

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญของมนุษยชาติยุคทุกสมัย นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พัฒนาการของการสื่อสารมีมาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านของกระบวนการผลิตเนื้อหาและการนำเสนอข้อมูล จนแทบจะกล่าวได้ว่าทุกวันนี้ “สื่อ” (Media) ได้เข้ามามีบทบาทในทุกๆ มิติของสังคมและเศรษฐกิจ มีการนำเอาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาผสมผสานกับแนวคิดทางด้านการตลาดมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น การโฆษณาขายสินค้าและบริการผ่านสื่อต่างๆ รูปแบบ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ สิ่งที่อยู่ภายใต้ความต้องการ “สื่อความหมาย” ในสินค้าของตนเองให้ได้มากที่สุด การกระจายตัวของสื่อรวมทั้ง การสื่อสารสมัยใหม่ได้ขยายตัวไปยังทุกๆ ภาคส่วนของสังคม ไม่เว้นแม้แต่ในแวดวงของการท่องเที่ยวซึ่ง ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งวัฒนธรรมประเพณีที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้ให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง ในแต่ละปีจะมีการทุ่มเทเงินงบประมาณเพื่อลงทุนทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นเงินจำนวนมาก สิ่งที่พบเห็นได้ชัดเจนอย่างหนึ่ง ก็คือ การรณรงค์ผ่านสื่อที่ใช้ช่องทาง สื่อสารมวลชน สื่อสมัยใหม่ รวมทั้งมีการใช้สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เช่น สื่อวัฒนธรรมประเพณี หรือ “สื่อพื้นบ้าน” (Folk Media) ที่คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นเครื่องมือในการเชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งมาตรการนี้นับว่าเป็นจุดขายอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รัฐบาลทุกสมัยพยายาม ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจการค้าประเภทหนึ่งที่ทำเงินรายได้ให้กับประเทศ ทั้งนี้ได้มีการขยาย ตัวควบคู่ไปกับลัทธิบริโภคนิยมที่มักจะชอบสร้างกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยมผ่านการซื้อขายสินค้าทาง วัฒนธรรมที่ผลิตขึ้นอย่างหลากหลาย เช่น สินค้าที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น ฯลฯ การซื้อขายสินค้านี้จึง มิใช่เป็นแค่เพียงการบริโภควัตถุสิ่งของเท่านั้น หากแต่เป็นการบริโภค “ความหมาย” ซึ่งสัญลักษณ์ที่แฝง ผังอยู่ในตัวสินค้าในรูปแบบต่างๆ ด้วย (ยศ สันตสมบัติ, 2551 : 116)

สำหรับในบริบทของการท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจว่า ปรากฏการณ์ของการใช้สื่อพื้นบ้าน ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวในส่วนใหญ่มักพบเห็นในรูปแบบของวัตถุสิ่งของเครื่องใช้ ตลอดจน สัญลักษณ์ที่สำคัญๆ ของท้องถิ่นเอง ซึ่งทั้งหมดถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่เชิญชวนให้นัก ท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสื่อพื้นบ้านถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ กระบวนการสร้างเนื้อหา/ความหมายให้กับชุมชนในด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม รวมทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปะวัฒนธรรม ความเชื่อล้วนแล้วแต่เป็น “สื่อ” ที่ เรียกสร้างความสนใจในการท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552 : 32) และขณะเดียวกันหาก

จะพิจารณาภายใต้กรอบทางการสื่อสาร ชุมชนตลาดเก่าห้องแห่งนี้มีร่องรอยของการใช้สื่อพื้น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ กล่าวคือ มีสถาปัตยกรรมแบบเก่าแก่ของจีนที่ทรงคุณค่า อย่าง หอดูใจและเรือนแถวไม้ดั้งเดิม รวมทั้งวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำท่าจีน เป็น “จุดขาย” (Selling Point) สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว แนวคิดดังกล่าวเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องอย่างมากกับที่ สถาบันคลังสมอง ของชาติ (2552 : 15-16) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะของชุมชนเก่าแก่ว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความ น่าสนใจ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมเป็นสื่อดึงดูดความ สนใจการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ซึ่งข้อดีนี้สามารถนำมาไปใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ฯลฯ ไปสู่ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกันกับสื่อประเภทอื่นๆ จากแนวความคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมี ความสนใจที่จะศึกษาบทบาทของการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้ว่า เป็น อย่างไร โดยการวิจัยครั้งนี้จะพิจารณาภายใต้บริบทของแนวความคิดทางการสื่อสารและมุมมองเชิง สัญลักษณ์วิทยา (Semiotic) ที่ได้ให้ความสนใจกับวิเคราะห์ความหมายของ “สัญลักษณ์” (Sign) ต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวเรา และในที่นี้สื่อพื้นบ้านเองก็ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งในระบบ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอีกสถานะหนึ่ง ก็คือ เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาให้มีความหมาย อยู่ภายในตัวสื่อ เช่นเดียวกันกับ เรื่องเล่า ตำนาน สิ่งของเครื่องใช้ สถาปัตยกรรม การแต่งกาย ตลอดจน ปรากฏการณ์ทางสังคมอื่นๆ ที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นแล้วแต่เป็นสิ่งที่นำค้นหาความหมายทั้งสิ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 ข : 96-97)

จากการประมวลแนวความคิดทั้งหมด จึงเป็นที่มาของประเด็นการวิจัยในเรื่องนี้ ซึ่งผู้ วิจัยได้เพียรพยายามในการทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ของการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของชุมชนแห่งนี้ว่ามีรูปแบบเป็นเช่นไร โดยเฉพาะภาพของความเป็นสื่อพื้นบ้านที่สะท้อนให้เห็นผ่าน วัฒนธรรมชุมชนนั้นถูกประกอบสร้างให้มีตัวตนในบริบทของการท่องเที่ยวได้อย่างไร สิ่งใดคือคุณค่าความ หมายที่แท้จริงที่แฝงฝังอยู่ในตัวสื่อพื้นบ้าน และที่ยิ่งสำคัญไปกว่านั้น ก็คือ เนื้อหาตลอดจนคุณค่าความ หมายเหล่านั้นมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างไร ขณะเดียวกันหากมองในมิติของ การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์อะไรคือวิธีที่สื่อพื้นบ้านเหล่านั้นใช้ในการสื่อความหมายเพื่อใช้บอกถึงแนวความคิด ความเชื่อ ตลอดจนคุณค่าของสังคม

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการสำคัญๆ คือ

2.1 เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ตลาดเก่าห้อง อ. บางปาลม้า จ. สุพรรณบุรี

2.2 เพื่อแสวงหาแนวทางการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาด เก้าห้อง อ. บางปาลม้า จ. สุพรรณบุรี

3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิง “วัฒนธรรมศึกษา”(Cultural Studies) มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกับ “ตัวบท” (Text) ซึ่งในที่นี้ได้แก่ “สื่อพื้นบ้าน” ที่ปรากฏให้เห็นในชุมชนตลาดเก่าห้องเท่านั้น ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับปรากฏการณ์ภาคสนาม(Field Research) โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ความหมาย(Meaning) เชิงสัญลักษณ์จากสื่อพื้นบ้านที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อที่จะค้นหาความหมายแฝงของสื่อพื้นบ้านว่ามีเนื้อหาหรือคุณค่าทางสังคมอะไรปรากฏให้เห็น ขณะเดียวกันคุณค่าความหมายเหล่านั้นมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างไร สำหรับวิธีวิทยา (Methodology) จะใช้แนวความคิดเชิงสัญลักษณ์มาเป็นกรอบในการศึกษา ร่วมกับการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ(Informal Interview) กับกลุ่มของผู้รู้และผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัยทั้งหมด ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะการศึกษาควบคู่ไปกับการวิเคราะห์สัญลักษณ์ต่างๆ เช่น สื่อพื้นบ้าน สื่อโฆษณา ตำนาน เรื่องเล่า และ ฯลฯ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัย

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ อยู่ในช่วงเดือนตุลาคม 2553 - กันยายน 2554

ขอบเขตด้านสถานที่

ในดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้เจาะจงเลือกศึกษาชุมชนตลาดเก่าห้อง อ. บางปลาหมอ จ. สุพรรณบุรี มาเป็นพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนแห่งนี้มีลักษณะพื้นฐานทางกายภาพและมิติทางวัฒนธรรมที่มีความสอดคล้องกับกรอบประเด็นการวิจัยที่ได้ให้ความสนใจกับสื่อพื้นบ้านอันได้แก่วัฒนธรรมท้องถิ่น และความเป็นชุมชนดั้งเดิม ประกอบกับปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือทางวัฒนธรรมค่อนข้างได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ อุดม เขียววงศ์ (2554:3) ที่ได้กล่าวไว้ในทำนองเดียวกันว่า การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเน้นสิ่งที่มีอยู่ “ดั้งเดิม” เช่น ข้าวของเครื่องใช้เดิมๆ สถาปัตยกรรมและโบราณสถานที่ไม่เปลี่ยนแปลง อาศัยแนวความคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจเบื้องต้น (Basic Survey) เพื่อค้นหาพื้นที่วิจัย ซึ่งผลสรุปพบว่า ชุมชนตลาดเก่าห้องแห่งนี้มีปรากฏการณ์ของการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยร่องรอยหลักฐานสำคัญในชุมชนที่แสดงให้เห็น ได้แก่ ตัวตลาดที่มีลักษณะสองชั้นแบบเรือนโบราณ ร้านขายของเก่า ตลอดจนร้านขนมไทยที่ใช้กรรมวิธีการผลิตแบบสมัยดั้งเดิมไม่เน้นการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่ นอกจากนี้สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่าง ก็คือ สัญลักษณ์ที่เป็นสถาปัตยกรรมอันขึ้นชื่อของชุมชนอย่าง “หอดูโจร” ก็มีให้ได้เห็นเช่นเดียวกัน ขณะเดียวกันปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้หากมองภายใต้บริบทของหลักการด้านการสื่อสาร ก็พบว่า สื่อพื้นบ้านเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็น “สัญลักษณ์” ที่ห่อหุ้มเนื้อหาตลอดจนคุณค่าความหมายต่างๆ ไว้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะสื่อพื้นบ้านที่เกิดจากชุมชนท้องถิ่นแห่งนี้

4. นิยามศัพท์

การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ หมายถึง รูปแบบของการสื่อความหมายชนิดหนึ่งที่สามารถสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้ สัญลักษณ์จะมีความหมายที่ละเอียดอ่อนและลึกซึ้งเกินกว่าคนทั่วไปจะเข้าใจได้โดยง่าย และมักจะมี ความหมายแฝงเร้นอยู่เสมอ ในเบื้องต้นเราสามารถรับรู้สัญลักษณ์ได้โดยอาศัยการสัมผัสจากสื่อกับประสาทสัมผัสของมนุษย์ ซึ่งผู้ที่เข้าใจความหมายเชิงสัญลักษณ์ได้จะต้องมีการเรียนรู้และอาศัยประสบการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมจึงจะเข้าใจความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้

สื่อพื้นบ้าน หมายถึง สิ่งของเครื่องใช้ในชุมชนทั้งที่เป็นตัววัตถุจับต้องได้ เช่น สีนํ้า ของที่ระลึก สิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรมที่เป็นสัญลักษณ์ในท้องถิ่น ตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การแต่งกาย การตกแต่งร้านค้า หรือแม้กระทั่งแต่ เรื่องเล่า ตำนาน ประวัติบุคคล ฯลฯ ที่สามารถใช้สื่อสารไปยังผู้พบเห็นหรือนักท่องเที่ยวได้

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการทำความเข้าใจกับสื่อพื้นบ้านจากการทำวิจัยเรื่องนี้ จะมีส่วนทำให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างต่อสังคม ดังต่อไปนี้

5.1 มีความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของสื่อพื้นบ้านเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบทบาทการประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวหรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่หน่วยงานหรือองค์กรได้จัดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพสื่อพื้นบ้านให้มีประสิทธิภาพต่อไป

5.2 มีความเข้าใจอันลึกซึ้งเกี่ยวกับความหมายหรือที่มาที่ไปของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทว่ามีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องกับความคิดความเชื่อ ตลอดจนอุดมการณ์ทางสังคมอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้คนในสังคมเข้าใจในคุณค่าของสื่อพื้นบ้านเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอของการวิจัยจะนำไปสู่ภาพสะท้อนการท่องเที่ยวและแนวคิดด้านการบริโภคสินค้านวัตกรรมที่นับวันจะค่อยๆ เติบโตและขยายตัวมากขึ้น

5.4 ได้มาตรการและแนวทางการพัฒนาสื่อพื้นบ้านสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนหรือท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.5 ผลของการวิจัยจะก่อให้เกิดประเด็นทางวิชาการที่มีความลุ่มลึก ซึ่งจะนำไปสู่การขยายแนวทางการวิจัยไปยังสื่อประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือมีลักษณะคล้ายๆ กัน เช่น การแสดง การขับร้อง วรรณศิลป์ ตลอดจนนาฏกรรมต่างๆ

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยมีความมั่นใจว่ากระบวนการวิจัยที่ได้ดำเนินการไปนี้จะช่วยส่งผลให้งานวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนค่อยๆ พัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นต่อไป