

# การผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านสาวะถี สู่รากฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ Reproduction and Rebuilding of Cultural Identity of BAAN SAWADDHI Community lead to Creative Cultural Tourism Management

สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์<sup>1</sup>

Suwakhon Somphaiphithak<sup>1</sup>

(Received: July 20, 2019; Revised: October 15, 2019; Accepted: November 28, 2019)

## บทคัดย่อ

การผลิตซ้ำและสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านสาวะถี ทำให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่วัฒนธรรมโลกและรับมือกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย สิ่งปรากฏให้เห็นเด่นชัดคือ การลดความสำคัญของวัฒนธรรมรัฐชาติ วัฒนธรรมกลุ่มย่อยต่างๆ ปรากฏรูปแบบชัดเจนมากขึ้น จนเกิดการยอมรับความคิดเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ชุมชนบ้านสาวะถีเผยแพร่ต่อสาธารณชน เมื่อพิจารณาโดยละเอียดจะพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้เกิดการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านสาวะถีจะเป็นสิ่งใดไปไม่ได้นอกเสียจากบุคคลที่มีอำนาจและเป็นหัวใจหลักที่เป็นผู้ชี้ขาดความยั่งยืนของวัฒนธรรมในชุมชน ทั้งนี้ กระบวนการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมในสังคมที่มีความหลากหลายและมีความเป็นพลวัตจำเป็นต้องตระหนักถึง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับสังคมวัฒนธรรม โดยจะต้องพิจารณาให้ครอบคลุมถึงองค์ประกอบการบริหารจัดการทุนวัฒนธรรมใน 2 มิติ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนสาธารณะและส่วนปัจเจกบุคคล การดำเนินการเช่นนี้แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมที่นำเสนอออกมาอยู่บนพื้นฐานของแต่ละกลุ่มสังคมที่มีวิถีการปฏิบัติต่อวัฒนธรรมแตกต่างกันถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้ภาคอีสานเช่นเดียวกันก็ตาม โดยจะส่งผลให้เกิดการนำทุนวัฒนธรรมที่ได้จากกระบวนการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมต่อยอดพัฒนาสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

**คำสำคัญ:** การผลิตซ้ำ การสร้างใหม่ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การจัดการการท่องเที่ยว  
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรมสร้างสรรค์

## Abstract

Reproduction and reconstruction of the cultural identity of the Baan Sawaddhi community have resulted in adapting to the world culture and dealing with various cultures. What appeared clearly is reducing the importance of the nation-state culture; subculture appears more clearly until the acceptance of the idea of cultural diversity in the Baan Sawaddhi community is public. When thoroughly examine, it has found that the

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร, E-mail: suwakhon.so@ku.th

success factors that cause reproducing and cultural reconstruction of the Baan Sawaddhi community that will not be impossible unless it is the person who has power and is the key to deciding the sustainability of culture in the community. Diversity and dynamics are significant to be aware of the interaction between government and cultural society. This must be considering the component of cultural capital management in two dimensions, namely the relationship between public and individual. This shows that the culture has presented based on each social group with different cultural practices, even though it is also in the northeast region of Thailand, which will result in the use of cultural capital derived from the process of reproducing and cultural construction, further developed into the concept of creative economy based on cultural tourism..

**Keywords:** Reproduction, Reconstruction, Cultural Identity, Tourism Management, Cultural Tourism, Creative Culture

## 1. บทนำ

บ้านสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นหมู่บ้านที่มีหลักฐานอันแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองนับจากอดีต เช่น พบร่องรอยคูน้ำล้อมรอบชุมชน ซึ่งเป็นลักษณะของการตั้งถิ่นฐานของชุมชนโบราณในสมัยวัฒนธรรมทวารวดีอายุระหว่างพุทธศตวรรษที่ 13 – 15 มีการพบเสมาหินสลักโบราณ ทางพุทธศาสนาอันแสดงถึงความเป็นชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนา ต่อมาในสมัยวัฒนธรรมเขมรโบราณในยุคที่พุทธศาสนamahayanaรุ่งเรืองในราวพุทธศตวรรษที่ 17 – 18 ในพื้นที่ของบ้านสาวะถีก็มีโบราณสถานโนนภูเป็นร่องรอย ที่แสดงถึงการเป็นศูนย์กลางของชุมชนในช่วงสมัยดังกล่าว และในวัดไชยศรี ยังมีข้อมูลทางด้านศิลปกรรมที่โดดเด่นคือ สิมโบราณอีสาน หรืออุโบสถที่มีภาพจิตรกรรมฝาผนังที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะนิทานพื้นบ้านเรื่อง สังข์ศิลป์ชัย หรือสินไซ ทั้งนี้ได้มีการนำวรรณกรรมเรื่องสินไซ มาใช้เป็นหลักสูตรในการเรียนวิถีชุมชนท้องถิ่นในเชิงพัฒนาภายใต้โครงการนำร่อง “ศิลป์อีสานสร้างสรรค์” สินไซโมเดล แห่งบ้านสาวะถี พื้นที่สร้างสรรค์เมือง 3 ดี (สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี) โดยความร่วมมือระหว่างศูนย์ศิลปวัฒนธรรมขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมกับเครือข่ายศิลปวัฒนธรรมภาคอีสาน ได้จัดกิจกรรมดังกล่าวขึ้น (โรงเรียนสาวะถีพิทยาสรรพ์, 2560) นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่น ได้นำฮูปแต้ม (ภาพวาดฝาผนัง) จากวัดไชยศรี มาเป็นต้นแบบในด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งพบเห็นได้โดยทั่วไปในตัวเมืองจังหวัดขอนแก่น นั่นคือ ประติมากรรมรูปปั้นท้าวสีโห มาติดตั้งบนหัวเสาไฟฟ้าตามเส้นทางถนนสัจจรถือว่าเป็น สิริมงคลและเป็นการเชิดชูศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ ชุมชนสาวะถียังเป็นชุมชนที่นำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์มาใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นในเชิงประจักษ์อีกด้วย วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อการศึกษาการผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านสาวะถีสู่รากฐานการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์

## 2. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านสาวะถี สู่รากฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ดำเนินการวิจัยโดยใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพทางมานุษยวิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ส่วนคือ

ส่วนแรก เก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งข้อมูลทางวิชาการอาทิ บทความวิจัย บทความวิชาการ งานวิจัย ตำรา เอกสารทางวิชาการอื่นๆ

ส่วนที่สอง เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) บุคคลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 2 ท่าน คือ (1) พระครูบุญชยยากร (วสันต์ มหาบุญโญ) เจ้าอาวาสวัดไชยศรี และเจ้าคณะตำบลสาวะถี เขต 1 และ (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงวิทย์ พิมพะกรรณ์ อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้เชี่ยวชาญและนักวิจัยด้านวัฒนธรรม พร้อมจดบันทึกสนาม (Eld-notes) ขณะทำการสัมภาษณ์ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง พร้อมการสังเกตการณ์แสดงกริยาท่าทางของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นความจริงมากที่สุด จนครบกระบวนการ จึงนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ของข้อมูล หาแบบแผน และความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมและการสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านสาวะถีภายใต้บริบทการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ แยกแยะเงื่อนไข เพื่ออธิบายสาเหตุความสัมพันธ์ รวมทั้งอธิบายการเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ และทำความเข้าใจกับความหลากหลาย (Complexity) และความหมายของปรากฏการณ์ (Thick Description) ของข้อมูลที่เก็บรวบรวมทำการแบ่งแยกให้เป็นระบบอย่างชัดเจน

โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป โดยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) และการวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) ด้วยวิธีแบบใช้ทฤษฎีเป็นกรอบในการจำแนก ทฤษฎีที่ใช้คือ ทฤษฎีโครงสร้างการทำหน้าที่ ตามแนวทางของ Radcliffe Brown และ Merton (2) การวิเคราะห์เพื่อแสดงตัวอย่าง (Illustrative method)

## 3. ผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ที่ไม่เป็นทางการ (Informal interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) บุคคลสำคัญ (Key Informants) เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2560 คือ พระครูบุญชยยากร (วสันต์ มหาบุญโญ) เจ้าอาวาสวัดไชยศรี องค์ปัจจุบัน และเจ้าคณะตำบลสาวะถีเขต 1 ผู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวัดไชยศรี ให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้นอกระบบ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนสาวะถีแห่งนี้ ซึ่งญาติโยมสาธุชนให้ความเคารพเลื่อมใสศรัทธา เป็นผู้นำประชาชนเข้าวัดปฏิบัติธรรม และจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา เป็นแกนหลักในการดึงเยาวชนในท้องถิ่นเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมกับทางวัด เป็นผู้นำทางการศึกษาในท้องถิ่นตำบลสาวะถี และตำบลใกล้เคียง เป็นกรรมการสถานศึกษาของโรงเรียนในตำบลสาวะถี ทั้งประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเป็นบุคลากรสำคัญด้านวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยขอนแก่นและสำนักวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ทำคุณประโยชน์ต่อกระทรวงวัฒนธรรม ได้รับเสมาทองคำจาก พระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ปี 2552 และได้รับพระราชทานเข็มเกียรติคุณวันอนุรักษ์มรดกไทย จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เนื่องจากได้รับการพิจารณายกย่องเป็นผู้อนุรักษ์มรดกไทยดีเด่น ประจำปีพุทธศักราช 2554 พระครูบุญชยยากร (วสันต์ มหาบุญโญ) ได้เล่าข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวัดไชยศรี ว่ามีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 8 ไร่เศษ ตามหลักฐานทราบว่าตั้งวัดเมื่อประมาณ พ.ศ. 2408 ส่วนโบสถ์ หรือสิมนี้ ตามคำบอกเล่าของคนเฒ่าคนแก่ คงสร้างประมาณ ปี พ.ศ.2443 ได้รับ วิสุคามสีมา เมื่อปี พ.ศ. 2460 โดยมี หลวงปู่อ่อนสา เจ้า

อวาสรูปแรกของวัดนี้เป็นผู้ออกแบบและพญาติโยมสร้างขึ้น สำหรับลักษณะของสิม ฐานส่วนล่างและผนังเป็นแบบก่ออิฐฉาบปูน ช่วงบนเดิมเป็นแบบไม้ทั้งหมด รวมทั้งหลังคา บานประตูและหน้าต่างแกะสลัก ส่วนภาพฝาผนังเป็นฝีมือช่างเขียนภาพพื้นบ้านชื่อนายทอง ทิพย์ชา เป็นคนชาวอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยการเขียนภาพนี้ เขียนตามที่หลวงปู่อ่อนสา ท่านกำหนดให้

สำหรับข้อมูลด้านศิลปกรรมได้รับเกียรติจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทรงวิทย์ พิมพะกรรณ์ อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้เชี่ยวชาญและนักวิจัยด้านทุนวัฒนธรรมสู่การสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นเมืองที่ได้ชื่อว่า มหานครแห่งการจัดประชุมสัมมนา (MICE CITY) ได้บรรยายเกี่ยวกับความรู้ด้านจิตรกรรมฝาผนังอีสาน (ฮูปแต้ม) สามารถสรุปใจความสำคัญได้ดังนี้ ผนังด้านนอกเป็นภาพนรก 8 ชุม และวรรณกรรมพื้นบ้านเรื่องสังข์สินไชย และยังปรากฏภาพยักษ์ กษัตริย์ และตัวละครอื่นโลดแล่นอยู่บนผนัง ลักษณะเด่นของจิตรกรรมฝาผนัง (ฮูปแต้ม) ณ วัดไชยศรี เป็นการเขียนแบบโดยช่างพื้นบ้านและเขียนด้วยสีฝุ่น ซึ่งหาจากธรรมชาติ โดยสีที่สะดวกตามากที่สุดคงจะเป็นสีคราม หากแต่เมื่อพินิจพิเคราะห์แล้วจะสังเกตเห็นว่าสีครามมีความเข้มมากกว่าธรรมชาติ อาจสันนิษฐานได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าวประเทศไทยได้มีการนำเข้าคราม ซึ่งเป็นครามสังเคราะห์เข้ามาใช้แล้ว นอกจากนี้ยังวิธีการในการวาดภาพจิตรกรรมฝาผนังเพื่อเป็นพุทธบูชาโดยแท้ คือ การสร้างผลงานศิลปกรรมโดยมิได้ระบุชื่อศิลปินผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ หากแต่ใช้ความศรัทธาในความเป็นพุทธมามกะและความสามัคคีของคนในชุมชนทำนุบำรุงศาสนาโดยแท้ แต่ในส่วนของผนังด้านในไม่อนุญาตให้สตรีเพศเข้าไปภายในสิม (โบสถ์) ตามธรรมเนียมปฏิบัติดั้งเดิมของชาวอีสานโบราณ สำหรับหลังคาเดิมเป็นแบบมีปีกยื่นแบบสถาปัตยกรรมอีสาน แต่ปัจจุบันหลังคาได้เปลี่ยนไป เนื่องจากเกิดการชำรุดและได้ทำการซ่อมแซม อนึ่งเกิดชำรุดมากทั้งส่วนผนัง และหลังคา แต่ด้วยความไม่เข้าใจในเรื่องการบูรณปฏิสังขรณ์วัตถุโบราณและศิลปกรรม จึงได้เปลี่ยนหลังคาเป็นแบบทรงภาคกลาง และได้เสริมผนังบางส่วนให้สูงขึ้น เพื่อรับกับรูปทรงใหม่ของการก่อสร้าง ผลจากการซ่อมแซมนี้ทำให้น้ำปูนไหลมาทับภาพจิตรกรรมบางส่วนทั้งทางด้านนอกและด้านใน

สิม หรือพระอุโบสถ คำว่า สิม เป็นคำที่ชาวอีสานเรียกพระอุโบสถ ซึ่งมีคำว่า สิมหรือเสมา (เขตที่พระสงฆ์ใช้ประชุมทำสังฆกรรม) ในการก่อสร้างสิมในสมัยโบราณมีทั้งการก่อสร้างสิมบก และสิมน้ำ ซึ่งมีหลายลักษณะ แต่โครงสร้างใหญ่ๆแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือสิมโปร่งที่ไม่กั้นฝา และ สิมทึบมีผนังกั้นทั้งสี่ด้าน



ภาพที่ 1: (โบสถ์) โบราณอีสาน ณ วัดไชยศรี ชุมชนสาวะถี จังหวัดขอนแก่น  
(ภาพถ่ายโดย สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์, 2560)



ภาพที่ 2: ภาพจิตรกรรมฝาผนัง (สุปแต่้ม) ด้านนอกสิมโบราณอีสาน ณ วันไชยศรี  
ชุมชนบ้านสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น  
(ภาพถ่ายโดย สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์, 2560)



ภาพที่ 3: อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
(ภาพถ่ายโดย สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์, 2560)



นอกจากสิ่งที่มีความโดดเด่นแสดงให้เห็นถึงสภาพสังคม-วัฒนธรรม และภูมิปัญญาอีสานอย่างเด่นชัดแล้ว ยังพบว่าพระครูบุญชยากร (วสันต์ มหาบุญโญ) เจ้าอาวาสวัดไชยศรีองค์ปัจจุบัน และเจ้าคณะตำบลสวาทิเขตหนึ่ง เป็นพระสงฆ์ ผู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญ ในการพัฒนาวัดสวาทิให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้นอกระบบ และการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ท่านได้ริเริ่มให้มีกิจกรรมในชุมชนหลาย ๆ ประการ เช่น การก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานบ้านวัดไชยศรี ในปี พ.ศ. 2547 โดยมีความมุ่งหมายสำคัญ คือ การป้องกันไม่ให้เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิตของชาวบ้านนับแต่อดีตสูญหายไปจากชุมชนและสร้างเป็นแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติมขึ้นในวัดให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ หรือภูมิปัญญาของบรรพบุรุษสู่ผู้คนในยุคปัจจุบัน การก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานบ้านวัดไชยศรีในระยะเริ่มต้น ได้อาศัยการร่วมแรงร่วมใจของชาวบ้านทั้งในการบริจาคสิ่งของเครื่องใช้ประเภทต่างๆ ร่วมมือกันก่อสร้างอาคารพิพิธภัณฑสถานบ้านวัดไชยศรี และร่วมกันจัดทำทะเบียนจัดแสดง การตั้งศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนตำบลสวาทิ โครงการวัดและหมู่บ้านสะอาด การสอนศิลปกรรมในโรงเรียน การตั้งศูนย์เรียนรู้ประเพณีวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น รวมถึงการเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้แก่เยาวชนผ่านความร่วมมือระหว่างวัดไชยศรี กับ เทศบาลนครขอนแก่น โดยได้นำวรรณกรรมเรื่องสินไซ มาใช้เป็นหลักสูตรในการเรียนวิถีชุมชนท้องถิ่นในเชิงพัฒนาภายใต้โครงการนำร่อง “ศิลปอีสานสร้างสุข” สินไซโมเดล แห่งบ้านสวาทิ พื้นที่สร้างสรรค์ เมือง 3 ดี (สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี) โดยความร่วมมือระหว่างศูนย์ศิลปวัฒนธรรมขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมกับเครือข่ายศิลปวัฒนธรรมภาคอีสาน ได้จัดกิจกรรมดังกล่าวขึ้น (โรงเรียนสวาทิพิทยาสรรพ์, 2560) นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่น ได้นำอุปถัมภ์ (ภาพวาดฝาผนัง) จากวัดไชยศรี มาเป็นต้นแบบในด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งพบเห็นได้โดยทั่วไปในตัวเมืองจังหวัดขอนแก่น นั่นคือ ประติมากรรมรูปปั้นท้าวสีโห มาติดตั้งบนหัวเสาไฟฟ้าตามเส้นทางถนนสัญญาญ ถือว่าเป็น สิริมงคลและเป็น การเชิดชูศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น (โครงการอนุรักษ์ โบราณ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยมหาสารคามออกภาคสนามสำรวจเอกสารโบราณ จังหวัดขอนแก่น ปี 2551)



ภาพที่ 4: ประติมากรรมรูปปั้นท้าวสีโห บนหัวเสาไฟฟ้าตามเส้นทางถนนสัญญาญ บริเวณถนนหลักในตัวเมืองขอนแก่น ซึ่งเป็นการนำอุปถัมภ์จากวัดไชยศรี มาเป็นต้นแบบในด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

นอกจากจุดเด่นด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมของสิมโบราณ ณ วัดไชยศรี แล้วคงมีสามารถปฏิเสธได้ว่า วัฒนธรรมของชุมชนบ้านสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คงอยู่ซึ่งรูปแบบดั้งเดิม หากแต่วัฒนธรรม ณ ชุมชนแห่งนี้ ก็มีการปรับเข้าสู่ความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่หลากหลายทางสังคมพหุนิยม (Pluralism) ซึ่งเป็นเรื่องที่เชื่อมโยงกับพัฒนาการและการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion) ส่งผลให้เกิดความเหมือนบนความแตกต่างตามแนวคิดความหลากหลายทางสังคมบนพื้นฐานวัฒนธรรมมวลชนที่รับมาจากแนวคิดประเทศตะวันตกเป็นวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยการปรับเปลี่ยน ผสมผสาน คัดเลือกต่อรอง และซึมซับระหว่างใหม่-เก่า ระหว่างท้องถิ่นกับสากล แต่ทั้งหมดนี้จะเป็นกระบวนการที่ไม่มีจุดจบ ทุกอย่างจะดำเนินต่อไป และสำคัญไม่ใช่เป็นกระบวนการรื้อถอนหรือทำลายล้างแบบเบ็ดเสร็จ (เย็นจิตร ถิ่นขาม, 2560) สังคมโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดการไหลเวียนหรือการเคลื่อนย้ายทางวัฒนธรรม 5 มิติ (Appadurai's 5 -scapes) ได้แก่ มิติทางชาติพันธุ์ (Ethnoscapes) มิติทางเทคโนโลยี (Technoscapes) มิติทางการเงิน (Finanscapes) มิติทางสื่อมวลชนและข่าวสารข้อมูล (Mediascapes) มิติทางอุดมการณ์ (Ideoscapes) (Appadurai, 1990) แนวคิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องและทับซ้อนกับแนวคิด อัตลักษณ์ (Identity) นั่นคือเมื่อเกิดกระแสโลกาภิวัตน์นั้นได้เกิดแนวคิดหรือกระแสที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงและการรักษาความหลากหลายวัฒนธรรมให้คงอยู่ด้วยการเกิดคู่ตรงข้ามของโลกาภิวัตน์คือ ท้องถิ่นนิยม (Localism) และแนวคิดของอัตลักษณ์ (สำนึกแห่งความเป็นตัวตน) ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์วัฒนธรรมแนวเก่า สู่วัฒนธรรมแนวใหม่

ซึ่งการปรับเปลี่ยนลักษณะของโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดความฉาบฉวยชั่วแล่น ทั้งในแง่ของรสนิยม การบริโภคและการใช้ชีวิต อีกทั้งยังทำให้บางสิ่งบางอย่างเลือนหายไปจากจิตสำนึกของบุคคล อาทิ ความรู้สึกสงบ ความต่อเนื่องมั่นคง ความผูกพันที่ลึกซึ้งกับผู้อื่น รวมถึงความผูกพันกับเวลาและสถานที่ (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546) และผลของมันก็คือ การเปลี่ยนแปลงวิถีคิด เปลี่ยนวิธีการมองความจริง เปลี่ยนแบบแผนในการใช้ชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคล และเปลี่ยนแบบแผนประเพณีต่างๆที่เคยปฏิบัติสืบทอดกันมา (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ พระครูบุญชยากร (วสันต์ มหาบุญโญ) เจ้าอาวาสวัดไชยศรี พร้อมด้วยคนในชุมชนจึงมีแนวคิดในการค้นหาอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรม ซึ่งพิจารณาจากจุดแข็งของวัฒนธรรมชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงการเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชน สร้างจิตสำนึกรักและหวงแหนชุมชนซึ่งเป็นบ้านเกิดของตน ตลอดจนอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนให้คงอยู่และปรับเข้าสู่วัฒนธรรมโลกรับมือกับวัฒนธรรมที่หลากหลายทางสังคม กระบวนการคิดในลักษณะเช่นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านสาวะถี สู่การปฏิบัติในสภาพการณ์จริง และทำให้ชุมชนบ้านสาวะถียกระดับเป็นห้องปฏิบัติการศึกษาวิจัยทางสังคมขนาดใหญ่ (Social Lab) อย่างแท้จริง

#### 4. สรุปและอภิปรายผล

การผลิตซ้ำและสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า มีจุดเริ่มต้นจากแนวคิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมภายใต้ความหลากหลายทางสังคมก่อให้เกิดท้องถิ่นนิยม (Localism) ซึ่งชุมชนสาวะถี ยังคงดำเนินวิถีชีวิตตามแนวทางของฮีต 12 ประเพณี 12 เดือน ของชาวอีสาน โดยชุมชนสาวะถีได้นำเสนอทุนวัฒนธรรมที่โดดเด่นของชุมชนสู่สาธารณะชนเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมเข้าสู่กระบวนการโลกาภิวัตน์ปรับตัวเข้าสู่วัฒนธรรมโลกและรับมือกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดย (ก) เลือกประเพณีบุญเดือน 5 (บุญวันสงกรานต์ของไทย) จากความเชื่อโบราณของชาวอีสานที่สืบทอดกันมาและปรากฏพบในหลายพื้นที่ของภาค

อีสานซึ่งมีรูปแบบแตกต่างกันไป นั่นคือ พิธีเสียดเคราะห์ หมายถึง การทำให้หมดเคราะห์ หมดโศก บ้านสาวะถีแห่งนี้มีชื่อเสียงในเรื่องดังกล่าว มีการจัดพิธีกรรมในวันสงกรานต์ โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ในแบบวิถีเดิมแท้ “ประเพณีสงกรานต์วัดไชยศรี” พิธีเสียดเคราะห์ ที่บ้านสาวะถี ขอนแก่น จะจัดเป็นพิธีใหญ่ในช่วงวันสงกรานต์ และมีชาวบ้านมาร่วมทำพิธีอย่างเนืองแน่น สำหรับการจัดทำพิธีเสียดเคราะห์ซึ่งเป็นความเชื่อของชาวอีสานสามารถทำได้ตลอดปี เมื่อเกิดสิ่งไม่ดีขึ้นกับชาวบ้าน เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจและขจัดปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกไปจากชีวิตในรอบปีนั้นๆ โดยสิ่งทีนำมาประกอบพิธีเสียดเคราะห์ คือ กระทง 9 ห้องที่ทำมาจากกาบกล้วย เป็นรูปสี่เหลี่ยมแบ่งเป็น 9 ช่อง ภายในประกอบด้วย ต้นว่า ข้าวดำ ข้าวแดง แกงส้ม แกงหวาน ข้าวขาว ทุงซ้อ ทุงไชย ทุงดำ ทุงแดง ทุงเหลือง ทุงขาว เสตตะสัด พัด จ้ามอน รูปแรง รูปกา รูปหมู รูปหมา รูปควาย รูปคน กล้วย อ้อย หมาก พลู บุหรี่ เหล้า ยา ป่าบั้ง ป่าจี้ เข้าเปี้ยก เข้าสาน ข้าวตอก ดอกไม้ โดยเจ้าอาวาสจะนำพระภิกษุและสามเณรเข้าไปในสิมโบราณอีสาน และเริ่มทำพิธี โดยเริ่มจากบทอาราธนาศีลแล้วจึงเข้าสู่ทสวดเสียดเคราะห์เป็นภาษาอีสานโบราณ พิธีเสียดเคราะห์ที่มีเพียงปีละครั้ง เสร็จสิ้นพิธีแล้วให้นำกระทงไปวางไว้ที่ทางสามแพร่งหรือป่าช้าและห้ามหันกลับไปมองอีกพิธีเสียดเคราะห์ ของบ้านสาวะถี ชาวบ้านจะนิยมทำพิธีนี้ในช่วงปีใหม่ หรือสงกรานต์ เชื่อกันว่าเป็นการเอาสิ่งไม่ดีออกจากครอบครัว ก่อนที่จะทำพิธีเอาพระพุทธรูปในวัดลงสงรงน้ำ ชาวบ้านจะนิมนต์พระในการทำพิธีเพื่อเป็นสิริมงคล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)



ภาพที่ 5: กระทง 9 ห้อง สิ่งที่ใช้ในการทำพิธีเสียดเคราะห์  
(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

นอกจาก บุญเดือน 5 (บุญวันสงกรานต์) แล้วชุมชนบ้านสาวะถี ยังคงเลือกประเพณี (ข) บุญเดือน 3 (บุญข้าวจี่) ชุมชนบ้านสาวะถี ยังคงดำเนินวิถีชีวิตตามความเชื่อและศรัทธาต่อเนื่องมาอย่างช้านาน การผลิตข้าวและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของบุญเดือน 3 (บุญข้าวจี่) ณ ชุมชนบ้านสาวะถี ได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากวัฒนธรรม ประกอบด้วย ชาวชุมชนสาวะถี สำนักวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในการร่วมสืบสานประเพณี และวัฒนธรรมอันดีงามของชาวอีสาน อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักศึกษา ประชาชนทั่วไปได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกลไกศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในชุมชน โดยเฉพาะสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้ปรากฏเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นทุนทางศิลปะ



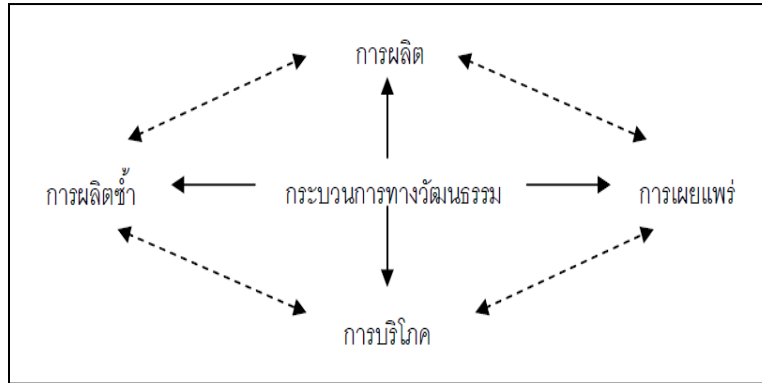
วัฒนธรรมและประเพณีที่ตึงงามในอดีตที่ถูกหลงลืมให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ด้วยการฟื้นฟู ค้นหาคุณค่า ความหมายที่ซ่อนแฝง สู่การประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย และเป็นเวทีในการแสดงศิลปวัฒนธรรม พื้นบ้าน (หมอลำพื้นบ้าน) ของชุมชนบ้านสาวะถี (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2556)



ภาพที่ 6: สื่อประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม ฮีด เดือน 3 (บุญข้าวจี) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

จากการผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ชุมชนบ้านสาวะถี โดยการผลิตซ้ำ ทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการ ที่รองรับความยั่งยืนและเป็นหลักประกันความต่อเนื่องของวัฒนธรรม เมื่อเกิดวัฒนธรรมขึ้น ต้องผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดวัฒนธรรม ถ้าวัฒนธรรมที่กำลังเกิดขึ้น มาใหม่ไม่ได้รับการผลิตซ้ำ วัฒนธรรมใหม่นั้นก็จะมีอายุเพียงสั้นๆ แล้วก็สูญหายไปแนวคิดนี้เกิดจากการผลิตซ้ำด้านวัตถุแบบ ทุนนิยม (Materials Reproduction) และการผลิตซ้ำด้านความคิด/จิตสำนึกอุดมการณ์ (Ideological/ Mental Reproduction) (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุขหินวิมาน, 2551) การผลิตแม้แต่วัฒนธรรม อุดมการณ์/จิตสำนึกต้องผ่านกระบวนการผลิตเช่นเดียวกัน (Cultural Production) โดยวัฒนธรรมแบ่งได้ 2 ประเภท คือ 1) วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ (Lived Culture) หมายถึง วัฒนธรรมทุกอย่างอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง สถานที่หนึ่ง และเฉพาะคนที่มีชีวิตอยู่ในช่วงเวลานั้นเท่านั้นที่จะเข้าถึงและสัมผัสวัฒนธรรมดังกล่าวได้ 2) วัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ (Record Culture) หมายถึง บางส่วนของวัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่และได้รับการบันทึกหรือผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดต่อมา หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “วัฒนธรรมแห่งยุคสมัย” (Culture of the Period) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของ “ประเพณีในการเลือกสรร” (Selective Tradition) โดยหลักการ ค้นหาศักยภาพของวัฒนธรรม ด้านประเพณี (ฮีต 12) ของชุมชนบ้านสาวะถี มีสาเหตุอันเนื่องมาจากว่าในชีวิตประจำวันของคนเรามีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ตลอดเวลา แต่ประเพณีในการเลือกสรรจะทำหน้าที่ คัดเลือกให้วัฒนธรรมบางอย่างถูกผลิตซ้ำ ให้มีชีวิตยืนยาวต่อไป และทุกครั้งที่มีการเลือกสรร เกิดขึ้น จะมีการตีความหมายให้กับวัฒนธรรมที่จะถูกบันทึกไว้เสมอ ตามแนวคิดของวิลเลียมส์ นักทฤษฎี วิชาปรัชญาหลังและนักวัฒนธรรมศึกษา

โดยกระบวนการในการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านสาวะถี มีรายละเอียด ดังโมเดลต่อไปนี้



ภาพที่ 7: กระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม  
(กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

จากแผนภาพข้างต้น แสดงให้เห็น การผลิตและสร้างความหมายทางวัฒนธรรมใหม่ขึ้นมา ชุมชนสาวะถีจะทำการคัดเลือกจาก ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรือการปฏิบัติที่เหมาะสมและทำการผลิตซ้ำ ด้วยวิธีการต่างๆ จนเกิดการยอมรับเป็นบรรทัดฐานเพื่อการอยู่ร่วมกันแสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวของกลุ่ม สร้างความแตกต่างระหว่างกลุ่ม วัฒนธรรมใดที่มีการผลิตขึ้น ดังเช่นพิธีเสียดเคราะห์ ซึ่งจัดทำเป็นพิธีใหญ่ในวันสงกรานต์ ณ วัดไชยศรี บริเวณลิมโบราณอีสาน และ ประเพณีบุญเดือน 3 บุญข้าวจี ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงกระบวนการ Social Interaction ระหว่าง Host (เจ้าบ้าน) กับ นักท่องเที่ยว (Tourist) ได้อย่างเป็นรูปธรรม และแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมย่อย (Sub-Culture) ในวัฒนธรรมหลัก (Dominant Culture) ที่สร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในเชิงประจักษ์และต่อเนื่องมากกว่า 5 ปี

ผลจากมิตการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมชุมชน บ้านสาวะถี ทำให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่วัฒนธรรมโลกและรับมือกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย ภายใต้บริบทที่แตกต่างของอุตสาหกรรมทางการเมืองและเศรษฐกิจลดความสำคัญลง สิ่งที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดคือ การลดความสำคัญของวัฒนธรรมรัฐชาติ วัฒนธรรมกลุ่มย่อยต่างๆ ปรากฏรูปแบบชัดเจนมากขึ้น จนเกิดการยอมรับความคิดเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ชุมชนบ้านสาวะถีเผยแพร่ต่อสาธารณชน เมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด จะพบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้เกิดการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านสาวะถี จะเป็นสิ่งใดไปไม่ได้นอกเสียจาก บุคคลที่มีอำนาจและเป็นหัวใจหลัก (Key Success Factors) ที่เป็นผู้ชี้ขาดความยั่งยืนของวัฒนธรรมในชุมชน นั่นคือ (ก) ชาวชุมชนบ้านสาวะถี (ข) พระครูบุญชยากร (วสันต์ มหาบุญโญ) เจ้าอาวาสวัดไชยศรี องค์ปัจจุบัน และเจ้าคณะตำบลสาวะถีเขต 1 (ตัวแทนฝ่ายสงฆ์) และทั้งนี้กระบวนการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมในสังคมที่มีความหลากหลายและมีความเป็นพลวัต จำเป็นอย่างยิ่งที่จักต้องตระหนักถึง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับสังคมวัฒนธรรม โดยจะต้องพิจารณาให้ครอบคลุมถึงองค์ประกอบการบริหารจัดการทุนวัฒนธรรมใน 2 มิติ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนสาธารณะ อันจะมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันและสนับสนุนให้เป็นไปตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา และส่วนปัจเจกบุคคล จะต้องมีการให้ เสรีภาพ อิสระ และการมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวของการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งการดำเนินการเช่นนี้จะยังแสดงให้เห็นว่าประเพณีที่นำเสนอออกมาอยู่บนพื้นฐานของแต่ละกลุ่มสังคมที่มีวิธีการปฏิบัติต่อวัฒนธรรมแตกต่างกันถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้ ภาควิชาเดียวกันก็ตาม โดยจะส่งผลให้เกิดการนำทุนวัฒนธรรมที่

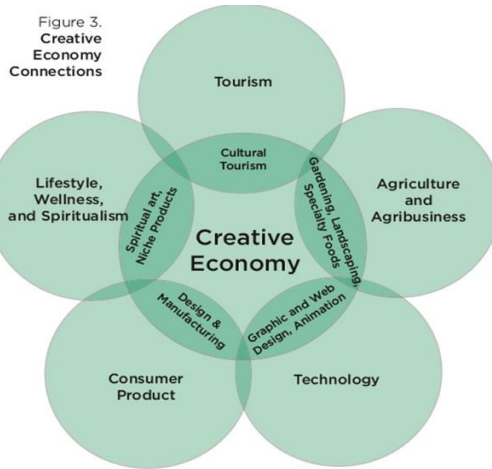
ได้จากกระบวนการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมมาขยายและต่อยอดพัฒนาสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Creative Cultural Tourism) และก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนบ้านสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ดำเนินการภายใต้แนวคิด Creating Cultural Tourism Products or Attractions (การสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม) ประกอบด้วย 5 ลักษณะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่

1. Tell a Story การเล่าเรื่องราว
2. Make the asset come alive การทำให้เป็นทรัพยากรที่มีชีวิต
3. Make the experience participatory การสร้างประสบการณ์ร่วมกัน
4. Make the experience relevant to the tourist การสร้างประสบการณ์เชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยว
5. Focus on quality and authenticity การมุ่งเน้นไปยังคุณภาพการท่องเที่ยวและประสบการณ์ที่สัมผัสจริง (McKercher & Cros, 2002)

จากแนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมข้างต้นเป็นหลักการเชิงปฏิบัติการให้หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนรับผิดชอบในการดูแลด้านการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นำแนวคิดทั้ง 5 องค์ประกอบนี้มาขยายความและต่อยอดเป็น Creative Cultural Tourism (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์) ที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว (Tourist Experience), การนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นบริบทคุณภาพ และการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนวัฒนธรรมในมิติต่างๆ ดังแผนผังต่อไปนี้ และกระจายรายได้สู่ชุมชน จังหวัด ประเทศชาติ ตลอดจนขับเคลื่อนการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจในเชิงประจักษ์



ภาพที่ 8: สาขา/แขนง/ศาสตร์ที่ใช้ต่อยอดในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้  
(Davenport, 2013)



ภาพที่ 9: การเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างมิติทุนทางวัฒนธรรมในประเด็นต่างๆ (Davenport, 2013)

กรณีการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของชุมชน บ้านสาวะถี มีการนำทุนวัฒนธรรมที่เป็นประเพณีฮีต เดือน 5 (บุญสงกรานต์) มาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตามกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติการท่องเที่ยว

ภาพที่ 10: เอกสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวบุญสงกรานต์ อีสานแซ่บนัว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

โดยสรุป การผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านสาวะถี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นกระบวนการหนึ่งของการปรับเข้าสู่วัฒนธรรมโลกและการรับมือวัฒนธรรมที่หลากหลายทางสังคม และรองรับความยั่งยืนและเป็นหลักประกันความต่อเนื่องของวัฒนธรรมโดยการแสดงออกจากการใช้ทรัพยากรที่ต่างกัน ซึ่งการผลิตซ้ำและสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมแสดงถึงการปรับเปลี่ยนแปลง และเข้าใจการเป็นพลวัตของสังคมโลกที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเกิดการยอมรับและอยู่ร่วมกันบนพื้นที่แห่งความหลากหลายทางความคิดและการดำรงชีวิต (Livelihood) (เย็นจิตร ถิ่นขาม, 2560) และต่อยอดสู่แนวทางการสืบสานและคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมในรูปแบบที่แตกต่างและเหมาะสมกับยุคสมัย ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

## 5. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข ทินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองและสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนภาพพิมพ์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *บุญสงกรานต์ อีสานแซ่บนิว 13 เมษายน 2560 ณ วัดไชยศรี บ้านสาวะถี จังหวัดขอนแก่น*. โครงการอนุรักษ์สืบสานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. สืบค้นจาก <http://www.amazingthaitour.com>
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- เย็นจิตร ถิ่นขาม. (2560). *วัฒนธรรมกับการเปลี่ยนแปลง: ความหลากหลายบนความหลากหลาย*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/358168>
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- Appadurai, A. (1990). *Disjuncture and difference in the global cultural economy. Theory, culture & society*, 7(2-3), 295-310.
- Davenport, G. (2012). *Creative Economy Mandala Collection to Celebrate "Austin Creates" Moth*. Retrive from <http://glasstire.com/2012/10/03/creative-economy-mandala-collection-to-celebrate-austin-creates-month>.
- Mckercher, B. & Cros, H. (2015). *Cultural Tourism*. 2<sup>nd</sup> edition. New York: Routledge.