ให้ทุนสนับสนุนในการดำเนินการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. 2551. สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารการศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

- พิทักษ์ น้อยวงศ์. 2546. กระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวในภาคอีสาน. ปริญญาโท ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ไทศึกษา) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พงศ์พันธ์ อนันต์วรณชัย. 2551. การต่อยอดและอุตสาหกรรมวัฒนธรรม. วารสารวัฒนธรรมไทย. 47(4) มีนาคม 2551. หน้า 21-24.
- มนัส สุวรรณ. 2539. การท่องเที่ยวกับผลกระทบ. วารสารภูมิศาสตร์. 21,2 (สิงหาคม): 13-16.
- วิริยะ สว่างโชติ. 2538. อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมแบบโต้ตอบกับการรื้อฟื้นความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและการบริโภค. ใน วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์. หน้า 30-53. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์. 2553. ไปเที่ยว...ไปดู...แม่น้ำโขงเมื่อแล้ง. เอกสารประกอบสัมมนาวิชาการประจำปี 2553 แม่น้ำโขง นครพนม II Social and Economic Corridors of the Mekong Basin 21-22 ตุลาคม 2553. หน้า 6.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2536. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม: แนวทางศึกษาวิเคราะห์ และวางแผน. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Adorno, T. W., with Max Horkheimer. 2002. Dialectic of Enlightenment. Trans. Edmund Jephcott. Stanford: Stanford UP, 242.
- Turner, Bryan S. 1998. A Note on Nostalgia, Theory, Culture, and Society. 4: 147 – 156.
- W. Kelly. 1986. Rationalization and Nostalgia: Cultural Dynamics of New Middle-Class Japan, American Ethnologist vol. 13 no. 4 (November 1986).