Panel 45 : Center for Research on Plurality in the Mekong Region

1. The Revival of Local History: The Commodification of Local Culture. A Case Study of a Local Fair Organized at the Thung Sumrit Heroism Memorial — 2084
Sunisa Pramong, Viyouth Chamruspanth, Rukchanok Chumnanmak

2. The Saek New Year: Construction of Ethnic Identity in the Area of New Year's Day and the *Sum-Soi* Contest — 2095
Wongsakon Boonkead, Kaeota Chantranuson

3. Consumption of Phi Ta Khon Cultural Products — 2110
Sarun Amatyakul, Yaowalak Apichatvullop, Thanapauge Chamaratana

4. Teen Mothers: Problems and Practices in the Family at Khon Kaen Province — 2126
Ampai Muensit, Maniemai Thongyou, Patcharin Lapanun

The Revival of Local History: The Commodification of Local Culture. A Case Study of a Local Fair Organized at the Thung Sumrit Heroism Memorial

งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ : การรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ผ่านกระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้า*

Sunisa Pramong[1], Viyouth Chamruspanth[2], Rukchanok Chumnanmak[3]

Center for Research on Plurality in the Mekong Region (CERP)
Faculty of Humanities and Social Sciences, KhonKaen University, Thailand
[1]E-mail: sophie6909@gmail.com, [2]E-mail: viycha@kku.ac.th, [3]E-mail: chanoknan_r@hotmail.com

Abstract

This article is a case study of a local fair organized at Thung Sumrit Heroism Memorial, Phimai District, Nakhon Ratchasima Province based on the historic story of Thung Sumrit heroism during the reign of King Rama III. This area has been changing rapidly in terms of economics and socio-cultural conditions. As a qualitative research project, participant observation, non-participant observation and semi-structured interviews with key informants and other informants were employed as main data collection techniques.

The results show that this local fair has been organized by the local community annually for long time. During the past seven years, local politicians, governmental offices, and private enterprises have taken part more actively in the organization of the local fair. These changes have raised the local culture by commodification and brought local history into a unique place in the local fair. The local fair not only promotes cultural tourism in the area but also publicizes this local history to the general public and future generations. In addition, the Thung Sumrit Heroism Memorial has become a center of cultural tourism.

Keywords: Commodification, cultural process, local history, historical space, Thung Sumrit Heroism Memorial

* This paper is part of an ongoing Master of Arts Thesis on Thung Sumrit Memorial Heroism : The commodification of Local Culture., Department of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University. The researchers wish to thank Center for Research on Plurality in the Mekong Region of Khon Kaen University for support for the research and the presentation of this paper at the IC-HUSO 2016.

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นจากกระบวนการทำให้เป็นสินค้า โดยศึกษางานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีจุดเริ่มต้นมาจากประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ในสมัยรัชกาลที่ 3 จัดขึ้นบริเวณอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นดังกล่าวได้มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้า ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและข้อมูลทั่วไป รวมทั้งการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

ผลการศึกษาพบว่า จากเดิมงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เป็นงานที่จัดการโดยชุมชน แต่เมื่อประมาณ 7 ปีที่ผ่านมา นักการเมืองท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานทำให้งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เปลี่ยนแปลงไป โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ยกระดับวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นวัฒนธรรมระดับอำเภอ (Contested) โดยใช้กระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้า(Practice) และนำประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นสร้างเป็นจุดเด่นภายในงาน (Selected) นอกจากเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่แล้วนั้น ยังเป็นการเผยแพร่ประวัติศาสตร์ของวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ให้เป็นที่รู้จักของคนรุ่นหลังและคนทั่วไปอีกด้วย (Commemorate) และทำให้อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำสำคัญ : การทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า, กระบวนการทางวัฒนธรรม, ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น, พื้นที่ประวัติศาสตร์, งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์

1. บทนำ

ประวัติศาสตร์ ถูกบอกเล่าผ่านหลักฐานต่างๆ ทั้งที่ปรากฏอยู่ในเอกสารพงศาวดาร โบราณสถาน หรือโบราณวัตถุ ที่เป็นหลักฐานประวัติศาสตร์ซึ่งทำให้ทราบเรื่องราวความเป็นมาต่างๆที่เกิดขึ้นในอดีต โดยเฉพาะประวัติศาสตร์ชุมชนหรือประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่สามารถค้นหาความเป็นมาของชุมชน และเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าใจถึงความเป็นมาและเรื่องราวในพื้นที่ของตนเองได้ เช่นเดียวกันกับจังหวัดนครราชสีมาที่มีประวัติศาสตร์ ตำนานเล่าขานที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปนั่นคือ ประวัติศาสตร์ของท้าวสุรนารี โดยได้มีการสร้างอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีเพื่อเป็นการย้ำเตือนการรับรู้ของประชาชนทั่วไปให้ระลึกถึง

นอกจากการสร้างอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีแล้วนั้น บนพื้นที่ประวัติศาสตร์ยังได้สร้างศาลสถิตย์ดวงวิญญาณนางสาวบุญเหลือฯและวีรชนเพื่อเป็นการระลึกถึงความเสียสละของย่าบุญเหลือฯและวีรชนที่ได้เสียสละชีวิตในเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ทั้งยังได้จัดพิธีกรรมเพื่อสืบต่อความทรงจำทุกปีที่คนในชุมชนเรียกว่า “งานศาล” หรือ “งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” เป็นพิธีกรรมที่จัดขึ้นโดยคนในชุมชนบ้านสัมฤทธิ์ทั้ง 2 หมู่บ้าน ภายในงานศาลจะประกอบด้วยพิธีทางศาสนา พิธีกรรมความเชื่อเพื่อเป็นการตอกย้ำให้คนในชุมชนบ้านสัมฤทธิ์และในหมู่บ้านใกล้เคียงได้รำลึกถึงเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ รวมทั้งภายในงานยังมีมหรสพสมโภชน์เพื่อเป็นการสร้างสีสัน โดยงานศาลจะจัดขึ้นทุกวันที่ 3-5 มีนาคมของทุกปี เนื่องจากเป็นวันที่ตรงกับเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ กล่าวได้ว่างานศาลที่จัดขึ้นในอดีตนั้นเป็นงานที่จัดโดยชุมชนเพื่อชุมชนซึ่งผู้ที่รู้จักและมาร่วมงานนี้จะเป็นคนในชุมชนบ้านสัมฤทธิ์และหมู่บ้านใกล้เคียงเท่านั้น

ต่อมาเมื่อปี 2553 องค์การบริหารส่วนตำบลสัมฤทธิ์ (อบต.สัมฤทธิ์) ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานเพื่อตอบรับกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบงานศาลรูปแบบเดิมให้เป็น “งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์และสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์” โดยยังคงรูปแบบของพิธีกรรมทางศาสนาและพิธีกรรมความเชื่อตามแบบเดิมไว้ ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นได้มีการจัดการประกวดแข่งขันมากขึ้น โดยผู้เข้าร่วมจะเป็นชาวบ้าน 15 หมู่บ้านภายในตำบลสัมฤทธิ์เข้าร่วมงาน กล่าวได้ว่าการเพิ่มรูปแบบการประกวดแข่งขันระหว่าง 15 หมู่บ้าน เป็นการขยายการรับรู้ถึงงานประเพณีของชาวบ้านสัมฤทธิ์ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

บทความชิ้นนี้นำเสนอประเด็นการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านกระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้าโดยศึกษาผ่านงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าของ แม็ค ฮอร์คไฮเมอร์ (Max Horkheimer) ธีโอดอร์ อดอร์โน (Theodor Adorno) (กาญจนา แก้วเทพและสมสุขหินวิมาน, 2553) เป็นแนวคิดหลักในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น วิเคราะห์ถึงคุณลักษณะต่างๆของกระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้า ภายใต้กระบวนการดังกล่าวผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ผ่านกระบวนการทางวัฒนธรรมของ เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) (สมสุข หินวิมาน,2548) ที่ประกอบด้วยการผลิต เพื่อศึกษาว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นดังกล่าวมีการผลิตอย่างไร และในการผลิตกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นนั้น กิจกรรมดังกล่าวมีบทบาทอย่างไร ต่อมาวิเคราะห์ในเรื่องของการเผยแพร่ว่าในแต่ละกิจกรรมมีการเผยแพร่ และประชาชนมีการบริโภค

อย่างไรในแต่ละกิจกรรม และสุดท้ายวิเคราะห์ถึงกระบวนการผลิตซ้ำ ความหมายใดๆที่ยังคงถูกรักษาไว้ หรือนิยามขึ้นใหม่ เพื่อสามารถให้เห็นถึงการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านกระบวนการเหล่านี้

โดยแนวความคิดของฮอร์คไฮเมอร์และอดอร์โน ได้เสนอมุมมองในด้านลบของกระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการขายของทุกอย่างเพื่อมุ่งหวังกำไร การลดทอนคุณค่าของงานศิลปะ การผลิตเป็นมาตรฐานเดียวกัน การที่ศิลปวัฒนธรรมไม่ได้มีหน้าที่วิพากษ์วิจารณ์สังคมแต่เป็นแค่เครื่องมือรักษาระบบในสังคม รวมทั้งการล่อลวงมวลชน การทำลายความเป็นมนุษย์ ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์กับปรากฏการณ์ในบทความนี้จะเห็นได้ว่าความเป็นสินค้าในบทความนี้ไม่ใช่สิ่งที่เป็นรูปธรรมแต่เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ “ทุ่งสัมฤทธิ์” ที่เป็นตัวสินค้า และกระบวนการทำให้เป็นสินค้าที่เกิดขึ้นในงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์นั้นผลที่เกิดขึ้นไม่ได้เกิดด้านลบตามที่แนวคิดได้เสนอไว้เท่านั้น แต่กระบวนการที่เกิดขึ้นยังได้ส่งผลด้านบวกให้กับพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการขยายวงการรับรู้ถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การรื้อฟื้นประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ รวมทั้งการทำให้พื้นที่ประวัติศาสตร์ทุ่งสัมฤทธิ์ให้เป็นที่รู้จักและกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยบทความชิ้นนี้จะนำเสนอการเปลี่ยนแปลงงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์จากอดีตถึงปัจจุบัน ผ่านกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้ารวมทั้งชี้ให้เห็นถึงด้านบวกที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดังกล่าวในงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ตามแนวทางการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) มีหน่วยการวิเคราะห์ระดับชุมชน โดยผู้ศึกษาจะวิเคราะห์ให้เห็นถึงปรากฏการณ์ในภาพรวม เช่น การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ เนื้อหางานประเพณีที่ถูกทำเป็นสินค้า ที่ถูกทำให้เป็นสินค้า เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องและการใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีแนวทางการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และมีการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช. 2554.) มีวิธีการตรวจสอบ คือ การเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป การตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน โดยการเปลี่ยนแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล เวลาหรือสถานที่ที่ให้ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้ผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน ถ้าได้ตรวจสอบแล้วได้ข้อมูลที่ไปในทิศทางเดียวกันแสดงว่าข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และนำเสนอผลการศึกษาในลักษณะพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

3. ประวัติศาสตร์ “วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์”

ประวัติศาสตร์ของท้าวสุรนารีหรือย่าโม เริ่มต้นมาจากประวัติศาสตร์ที่เรียกว่า “วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” ตามประวัติศาสตร์ที่ได้จากการประมวลข้อมูลมือสองจากเอกสารหลายเล่ม เกิดขึ้นเมื่อครั้งสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) จากหลักฐานจากกองประวัติศาสตร์ ทภ.2 หนังสือวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ (เทิดไท บ่มทองหลาง, ม.ป.ป.) และหนังสือท้าวสุรนารี (คุณย่าโม): วีรสตรีแห่งสยามประเทศ (จุฑารัตน์ ทองอินจันทร์, 2558)

ท่านได้สู้รบกับทหารของเจ้าอนุวงศ์ ตามที่ได้มีการจารึกและการบอกเล่าจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากย่าโม จะเป็นวีรสตรีของชาวโคราช ยังมีวีรสตรีอีกท่านหนึ่งที่มีความเสียสละเช่นเดียวกันกับย่าโม คือ “ย่าบุญเหลือ” หรือนางสาวบุญเหลืออนุสรณ์ ตามประวัติศาสตร์ของย่าโมและย่าบุญเหลือในการสู้รบกับทหารลาว และได้เสียสละชีพของตนเองด้วยการวิ่งเข้ากองดินปืนและระเบิดตัวเองให้ตายพร้อมกับทหารเวียงจันทน์ จากเหตุการณ์ดังกล่าวด้วยความเด็ดเดี่ยวของย่าโมที่สามารถประกาศอิสรภาพให้กับชาวนครราชสีมาได้นั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้สถาปนาย่าโมขึ้นเป็นท้าวสุรนารี และในปัจจุบันเพื่อเป็นการรำลึกถึงความเสียสละ ความกล้าหาญของย่าโม จึงได้จัดสร้างอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ขึ้นเมื่อปี 2477 (สายพิณ แก้วงามประเสริฐ, 2537) โดยอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในปัจจุบันได้ทำหน้าที่สร้างการรับรู้ของประชาชนทั่วไปให้ระลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ เมื่อประชาชนได้มองเห็นอนุสาวรีย์ที่ตั้งอยู่ใจกลางจังหวัด จะทำให้นึกถึงอดีตที่เกิดขึ้น และนอกจากอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ยังมีศาลสถิตย์ดวงวิญญาณนางสาวบุญเหลืออนุสรณ์และวีรชน ที่ได้เกิดขึ้นบนพื้นที่ประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการรำลึกถึงความเสียสละของบรรพบุรุษใน “วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” ด้วย

ศาลสถิตย์ดวงวิญญาณนางสาวบุญเหลืออนุสรณ์และวีรชน ในปัจจุบันคือ “อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” หรือที่คนในชุมชนเรียกว่า “ศาลย่า” สร้างบนพื้นที่ประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ที่คนในชุมชนเรียกว่าหนองหัวลาว โดยศาลย่าเกิดจากการคนในชุมชนและผู้มีจิตศรัทธาร่วมกันสร้าง เมื่อปี 2531 ต่อมาได้รับการปรับปรุงจากนักการเมืองท้องถิ่นและผู้มีจิตศรัทธา ปรับปรุงสถานที่โดยรอบพัฒนาสิ่งสาธารณูปโภคที่จำเป็นอย่างต่อเนื่องเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ที่มาเยือน และเพื่อปรับให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้ชื่อ “อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” ซึ่งเป็นการตอกย้ำความเป็นวีรสตรีและความเสียสละในเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้น

นอกจากการสร้างอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เพื่อเป็นการระลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์แล้ว คนในชุมชนยังได้ร่วมกันจัดงาน “สดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” เพื่อทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับย่าโมและย่าบุญเหลือรวมทั้งวีรชนที่ได้เสียสละชีวิตบนพื้นที่ประวัติศาสตร์ ซึ่งการจัดงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เป็นการจัดงานโดยคนในชุมชนเป็นประเพณีที่เรียบง่าย มีการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา มหรสพสมโภชในตอนกลางคืน เพื่อให้คนในชุมชนได้รับความสนุกสนานและสืบทอดประเพณีของชุมชนด้วย

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การปกครอง สังคมและวัฒนธรรม ได้ส่งผลให้ประเพณีของชุมชนเปลี่ยนแปลงไป การเข้ามาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและนายทุน ที่มีส่วนร่วมในการจัดงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ทำให้รูปแบบงานเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่จัดการโดยคนในชุมชน ได้ถูกทำให้เป็นสินค้ามากขึ้น โดยเมื่อปี 2553 ได้ปรับเปลี่ยนมาเป็น “งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์และสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์” กล่าวได้ว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นถูกยกระดับจากงานระดับหมู่บ้านเป็นงานระดับตำบล การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการเข้ามาขององค์การบริหารส่วนตำบลสัมฤทธิ์ หรือ อบต.สัมฤทธิ์ ที่ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของชุมชนจากที่เคยเป็นตัวตั้งในการจัดงานกลายมาเป็นผู้ร่วมจัดงาน และงานที่เคยจัดอย่างเรียบง่ายตามวิถีชุมชนกลายเป็นงานใหญ่โตที่ต้องมีรูปแบบและ “จุดขาย” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมงานด้วย ทำให้ต้องใช้ทุนในการจัด

งานเพิ่มขึ้น มีการวางแผนดำเนินการการจัดงานที่เป็นแบบแผนมากขึ้น ทำให้เนื้อหาและเป้าหมายของงานถูกปรับเปลี่ยนไป แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นยังได้ใช้ประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์มาเป็นจุดเด่นในงาน

4, “งานศาล” สู่ “งานเกษตรแฟร์”

จากประวัติศาสตร์ของวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ทำให้เกิดอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ขึ้น เพื่อเป็นสิ่งเตือนใจให้ประชาชนที่ได้พบเห็นระลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ ซึ่งการเกิดขึ้นของอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์นั้นเกิดจากการบริจาคทรัพย์ของชาวบ้านสัมฤทธิ์ทั้ง 2 หมู่บ้าน และได้จัดตั้งคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯ ประกอบไปด้วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ ร่วมกันเป็นคณะกรรมการฯ เพื่อดูแลอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ จากเดิมที่สร้างขึ้นเป็นศาลไม้เล็กๆ ต่อมาได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้เป็นอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาสักการะบูชาย่าทั้งสอง โดยกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น รวมไปถึงนักการเมืองระดับจังหวัด คือ ฯพณฯ กร ทัพพะรังสี ที่ในขณะนั้นเป็นรัฐมนตรีและมีชาวจังหวัดนครราชสีมาเป็นฐานเสียงสำคัญ ได้ของบประมาณมาสนับสนุนสิ่งปลูกสร้างเรื่อยมา

ทั้งนี้คณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯได้จัดให้มีงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ขึ้น ทุกวันที่ 3-5 มีนาคม ของทุกปี ซึ่งตรงกับวันเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เนื่องจากในวันที่ 4 มีนาคม เป็นวันที่ย่าบุญเหลือฯและวีรชนผู้กล้าได้เสียสละชีวิตในวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ และเพื่อเป็นการบวงสรวงและรำลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จึงได้จัดให้มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่คนในชุมชนเรียกว่า “งานศาล” โดยจะจัดขึ้นบริเวณพื้นที่ประวัติศาสตร์ ซึ่งผู้ศึกษาจะแบ่งยุคของงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ออกเป็น 3 ยุค คือ

1) ยุคหนังกลางแปลง ยุคนี้ถือเป็นยุคเริ่มแรกของอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เป็นยุคที่ชาวบ้านเป็นเจ้าภาพในการจัดงานศาลและชาวบ้านทั้ง 2 หมู่มีส่วนร่วมในงานครั้งนี้ ซึ่งกิจกรรมของงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ชาวบ้านได้ระดมทุนจากชาวบ้าน บริษัทห้างร้านในอำเภอพิมายและผู้ที่มีจิตศรัทธาร่วมกันบริจาคเพื่อนำมาใช้ในการจัดงาน โดยคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯ ที่มีหน้าที่ในการจัดงานศาล และเป็นผู้ประสานระหว่างคณะกรรมการกับชาวบ้านในการร่วมกันจัดการงานศาล ในการจัดงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ในแต่ละปีคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯ จะประชุมเตรียมงานเพื่อลงความเห็นในการจัดแต่ละกิจกรรม ว่ากิจกรรมในงานจะประกอบด้วยกิจกรรมใดบ้าง ใครมีหน้าที่และบทบาทอย่างไร ในแต่ละกิจกรรม และผู้นำชุมชนในแต่หมู่บ้านจะนำผลการประชุมไปบอกกล่าวกับลูกบ้าน เพื่อให้รับทราบและร่วมกันมีส่วนร่วมในการจัดงาน ลูกบ้านสามารถออกความคิดเห็นเพื่อให้งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน จากการประชุมเตรียมงานและแบ่งงานในแต่ละหมู่บ้าน กิจกรรมต่างๆในงานศาล จะประกอบด้วยกิจกรรมที่เป็นพิธีกรรม ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรมทางศาสนา พิธีกรรมความเชื่อและในช่วงเย็นของงานศาลทั้ง 3 วันจะมีมหรสพสมโภช เช่น เพลงโคราช หนังกลางแปลง ลิเก และวงดนตรีลูกทุ่ง ที่มีการเก็บบัตรค่าผ่านประตู เพื่อนำไปเป็นกองกลางในการบริหารจัดการต่างๆภายในอนุสรณ์สถานฯ

กล่าวได้ว่าในยุคหนังกลางแปลงนี้งานประเพณีเป็นงานที่ถูกจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน มีรูปแบบของงานที่เรียบง่ายและมีวัตถุประสงค์หลักคือการระลึกถึงวีรกรรมและเป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับย่าโม ย่าบุญเหลือฯและวีรชนผู้กล้า ในส่วนของมหรสพสมโภชจะเป็นการแสดงที่สื่อถึงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2) ยุควงดนตรี เป็นยุคที่มีนักการเมืองท้องถิ่นได้เข้ามาให้การสนับสนุนในการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ให้เป็นอนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้รับการประสานงานจากนักการเมืองท้องถิ่น และนายทุน ได้นำงบประมาณมาปรับปรุงทัศนียภาพ ทำให้อนุสรณ์สถานฯเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ในการปรับปรุงเริ่มขึ้นในปี 2535 ได้สร้างโรงเพลงโคราช และปี 2538 ได้สร้างศาลาประกอบพิธีรวมทั้งได้มีการสร้างวัตถุมงคล โดยเชิญเกจิอาจารย์ 9 รูปเป็นผู้ปลุกเสก สำหรับผู้ที่ศรัทธาในและมีความเชื่อในตัวย่าโมและย่าบุญเหลือฯ ได้เช่าไว้เป็นสิริมงคล ต่อมาในช่วงปี 2543-2549 ได้มีการปรับปรุงครั้งใหญ่ สร้างอนุสาวรีย์หลังใหม่ทดแทนศาลไม้ในยุคเริ่มแรก มีการสร้างลานจอดรถพิพิธภัณฑ์ พุทธมณฑล พร้อมทั้งป้ายบอกทางไว้ที่ปากทางหมู่บ้านที่ติดกับถนนมิตรภาพ (องค์การบริหารส่วนตำบลสัมฤทธิ์, มปป.) ส่วนในเรื่องของงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ กิจกรรมต่างๆยังคงรูปแบบเดิมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรมทางศาสนา พิธีกรรมความเชื่อ มหรสพสมโภชต่างๆ แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปคือ มหรสพที่เคยล้อมรั้วเก็บค่าบัตรผ่านประตู เมื่อได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก อบจ.นครราชสีมา จึงไม่มีค่าใช้จ่ายทางด้านมหรสพสำหรับชาวบ้านและผู้ที่เข้าร่วมงาน เพื่อให้ชาวบ้านและผู้เข้าร่วมงานได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆอย่างเต็มที่ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดีสำหรับชาวบ้านและผู้ร่วมงาน โดยหนึ่งในคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯได้กล่าวว่า “...เราได้เงินมาฟรีเราก็ไม่อยากเอาเปรียบชาวบ้าน ให้ชาวบ้านเอามาทำบุญให้ย่าดีกว่า...” (จำลอง นิรัติกรกุล,2559: สัมภาษณ์)

นอกจากการไม่เก็บเงินค่าบัตรผ่านประตูมหรสพ กิจกรรมต่างๆในงานยังคงรูปแบบเดิมไว้ แต่ในปี 2549 เป็นปีที่วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ครบรอบ 180 ปี นอกจากจะมีกิจกรรมต่างๆแล้ว ยังได้มีการแสดงแสง สี เสียง จำลองเหตุการณ์ประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ในเรื่อง “180 ปีชัยชนะท้าวสุรนารี” เพื่อเป็นการตอกย้ำถึงความเสียสละ ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ความรู้เหตุการณ์ประวัติศาสตร์ให้กับผู้คนที่มางานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ด้วย รวมทั้งได้มีการจัดทำวีซีดีการแสดงจำหน่ายสำหรับผู้สนใจ

ในยุคนี้ได้มีการพัฒนาทางสถานที่ให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น ได้ปรับทัศนียภาพให้รองรับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดและนักการเมืองท้องถิ่น โดยในภาพรวมถึงแม้จะมีการปรับปรุงสถานที่ และมีการปรับเปลี่ยนมรหสพให้ทันสมัยบ้าง แต่การจัดการยังเป็นของคณะกรรมการอนุสรณ์สถานและชาวบ้าน ซึ่งกล่าวได้ว่าการปรับปรุงสถานที่ถือเป็นการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพราะเป็นการจัดเตรียมสถานที่ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทำให้อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์รวมทั้งประเพณีท้องถิ่นให้กลายเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปมากขึ้น และในส่วนของการแสดงแสงสีเสียงจำลองเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ ถือเป็นการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ของวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ให้กับบุคคลทั่วไปได้รู้จักและเข้าใจในเหตุการณ์ประวัติศาสตร์มากขึ้น รวมทั้งการการจัดทำวัตถุมงคลสำหรับผู้ที่สนใจ ถือเป็นวัตถุที่เมื่อได้พบเห็น

สามารถนึกถึงย่าโมและย่าบุญเหลือ และนึกถึงวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ที่เปรียบเสมือนกับอนุสรณ์สถานที่ตั้งตระหง่านให้ผู้ที่พบเห็นได้นึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3) ยุคเกษตรแฟร์ เป็นยุคที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลสัมฤทธิ์ หรือ อบต.สัมฤทธิ์ เข้ามามีส่วนร่วมในงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของงานในปี 2553 จากเดิม “งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์” เป็น “งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์และสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์” โดยรูปแบบกิจกรรมของงาน ยังคงรูปแบบไว้เช่นเดิม ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรรมทางศาสนา พิธีกรรมความเชื่อ การรำบวงสรวง ที่เป็นกิจกรรมที่ชาวบ้านจัดมาตั้งแต่เริ่มต้น ในส่วนของมหรสพได้มีการปรับเปลี่ยนไปบางส่วน

ซึ่งเจ้าหน้าที่ของอบต.สัมฤทธิ์ได้กล่าวถึงแนวคิดในการจัดงานไว้ว่า *“...การจัดงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ท่านนายกฯเห็นว่า การจัดงานในอดีตส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านสัมฤทธิ์เท่านั้นที่เข้าร่วมงาน และอยากให้งานนี้เป็นงานระดับตำบล จึงได้เกิดสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์ขึ้น”* (ปุณยวีร์ ประดิษฐ์ผล,2559: สัมภาษณ์) โดยกิจกรรมในส่วนของสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์ ทางอบต.สัมฤทธิ์มีงบประมาณสนับสนุนให้แต่ละหมู่บ้านในตำบลสัมฤทธิ์ทั้ง 15 หมู่บ้านมีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรม เพื่อให้ชาวบ้านนำไปใช้เตรียมตัวในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งกิจกรรมในส่วนของสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์ มีดังนี้ คือ การประกวดขบวนพาเหรด การประกวดพืชผลทางการเกษตร การประกวดแข่งขันผัดหมี่โคราชและส้มตำ การประกวดเต้นแอโรบิค การประกวดหลานสาวย่า ซึ่งในกิจกรรมการประกวดของ อบต.สัมฤทธิ์นั้น เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ ความสามัคคีระหว่างคนในหมู่บ้านและระหว่างหมู่บ้าน ทั้งนี้กิจกรรมที่จัดขึ้นนั้น ยังสร้างความสนุกสนานและสร้างสีสันให้กับงานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เป็นอย่างมาก เพราะด้วยจำนวนคนที่เข้าร่วมมาก กล่าวได้ว่ากิจกรรมของทาง อบต.สัมฤทธิ์ เป็นกิจกรรมที่ดึงผู้เข้าร่วมได้มากขึ้น ทั้งนี้ในการประชาสัมพันธ์นอกเหนือจากชาวบ้านช่วยกันประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากแล้ว ยังมีการประชาสัมพันธ์ทางป้ายประชาสัมพันธ์และวิทยุชุมชน ทำให้งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์และสัมฤทธิ์เกษตรแฟร์เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ในปี 2559 ครบรอบ 190 ปีของวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ยังดำเนินการจัดมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยความร่วมมือของคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯ ชาวบ้าน อบจ.นครราชสีมา อบต.สัมฤทธิ์และนายทุน ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการประกวดแข่งขันตามความเห็นของชาวบ้านและคณะกรรมการอนุสรณ์สถาน ซึ่งคงไว้เพียงการประกวดผัดหมี่โคราช ส้มตำ เนื่องจากงบประมาณที่สนับสนุนให้แต่ละหมู่บ้าน ไม่เพียงพอในการจัดกิจกรรมของชาวบ้าน แต่ทางอบต.สัมฤทธิ์ได้เพิ่มกิจกรรมปั่นเพื่อย่า โดยให้ชาวบ้านทั้ง 15 หมู่บ้าน ชมรมจักรยานในอำเภอพิมายและผู้ที่สนใจ ร่วมปั่นจักรยานเพื่อย่า และถึงแม้ว่ากิจกรรมการประกวดจะน้อยลง แต่เนื่องจากครบรอบ 190 ปีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ทาง อบจ.นครราชสีมาได้สนับสนุนจอ LCD ขนาดใหญ่ เพื่อให้ทางคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯ ได้เปิดวีดีทัศน์ชุดการแสดงแสง สี เสียง จำลองเหตุการณ์ประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ในเรื่อง “180 ปีชัยชนะท้าวสุรนารี” ที่ได้มาทำการแสดงไว้เมื่อปี 2549 โดยนักแสดงที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอกย้ำให้ผู้เข้าร่วมระลึกถึงความเสียสละ และเป็นการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์กับเยาวชนและเด็กๆ ที่มาเข้าร่วมในงานด้วย

ในยุคเกษตรแฟร์ถือเป็นยุคที่แสดงให้เห็นถึงการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า สืบเนื่องมากจากการปรับปรุงสถานที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของงานได้มีการปรับเปลี่ยนจากเดิมเป็นงานที่เรียบง่ายกลายเป็นงานที่มีสีสันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นการยกระดับงานจากวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นวัฒนธรรมระดับตำบล โดยการคิดรูปแบบการจัดกิจกรรมให้ชาวบ้านทั้ง 15 หมู่บ้านของตำบลสัมฤทธิ์เข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขันต่างๆเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้ให้มากขึ้น และได้มีงานออกร้านจากพ่อค้าแม่ค้าขายสินค้าประเภทต่างๆ รวมทั้งมหรสพได้เปลี่ยนจากศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นวงดนตรีร่วมสมัย และทำให้อบต.สัมฤทธิ์ นักการเมืองท้องถิ่นและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานนี้มากขึ้น ทำให้งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์นี้เข้าสู่กระบวนการจัดการที่ทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสินค้า

กล่าวได้ว่างานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านสถานที่ที่ได้มีการปรับปรุง พัฒนาให้ดีขึ้นเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้ที่ศรัทธา รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปแบบกิจกรรมจากเดิมเป็นการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการอนุสรณ์สถานฯและชาวบ้าน ต่อมาได้มีหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนายทุนผู้มีจิตศรัทธาได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เพื่อให้งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์มีสีสันและเป็นงานที่มีผู้คนให้ความสนใจและรู้จักมากขึ้น ซึ่งวัตถุประสงค์แรกเริ่มของการจัดงาน จัดขึ้นเพื่อเป็นการสักการะบูชาย่าโม ย่าบุญเหลือฯและวีรชนผู้กล้าที่ได้เสียสละในเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นยังส่งผลให้งานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์กลายเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และทำให้อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอีกพื้นที่หนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา

5. สรุปผล

บทความนี้เป็นการศึกษากระบวนการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้า ศึกษาผ่านงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการเข้ามาของอบต.สัมฤทธิ์ อบจ.นครราชสีมาและนายทุน ทำให้จากเดิมชาวบ้านเป็นผู้จัดการกลายเป็นเพียงผู้ร่วมงานเท่านั้น รวมทั้งรูปแบบกิจกรรมของงานได้เปลี่ยนแปลงไป หากนำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดการทำกระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าจะเห็นได้ว่างานสดุดีวีกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ไม่ใช่สินค้าที่เป็นวัตถุ ที่สามารถจับต้องได้ แต่ตัวพื้นที่สามารถเป็นสิ่งที่เป็นสินค้าได้ เพราะพื้นที่อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่เกิดเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ เป็นพื้นที่ที่มีความเชื่อ มีความศรัทธาของชาวบ้าน ซึ่งจากแนวคิดของฮอร์คไฮเมอร์และอดอร์โน ผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงลบ ไม่ว่าจะเป็นการขายสินค้าทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม คือการนำประวัติศาสตร์มาสร้างจุดเด่นของงาน เป็นการยกระดับจากเดิมเป็นวัฒนธรรมชุมชนเป็นระดับอำเภอ การยึดกำไรเป็นตัวตั้งมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ การผลิตแบบมาตรฐานเดียวกัน คือการสร้างประเพณีให้มีรูปแบบเหมือนงานประเพณีทั่วไป ไม่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง การสร้างคุณลักษณะอนุรักษ์นิยม ที่ทำให้บทบาท หน้าที่และความหมายของงานต่างๆเป็นเปลี่ยนแปลงไป เช่น ในอดีตเพลงโคราชเป็นศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาว

จังหวัดนครราชสีมา มีหน้าที่ในการวิพากษ์วิจารณ์ หรือให้คำสั่งสอน ผ่านบทเพลงโคราช ซึ่งในอดีตงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ได้นำเพลงโคราชมาแสดงในงาน เพื่อสมโภชย่าโมและย่าบุญเหลือฯ และเพื่ออบรมสั่งสอนหรือให้ความรู้ให้กับผู้ที่มาเข้าร่วมงาน แต่ในปัจจุบันนี้ เพลงโคราชเป็นเพียงการแสดงหนึ่งที่แสดงเพื่อสมโภชย่าโมและย่าบุญเหลือฯเท่านั้น ไม่มีผู้ให้ความสนใจหรือรับฟังเนื้อหาผ่านบทเพลงโคราช แสดงให้เห็นว่าเพลงโคราชมีหน้าที่เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่คอยรักษาระบบ โครงสร้างและมีลักษณะไปทางอนุรักษ์นิยมมากกว่าที่จะวิพากษ์วิจารณ์ความเป็นไปของสังคม รวมทั้งการกระตุ้นมวลชนที่ทำให้บุคคลที่มารวมตัวกัน แต่ไม่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เช่นการชมวงดนตรี ที่เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนจากต่างพื้นที่ มารวมตัวกันเพื่อชมวงดนตรีที่ได้รับความสนใจ แต่เมื่อจบการแสดงต่างคนต่างแยกย้ายกันกลับไป โดยที่กลุ่มคนไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในรูปแบบอื่นๆต่อไป

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ได้ส่งผลทางด้านลบตามแนวความคิดของฮอร์คไฮเมอร์และอดอร์โน เท่านั้น แต่ยังเกิดผลการเปลี่ยนแปลงทางด้านบวก คือ การรับรู้และความเข้าใจในเรื่องของประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น ถือเป็นการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น ทั้งในการแสดงแสง สื่อผสมจำลองเหตุการณ์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์เมื่อปี 2549 และได้จัดทำเป็นวีซีดีเพื่อจำหน่าย รวมทั้งการนำมาฉายภาพจำลองเหตุการณ์ดังกล่าวในงานสดุดีวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ปี 2559 ที่ผ่านมา และยังมีสร้างวัตถุมงคลเพื่อเป็นสิ่งเตือนใจและเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่ทำให้ระลึกถึงประวัติศาสตร์ ทั้งนี้นอกจากเป็นการขยายการรับรู้รื้อฟื้นประวัติศาสตร์และความเข้าใจในเหตุการณ์ประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ยังเป็นการขยายการรับรู้ในตัวของย่าบุญเหลือฯเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่คนทั่วไปจะรู้จักเพียงแค่ ท้าวสุรนารี หรือย่าโม ที่เป็นวีรสตรีของชาวจังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น มีเพียงคนกลุ่มน้อยและชาวบ้านในทุ่งสัมฤทธิ์เท่านั้นที่รู้จัก นางสาวบุญเหลืออนุสรณ์ หรือ ย่าบุญเหลือฯ ผู้ที่เสียสละชีวิตในประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์ ฉะนั้นการทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้าตามแนวความคิดของฮอร์คไฮเมอร์และอดอร์โนไม่ได้ส่งผลทางด้านลบเพียงอย่างเดียงยังส่งผลดีต่อการรับรู้ในเรื่องตัวตนของย่าบุญเหลือฯและการรื้อฟื้นประวัติศาสตร์วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์อีกด้วย

6. บรรณาณุกรม

กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. (2553). **สายธารแห่งนักคิด ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 2 ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.

จุฑารัตน์ ทองอินจันทร์. (2558). **ท้าวสุรนารี (คุณย่าโม) : วีรสตรีแห่งสยามประเทศ.** สำนักพิมพ์และสายส่งดวงแก้ว กรุงเทพฯ.

เทิดไท บ่มทองหลาง. (มปป.) **วีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์.** เอกสารอัดสำเนา

นางสาวปุณยวีร์ ประดิษฐ์ผล. 2559. **การจัดงานสดุดีวีกรรมทุ่งสัมฤทธิ์.** สัมภาษณ์วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2559.

นายจำลอง นิรัติกรกุล. 2559. **การจัดงานสดุดีวีกรรมทุ่งสัมฤทธิ์.** สัมภาษณ์วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2559.

สมสุข หินวิมาน. (2548**). ทฤษฎีสำนักวัฒนธรรมศึกษา.** ในประมวลสาระชุดวิชา ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 8-15). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุภางค์ จันทวานิช. (2554). ทฤษฎีทางสังคมวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 4. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.

สายพิณ แก้วงามประเสริฐ. (2537). **ภาพลักษณ์ท้าวสุรนารีในประวัติศาสตร์ไทย.** ศิลปะศาสตร มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

องค์การบริหารส่วนตำบลสัมฤทธิ์ (ม.ป.ป.). **อนุสรณ์สถานวีรกรรมทุ่งสัมฤทธิ์.** (แผ่นพับ). (เอกสารอัดสำเนา).

The Saek New Year: Construction of Ethnic Identity in the Area of New Year's Day and the *Sum-Soi* Contest

ตรุษแสก : การประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในพื้นที่บุญปีใหม่และการประกวดซุ้มซอย

Wongsakon Boonkead[1] and Kaeota Chantranuson[2]

Center for Research on Plurality in the Mekong Region (CERP)
Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand
[1]E-mail: wongsakonboonkead@gmail.com, [2]E-mail: kjanthra@gmail.com

Abstract

This article discusses the phenomenon of the construction of ethnic identity in regard to the New Year's Day of the Saek people in Ban At Samat subdistrict, Mueang district, Nakhon Phanom province. The study is based on the concept of identity construction together with qualitative research methods to understand the context and conditions of "Saek-ness."

The results indicate that the physical area of communities of Saek people in Ban At Samat Subdistrict has become significant for the social history of Saek people in showing their identity in the context of promoting cultural tourism. The *Sum-Soi* (street decorations) were divided and named with meanings connected to stories and memories in local social history and culture. This took place together with the presentation of "Saek-ness" in At Samat subdistrict with multicultural forms, such as costumes, rituals and Saek language, etc., in the tradition of the "Saek New Year" or "Tai Saek New Year."

Keywords: Saek New Year, Tai Saek New Year, ethnic identity

[1]MA Student, Mekong Studies Program, Faculty of Humanities and Social Science, Khon Kaen University.
[2]Lecturer, Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Humanities and Social Science, Khon Kaen University.

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปรากฏการณ์การประกอบสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ประเพณีบุญปีใหม่ของชาวแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม โดยอาศัยแนวคิดการประกอบสร้างอัตลักษณ์เป็นเครื่องมือกำหนดกรอบการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจถึงบริบทและเงื่อนไขการเลือกนำเสนอความเป็นแสก

ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ทางกายภาพของชุมชนชาวแสกบ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ได้กลายเป็นพื้นที่จารึกประวัติศาสตร์สังคมชาวแสกอย่างมีนัยสำคัญต่อการแสดงอัตลักษณ์ในบริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการแบ่งซุ้มซอยและตั้งชื่อซุ้มซอยที่มีความหมายเชื่อมโยงกับเรื่องราวความทรงจำทางประวัติศาสตร์สังคมวัฒนธรรมของตน พร้อมเลือกนำเสนอความเป็นแสกอาจสามารถด้วยรูปแบบทางวัฒนธรรมที่หลากหลายในประเพณี “ตรุษแสก” หรือ “ปีใหม่ไทแสก” เช่น การแต่งกาย พิธีกรรม อาหาร และภาษาแสก เป็นต้น

คำสำคัญ : ตรุษแสก, ปีใหม่ไทแสก, อัตลักษณ์ชาติพันธุ์,

บทนำ

ชุมชนชาวแสกบ้านอาจสามารถ ต.อาจสามารถ อ.อาจสามารถ จ.นครพนม ทอดตัวยาวตามริมฝั่งโขงกว่า 1 กิโลเมตร มีลักษณะคล้ายชุมชนชาวอีสานโดยทั่วไป แต่ยังคงธำรงความเป็นแสกผ่านภาษา อาหาร งานประเพณีและวิถีวัฒนธรรมที่น่าสนใจจนกลายเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่บริหารจัดการโดยชุมชนและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยจึงสนใจการธำรงความเป็นแสกในมิติของการประกอบสร้างและนำเสนอความเป็นแสกในบริบทการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดชาติพันธุ์สัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการกำหนดกรอบคิดเพื่อดำเนินการวิจัยด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยได้รวบรวมข้อมูลสนามจากการสัมภาษณ์ผู้รู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และติดตามสังเกตปรากฏการณ์การประกอบสร้างอัตลักษณ์ในพื้นที่ประเพณีบุญปีใหม่ หรือ “ตรุษแสก” อย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ พ.ศ.2527-2559

ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2557 ในฐานะนักท่องเที่ยวซึ่งเข้าพักโฮมสเตย์ของแม่อุ๋ยหรือแม่ศิริพรรณ ซ้ายกลาง [3] เป็นเวลา 3 วัน ภายหลังผู้วิจัยจึงทราบว่าเจ้าของบ้านผู้ให้บริการบ้านพักนั้นเป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการธำรงอัตลักษณ์ความเป็นแสกอาจสามารถ ทั้งในฐานะปราชญ์ท้องถิ่น ผู้รวบรวมพจนานุกรมภาษาแสก และเปิดบ้านบริการนักท่องเที่ยวให้เข้าพัก มีอาหารบริการ คิดค่าบริการเป็นรายหัว ผู้วิจัยเห็นวิธีการแสดงออกเพื่อนำเสนอตัวตนความเป็นแสกในฐานะผู้เที่ยวชม ผ่านการบอกเล่าประวัติศาสตร์ชาวแสกและตามด้วย อัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ การปฏิบัติตัวต่อผู้วิจัยเช่นแขกผู้มาเยือนคนหนึ่ง ความเป็นแสกถูกนำเสนอให้เห็นผ่านเรื่องเล่าความเก่าแก่ ความแท้ และยาวนาน โดยแม่อุ๋ยผู้เป็นเจ้าของบ้านซึ่งนั่นเป็นการแสดงออกที่ทำให้เห็นภาพคุณค่าความสำคัญที่มีความเป็นมา ในค่ำวันที่ 2 หลังอาหารเย็นได้ร่วมสนทนากับแม่อุ๋ย เมื่อผู้วิจัยบอกว่ามาทำวิจัยในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลของผู้วิจัยถามว่า *“ อยากได้ข้อมูลอิหยังแหน่บอกมาเลย แม่สิพาไปหา ”* อันได้แสดงให้เห็นความเป็นผู้รู้เกี่ยวกับความเป็นแสก และสิ่งที่แม่อุ๋ยพยายามโน้มน้าวให้ผู้วิจัยมาเที่ยวชมความเป็นแสกที่โดดเด่นที่สุดก็คือ “งานตรุษแสก” ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นโอกาสสำคัญในการพิจารณาปรากฏการณ์เพื่อตอบคำถามการวิจัยครั้งนี้ จากนั้นแม่อุ๋ยก็ได้พาผู้วิจัยไปสำรวจพื้นที่แสดงประวัติศาสตร์การก่อรูปทางสังคมของแสกบ้านอาจสามารถ

[3] แม่อุ๋ย ศิริพรรณ ซ้ายกลาง (Key Informant) ข้าราชการครูบำนาญ ปราชญ์ชาวแสกและผู้ริเริ่มการก่อตั้งโฮมสเตย์การท่องเที่ยวหมู่บ้านวัฒนธรรมไทแสก

บริบทชุมชนและประวัติศาสตร์สังคมบ้านอาจสามารถ

บริบททางกายภาพบ้านอาจสามารถ เป็นชุมชนที่ทอดตัวยาวตามแนวริมฝั่งแม่น้ำโขง อีกฝากฝั่งคือเมืองท่าแขก แขวงคำม่วนประเทศลาว ภูเขาเรียงรายสลับซับซอนส่งผลให้ที่นี่มีทัศนียภาพที่สวยงามแห่งหนึ่งของเมืองไทย หากแบ่งบริบทพื้นที่วิถีชีวิตของชุมชนบ้านอาจสามารถ แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลัก *พื้นที่แรก*คือริมฝั่งบริเวณริมฝั่งเรียกได้ว่า *"ในน้ำมีปลาริมฝั่งมีผัก"* ด้วยความที่อยู่ติดน้ำโขงนอกจากการทำประมงแล้ว ยังมีธุรกิจการเลี้ยงปลาในกระชังอีกด้วย ส่วนพื้นที่ดินริมฝั่งได้ถูกใช้ปลูกผักสำหรับขายและรับประทานในครัวเรือน *ส่วนที่สอง*คือ พื้นที่นาข้าว และ*ส่วนที่สาม* คือพื้นที่ตั้งบ้านเรือนของชาวแสกซึ่งภายหลังได้จัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นซอยต่างๆ มากถึง 10 ซอยโดยมีการตั้งชื่อซอยอย่างมีนัยสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์และพัฒนาการของชุมชน และที่สำคัญเมื่อบ้านอาจสามารถได้กลายเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวพื้นที่ซอยต่างๆ เหล่านี้ได้ถูกกำหนดให้เป็นเวทีนำเสนอความเป็นแสกโดยชาวแสกในแต่ละซอยได้มีส่วนร่วมในการตกแต่งซุ้มซอยเพื่อประกวดประขันกันอย่างครึกครื้นเป็นที่ตื่นตาตื่นใจของนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางผ่านตัวชุมชน ณ ช่วงเวลาดังกล่าว

ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ชาวแสก จากสิบสองปันนาสู่อาจสามารถ

ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์แสก จากคำบอกเล่าและเป็นการการสำรวจข้อมูลจากเอกสารงานการศึกษาที่เกี่ยวกับชาวแสกพบว่ามีการนำเสนอความเป็นมาของแสกในหลายแง่มุม แต่ด้วยข้อจำกัดของบทความผู้วิจัยขอเลือกที่จะนำเสนอในแง่มุมที่ชาวแสกบ้านอาจสามารถหยิบยกนำมาใช้เกี่ยวกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของตนเอง

" ตั้งแต่พ่อแต่แม่เพิ่นกะบอกว่ามาแต่ทางสิบสองปันนาพุ้นแหล่ว อพยพลงมาอยู่ทางเวียด เข้ามาลาวแล้วมาอยู่นี่แหล่ว (บ้านอาจสามารถ) " ประโยคที่รวบรัดบอกถึงเส้นทางการอพยพของชาวแสกจากบทสัมภาษณ์แม่อุ๋ย ซึ่งก็สอดคล้องกลับ อาจารย์จารุณี น้อยนรินทร์ ที่เล่าว่า *" ผู้เฒ่าผู้แก่ เพิ่นกะว่ามาแต่ทางสิบสองปันนา มาอยู่เวียด อยู่ลาว อยู่ไทย ผ่านมาหลายแผ่นดินเด้อแสกนี่ "* (ศิริพรรณ ช้ายกลาง,จารุณี น้อยนรินทร์ ,สัมภาษณ์.2557) ประโยคจากบทสัมภาษณ์นี้ทำให้ผู้วิจัยกลับมาทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมา เพื่ออธิบายให้เห็นภาพของพัฒนาการของความเป็นมาของชาวแสก ดังนี้

แต่เดิมชาวแสกอาศัยอยู่แถบสิบสองปันนาต่อมาอพยพลงมาอาศัยอยู่ในดินแดนญวน(เวียดนาม) แถบมองรอง เมืองเว้ ต่อมาได้ตกอยู่การปกครองของชาวญวน ในสมัยเจ้าฟ้าน้อยเป็นพระเจ้าแผ่นดินของเมืองญวน ครั้งหนึ่งช้างพระที่นั่งเจ้าฟ้าน้อยเกิดตกมันไล่อาละวาดทำร้ายผู้คนทั่วเมืองแต่ไม่มีผู้ใดกล้าทำร้ายมันได้ เมื่อมาถึงยังชุมชนชาวแสกผู้นำชาวแสกจึงสั่งฆ่าช้างตัวนั้นเสีย จึงเป็นเหตุให้เจ้าฟ้าน้อยไม่พอใจและเป็นสาเหตุที่ต้องอพยพ (อัมพร ยะวรรณ, 2548: 26-27)

โดยมี นายกายซ่าและนายกายซูเป็นหัวหน้าผู้นำ เข้ามาตั้งถิ่นฐานขึ้นใหม่ที่ดินแดนประเทศลาวซึ่งอยู่ใกล้กับเส้นเขตแดนระหว่างประเทศลาวกับประเทศเวียดนามสัญนิษฐานว่าเป็นแถบเมืองนาเมย หรือนาแมวเดิม (ชลธี คำเกษ, 2553: 9) อยู่ต่อมาประชากรเริ่มมาก จึงพากันอพยพหาที่ทำกิน โดยพากันข้ามฝั่งแม่น้ำโขงมาตั้งถิ่นฐานอยู่บ้านโคกยาว (บ้านไผ่ล้อมในปัจจุบัน) เมื่ออาศัยอยู่มานานประชากรเพิ่มมากขึ้น พวกหนึ่งจึงพากันอพยพออกมาตั้งถิ่นฐานใหม่ที่ริมแม่น้ำโขงแล้วตั้งชื่อบ้านว่า “บ้านถิ่นโจก” (บ้านหายโศก) ซึ่งก็คือบ้านอาจสามารถในปัจจุบัน จะเห็นว่าข้อมูลดังกล่าวนำเสนอการเคลื่อนไหวย้ายถิ่นของชาวแสกตามดินแดน ต่างๆ ได้แก่ จีน เวียดนาม ลาว ไทย ตามลำดับโดยไม่ได้ระบุช่วงเวลาที่ชัดเจน

เมื่อเข้ามาอยู่อาศัยในดินแดนของไทยแล้ว ต่อมา ในรัชกาลที่ 3 ได้ เจ้าพระยาบดินทร์เดชา (สิงห์ สิงห์เสนีย์) แม่ทัพไทยยกกองทัพมาครั้งสงครามปราบกบฏเจ้าอนุวงศ์ให้ “ฆานบุดดี” หัวหน้าชาวแสกเป็นหัวหน้ากองเรียก “กองอาหมาด” มีหน้าที่รับผิดชอบควบคุมบริวารชาวแสกเป็นกองลาดตระเวนรักษาชายแดนปลายอาณาเขตสมัยนั้น (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2539) ต่อมาสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ได้โปรดเกล้าให้หมู่บ้านถิ่นโจก (บ้านหายโศก) เป็นเมืองเรียกว่าเมืองอาฑมาต โดยขึ้นกับเมืองนครพนมให้ฆานบุดดี เป็นหลวงเอกอาษา (ท้าวเชียงอินทร์)ทำหน้าที่เป็นเจ้าเมือง (เจ้าเมืองคนแรก) ตั้งแต่ พ.ศ. 2381 จนถึง พ.ศ. 2450 เมืองอาฑมาต ได้เปลี่ยนชื่อเป็นเมืองอาษามารถ ซึ่งมีประวัติรายชื่อข้าราชการผู้เป็นหัวหน้าแผนกการบริหาร บ้านเมืองของเมืองอาษามารถมีดังนี้ (อัมพร ยะวรรณ, 2548: 28)

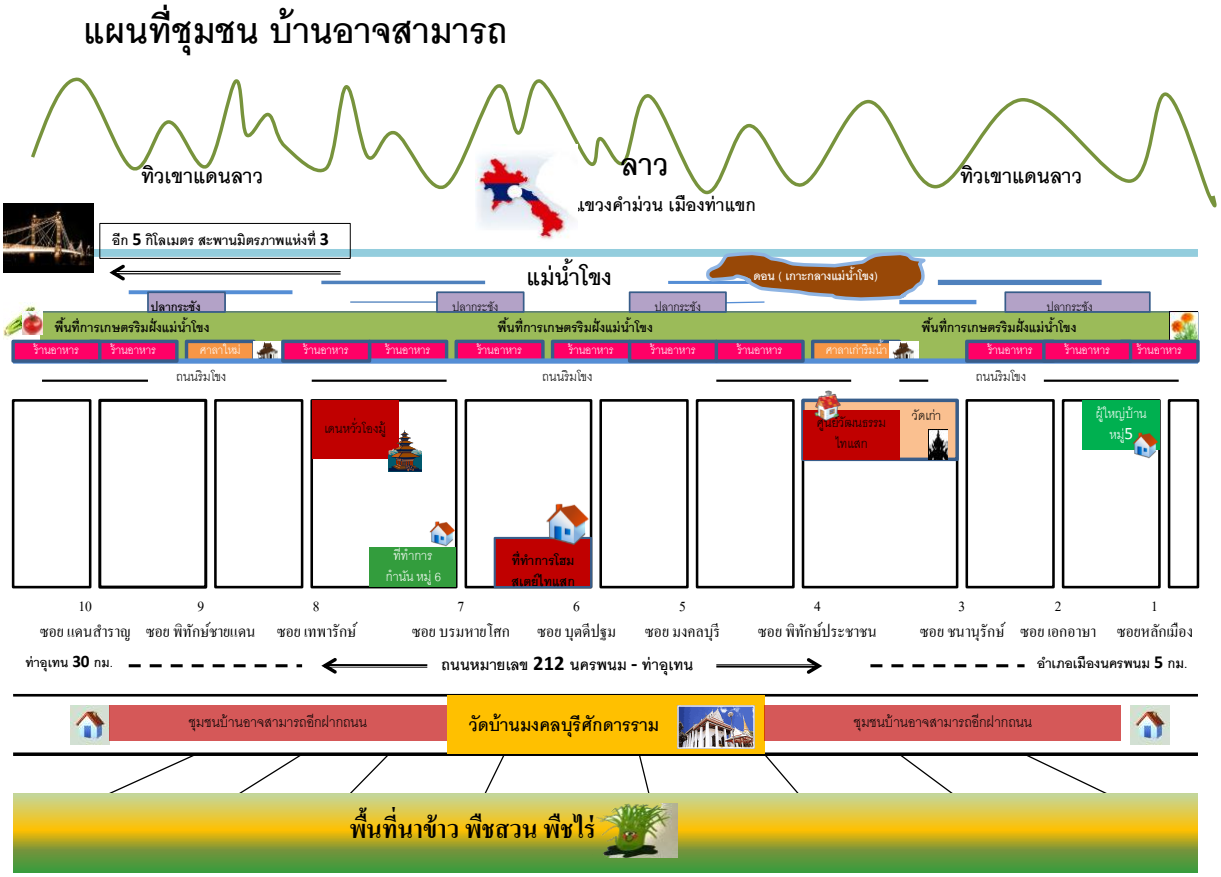
1. หลวงเอกอาษาเป็ประธานคือเจ้าเมือง
2. เมืองขวา รองประธานคนที่ 1 คือ ปลัดขวา
3. เมืองซ้าย รองประธานคนที่ 2 คือ ปลัดซ้าย
4. เมืองกลาง คือเลขานุการ และประชาสัมพันธ์
5. ขุนชนานุรักษ์ หัวหน้าแผนการรักษาประเพณี และพิธีกรรมต่างๆ
6. ขุนพิทักษ์ประชาชน แผนกการศึกษาวิชาการความรู้
7. ขุนผจญปัจจามิตร แผนกพัฒนาบ้านเมืองและติดต่อกับต่างประเทศ
8. ขุนพิชิตสงคราม แผนกปูองกันประเทศชาติบ้านเมือง ฝ่ายทหาร
9. ขุนบุตดีปฐม แผนกปฐมพยาบาล ฝ่ายหมอ
10. ขุนบรมหายโศก แผนกพิพากษาว่าความ
11. ขุนเทพารักษ์ แผนกฝ่ายการเงิน การคลัง
12. ขุนพิทักษ์ดินแดน แผนกรักษาความสงบภายใน ตำรวจ

ต่อมาการปฏิรูปการปกครองส่วนภูมิภาคให้เหมือนกันหมดทั่วราชอาณาจักรและยกเลิก ซึ่งเคยปกครองแบบมีเจ้าเมืองอุปฮาดราชบุตร ให้เปลี่ยนเป็นตำแหน่งผู้ว่าราชการเมือง โดยเมืองนครพนมมีพระยาพนมครานุรักษ์เป็นผู้ว่าราชการเมืองแบ่งการปกครองออกเป็น 6 อำเภอ คือ 1.อำเภอเมืองนครพนม 2.อำเภอเรณูนคร 3. อำเภออาจสามารถ 4.อำเภออากาศอำนวย 5.อำเภอกุสุมาลย์ 6.อำเภอโพธิ์ไพศาล มาถึงช่วงเวลานี้จะเห็นว่าสถานะความเป็น เมือง จึงถูกปรับเปลี่ยนเป็น อำเภอ ชื่อ อาษามารถ เปลี่ยนเป็น อาจสามารถ

อำเภออาสามารถ ปัจจุบันยุบเป็นตำบลอาจสามารถ ในสมัยรัชกาลที่6 เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีประชากรน้อย ชนเผ่าแสกส่วนมากจะอยู่ที่หมู่บ้านอาจสามารถ ที่ตั้งชุมชนอยู่ห่างจากตัวจังหวัดนครพนม 5 กิโลเมตร ยังมีชนเผ่าแสกบางส่วนที่ได้พากันอพยพโยกย้ายที่อยู่ไปทำมาหากิน จึงมีชาวแสกกระจายตัวกันอยู่ตามหมู่บ้านต่างๆในพื้นที่จังหวัดนครพนมดังนี้ บ้านอาจสามารถ, บ้านไผ่ล้อม, ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง, บ้านดอนสมอ ตำบลท่าบ่อ อำเภอศรีสงคราม, บ้านบะหว้า ตำบลท่าเรือ อำเภอนาหว้า, จังหวัดนครพนม (พณิฐา ยงพิทยาพงศ์ และคณะ, 2548: 28)

การจารึกประวัติศาสตร์สังคมไทแสกในพื้นที่ซุ้มซอยของชุมชนอาจสามารถ

นอกจากประวัติศาสตร์ในหน้าเอกสารแล้ว ผู้วิจัยยังได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นถึงการใช้พื้นที่ซอยต่างๆ ในหมู่บ้านอาจสามารถสำหรับบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนแสก และการให้นิยามความหมายผ่านประวัติศาสตร์ โดยในส่วนนี้ผู้วิจัยจะขออธิบายร่วมกับแผนที่ชุมชนที่ทำขึ้นจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นดังนี้



แผนภาพที่ 1 จำลองแผนที่จากการลงพื้นที่ชุมชนบ้านอาจสามารถ

ชุมชนบ้านอาจสามารถประกอบไปด้วย ซอยทั้งหมด 10 ซอย ความเป็นมาของซอยต่าง ดังนี้ เมื่อครั้งปี พ.ศ.2497 หลวงอภิบาลบัญชาผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนมขณะนั้น จะนำกองกฐินของทางราชการมาทอดถวายวัดในตำบลอาจสามารถทั้งหมด 7 กอง โดยท่านได้มีคำสั่งให้ตัดซอยในชุมชนอาจสามารถใหม่เพิ่มขึ้น ทั้งหมดเป็น 10 ซอย ในสมัยท่านกำนันพรหมมา พลหาราช ผู้ใหญ่อ่อน ผาสุข ดำรงตำแหน่งเป็นผู้นำชุมชนในสมัยนั้น หลังจากที่ได้ทำการตัดซอยเสร็จสิ้นทั้งหมดแล้ว ได้มอบหน้าที่การตั้งชื่อซอยในชุมชนให้ ท่านอาจารย์กฎ ซ้ายกลาง เป็นผู้ตั้งชื่อซอย โดยกำหนดจากทิศใต้มายังทิศเหนือ โดยท่านอาจารย์กฎได้นำ ชื่อตำแหน่งการบริหารบ้านเมืองของข้าราชการในเมืองอาจสามารถมาตั้งเป็นชื่อซอย 10 ซอย ดังนี้ 1.หลักเมือง 2.เอกอาษา 3.ชนานุรักษ์ 4.พิทักษ์ประชาชน 5.มงคลบุรี 6.บุตรดีปฐม 7.บรมหายโศก 8.เทพารักษ์ 9.พิทักษ์ชายแดน 10.แดนสำราญ ซึ่งมีความหมายสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ชุมชน ถ้อยคำไพเราะคล้องจองและจดจำได้ง่าย

จากข้อมูลพบว่าจากเอกสารงานการศึกษา เช่น งานการศึกษาที่เกี่ยวข้องและจากคำบอกเล่าพบว่ามีการบันทึกรายชื่อของกลุ่มข้าราชการที่บริหารบ้านเมืองชาวแสกเพียงกลุ่มแรกเท่านั้น เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวนั้นกล่าวได้เป็นช่วงเวลาของความภาคภูมิใจช่วงเวลาที่สร้างคุณค่าของตัวตนชาวแสกในฐานะผู้เป็นทหารร่วมรบ ผู้ช่วย

งานราชการบ้านเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นความดีความชอบผ่านการได้รับแต่งตั้งเลื่อนสถานะจากบ้าน เป็น เมือง ในปี พ.ศ.2381 ดังในส่วนของการนำเสนอด้านประวัติศาสตร์ที่กล่าวมาแล้วก่อนหน้านี้

ในส่วนของชื่อซอยที่เป็นชื่อข้าราชการในเมืองนั้นพบว่า มี 7 ซอย ได้แก่ เอกอาษา ชนานุรักษ์ พิทักษ์ประชาชน บุตรดีปฐม บรมหายโศก เทพารักษ์ พิทักษ์ชายแดน อีก 3 อีกสามซอยคือ หลักเมือง เป็นซอยที่ตั้งของความเชื่อเรื่องหลักหลักบ้านหลักเมือง ซอยมงคลบุรี คือ ซอยที่บ่งบอกถึงการเฉลิมฉลองการได้แต่งตั้งเป็นเมืองอาฑมาต ซอยแดนสำราญเป็นซอยที่บอกว่าบริบทพื้นที่ตรงนี้ติดกับบ้านสำราญ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม นอกจากชื่อของข้าราชการในเมืองอาษามาตในอดีตและชื่อซอยที่เป็นการบ่งบอกถึงความเชื่อและบริบทพื้นที่ รวมทั้งยังเลือกที่จะอธิบายชื่อซอย ผ่านบริบททางประวัติศาสตร์โดยหยิบยกบทบาทหน้าที่ของชื่อข้าราชการมาเป็นตัวบอกถึงความภาคภูมิ ตัวอย่าง เช่น ซอย เอกอาษา หมายถึง ชื่อของเจ้าคนแรกเมืองอาฑมาต คือหลวงเอกอาษา อาศัยอยู่ที่ซอยนี้ คนในซอยนี้มักจะภูมิใจและแสดงออกและบอกว่าเขาคือลูกหลานเจ้าเมืองเจ้าเมืองอยู่ซอยนี้ และยังพบว่าจากการตกย้ำสำนึกเช่นนี้มันยังส่งผลไปยังสำนึกการแสดงออกในการประกวดซุ้มซอยที่คนในซอยนี้จะทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจแรงสมอง ร่วมด้วยช่วยกัน เพราะถือว่าตนเป็นลูกหลานเจ้าเมืองเป็นผู้นำคนในซอยนี้จะดูเอาจริงเอาจังและให้ความสำคัญกับการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์อย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากงานการประกวดซุ้มซอยจนทำให้ซอยนี้ได้รับรางวัลชนะเลิศมากที่สุดเมื่อเทียบกับซอยอื่นๆ ซึ่งที่กล่าวมาก็เป็นตัวสะท้อนการให้นิยามความหมายโดยใช้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์จารึกลงพื้นที่ชุมชน แสดงให้เห็นถึงการใช้อดีตเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับคุณค่าบางอย่างในปัจจุบัน คุณค่าที่จับต้องไม่ได้เป็นเรื่องของคุณค่าทางใจ เช่น เกียรติและความภาคภูมิใจ ส่วนมูลที่ค่าที่เห็นได้ด้วยตาจับได้ด้วยมือคือมูลค่าทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ส่วนหนึ่งจึงจะถูกแสดงออกในงานปีใหม่ไทแสก และส่วนหนึ่งผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่เรียกว่าโฮมสเตย์คือการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่เข้ามามีส่วนเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับความเป็นแสก และเกิดปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงต่อชุมชนดังจะได้อธิบายในหัวข้อต่อไป

การก่อตั้งชุมชนทางการท่องเที่ยว หมู่บ้านวัฒนธรรมไทแสกโฮมสเตย์

“ โองมู้ศักดิ์สิทธิ์ แหล่งผลิตปลากระชัง สวยจังริมเขื่อนโขง เชื่อมโยงวัฒนธรรม ค่าล้ำแสกเต้นสาก หลากหลายประเพณี มีดีที่ภาษา รักษาไว้คู่ชาติไทย ” คือคำขวัญประจำหมู่บ้านอาจสามารถ ที่ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการหมู่บ้านร่วมกันร้อยเรียงขึ้นเพื่อบอกถึงของดีไทแสก ด้วยอัตลักษณ์ที่เป็นคุณลักษณะที่เด่นชัดเฉพาะตัวนี้ทำให้ได้เป็น 1 ในแปดชุมชนที่ได้รับการจัดตั้งเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมชนเผ่า จากสภาวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม เมื่อปี พ.ศ.2548 ประกอบกับช่วงเวลาดังกล่าวการท่องเที่ยว โฮมสเตย์ ที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกำลังได้รับความนิยม จึงมีกลุ่มแนวคิดของคนในชุมชนร่วมกันริเริ่มจัดตั้ง กลุ่มการท่องเที่ยวโฮมสเตย์หมู่บ้านวัฒนธรรมไทแสกขึ้น เมื่อ ปี พ.ศ.2548 และสามารถผ่านเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี พ.ศ.2551 (คณะกรรมการชนเผ่าไทยแสกโฮมสเตย์, ม.ป.ป)

รูปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ชาวแสกบ้านอาจสามารถ

โฮมสเตย์คือการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เน้นการสัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน โดยผู้ให้บริการจะเป็นเจ้าของบ้านที่เข้าร่วมกลุ่มการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ โดยจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ สำหรับชาวแสกบ้านอาจสามารถ มีการให้บริการที่พักโดยที่พักจะต้องเป็นที่พักที่อยู่ร่วมชายคาเดียวกับผู้เป็นเจ้าของบ้านตามกฎของโฮมสเตย์ มีอาหาร ชากาแฟ ไว้ให้บริการ รวมทั้งความสะอาดและสุขอนามัยด้วยโยจะมีการตรวจประเมินทุกปี บ้านพักที่บ้านอาจสามารถก็จะเป็นบ้านของชาวบ้านโดยทั่วไปที่จัดห้องไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชน มีหลากหลาย ตามแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าอยากสัมผัสวิถีวัฒนธรรม หรือ อัตลักษณ์ด้านใดของชาวแสก เช่น ล่องเรือชมโขง ดูการประมง ให้อาหารปลากระชัง ประกอบอาหารแสก การนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ชมบ้านเก่าไทแสกการแสดงแสกเต้นสาก ฯลฯ โดยการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์นั้นก็อย่างที่ได้กล่าวไว้ในบทนำส่วนท้ายว่าอัตตราค่าตอบแทนมีส่วนอย่างมากเพราะการท่องเที่ยวคือเรื่องของธุรกิจ แต่ถ้าเรื่องของจิตวิญญาณต้องประเพณีพิธีกรรม

การแสดงที่เรียกว่า แสกเต้นสาก คือตัวชูโรงเรือธงหลักในการนำเสนอจุดเด่นทางชาติพันธุ์ ให้เป็นจุดขายที่ดึงดูดความสนใจแก่คนทั่วไป จนสร้างชื่อให้ชาวแสกบ้านอาจสามารถเป็นที่รู้จักในเวทีสื่อเป็นอย่างมาก ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อโอกาส ผลประโยชน์ และ การต่อรองทางสังคม จนเกิดปรากฏการณ์การการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน และ การเกิดขึ้นของร้านอาหารริมฝั่งโขงบ้านอาจสามารถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ในระยะเวลา 3 ปี มีร้านอาหารเกิดขึ้นถึง 11 ร้าน จากชุมชนเล็ก ๆ เงียบสงบกลายเป็นชุมชนที่มีความคึกคักพลุกพล่าน ยิ่งในช่วงเวลาที่เรียกว่า ตรุษแสก หรือ ปีใหม่แสก ที่เป็นเทศกาลงานประเพณีประจำปีของชาวแสกบ้านอาจสามารถจะคึกคักมากเป็นพิเศษ

ตรุษแสก : การประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในพื้นที่บุญปีใหม่และการประกวดซุ้มซอย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามและได้เข้าร่วมในงานประเพณีดังกล่าวตั้งแต่ปี 2557 – 2559 พบว่าปีใหม่ไทยแสกในความรับรู้และสำนึกของชาวแสก คือ งานสำคัญทางชาติพันธุ์ที่จะได้ตอบแทนบรรพบุรุษ วันรวมญาติ วันทำบุญ และวันที่จะได้ร่วมสนุกสนานในบุญประเพณี เป็นวันที่พวกเขาจะได้แสดงออกให้เห็นคุณค่าตัวตนที่เขาภูมิใจ วันนี้การอัตลักษณ์ของชาวแสกถูกแสดงออก อย่างครบถ้วน งานปีใหม่ไทแสก มีด้วยกันทั้งหมด 2 วัน วันแรกนั้นจะต้องตรงกับวันขึ้น 2 ค่ำเดือน3 ของทุกปีเรียกว่าวันตรุษแสก หรือ กิ๋นเต็ดหรือกิ๋นเตรทเดน เป็นวันที่ประกอบพิธีกรรมการบวงสรวง วันที่สองเป็นวันประกวดซุ้มซอย เป็นอีกหนึ่งเอกอัตลักษณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นเมื่อไม่นานมานี้

ตรุษแสกวันขึ้น 2 ค่ำ เดือน 3 พิธีกรรมบวงสรวงและการแสดงศักดิ์สิทธิ์

ในเช้าวันบวงสรวงขึ้น 2 ค่ำเดือน 3 เสียงแม่อุ๋ยปลุกผู้วิจัยแต่เช้าประมาณ 06.00 น.ให้อาบน้ำแต่งตัว พร้อมกับกำลังรีบเตรียมกับข้าวและเครื่องเซ่นบูชาเพื่อจะนำไปยัง ศาลเจ้าเดนหวั่วโองมู้ อีกมุมหนึ่งของบ้านคือน้อง ๆ นักแสดงแสกเต้นสากกำลังช่วยกันแต่งตัวเพื่อให้เสร็จทันเวลาการแสดง ปีนี้แม่อุ๋ยรับผิดชอบเป็นผู้จัดการแสดงสำคัญนี้ ในขณะที่ผู้วิจัยแต่งตัวเสร็จและมานั่งรอแม่อุ๋ยเล่าว่า *"งานนี้บ่มีปลาเด้อ โองมู้เพิ่นบ่มัก อาหารสิบ่เฮ็ดจากปลาบ่ว่าชนิดใด ยกเว้นน้ำปลาแดก อันนี้ขาดบ่ได้ "* พูดเสร็จก็หัวเราะกันสนุกสนาน แต่ผู้วิจัยสัญนิษฐานกรณีนี้ว่าปลาคือของหาง่ายและแทบไม่มีค่าราคาเลยในอดีตเพราะอยู่ติดแม่น้ำโขง ซึ่งแม่อุ๋ยก็ได้กล่าวต่ออีกว่าเพิ่นมักกินเนื้อ โดยเฉพาะเนื้อควาย แต่ปัจจุบันเนื้อควายหายากก็ใช้เนื้อวัวแทนก็ได้ นอกนั้นก็ผลไม้ น้ำหวาน เหล้า ยิ่งตอกย้ำว่าอาหารราคาแพง หายาก จึงเหมาะกับการเป็นอาหารเซ่นบูชา หลังจากเตรียมของเสร็จ แม่อุ๋ยให้ผู้วิจัยพายเอากล่องข้าวเดินออกจากบ้านมุ่งหน้าไปยังศาลเจ้าที่บริเวณท้ายซอย 9 หรือซอยเทพารักษ์ ระหว่างทางพบชาวแสกกำลังทยอยเดินมุ่งหน้าไปยังจุดหมายเดียวกันหลายคน โดยทุกคนจะพร้อมใจกันแต่งกายด้วย ชุดชาติพันธุ์แสก [4] เป็นภาพที่เห็นแล้วรู้สึกถึงความงามของวัฒนธรรมและตื่นตาตื่นใจสำหรับคนนอก

เมื่อเรามาถึงที่ศาลเจ้าเพื่อร่วมพิธี ชาวบ้านต่างนำข้าวของเครื่องบูชาไปรวมกันที่บริเวณพื้นที่ด้านในศาลอย่างพร้อมเพรียงโดยผ่านกวนจ้ำเป็นผู้บอกกล่าวสื่อกลางต่อโองมู้ว่าลูกหลานชาวแสกชื่อ บ้าน ครอบครัว ได้นำของมาร่วมถวายในพิธีแล้ว แม่อุ๋ยพาผู้วิจัยเข้าไปไหว้สักการะโองมู้ และ **กวนจ้ำ** ผู้ที่มีหน้าที่เป็นสื่อกลางทางพิธีกรรม และเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณชาวแสก ในระหว่างรอประธานในพิธี ในที่นี้หมายถึงผู้นำทางภาครัฐที่มาร่วมงานพิธีกรรมครั้งนี้เดินทางมา ชาวบ้านที่มากันโดยพร้อมเพรียงแล้ว จะนั่งแยกกันออกเป็นสองฝั่งเหลือทางเดินตรงกลาง ร้องรำทำเพลง กันโดยมีเด็ก ๆ ที่แต่งตัวด้วยชุดแสกร่วมร้องเล่นเต้นประกอบดนตรีและร้องเพลงเป็นภาษาแสก แต่เป็นที่สังเกตว่าเครื่องดนตรีนั้นก็เป็นเครื่องดนตรีแบบลาวทั่วไป เช่น แคน ฉาบ ฉิ่ง กลอง ส่วนเพลงที่ขับร้องก็มีภาษาแสกบ้างเพลงหมอลำบ้าง ท่วงท่าการเต้นก็เป็นตามแต่อารมณ์ ฉะนั้นภาษาจึงเป็นสิ่งเดียวที่บ่งบอกอัตลักษณ์

แต่เดิมในงานการศึกษาหรือแม้แต่เอกสารที่แจกให้ผู้นักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมพิธีการผู้ที่เป็นประธานในพิธีคือ ผู้รับหน้าที่เป็น กวนจ้ำ ที่เป็นผู้นำชาวแสกประกอบพิธีกรรมในแต่ละขั้นตอน โดยมีเฉพาะชาวแสกร่วมในพิธีกรรม (อัมพร ยะวรรณ, 2548) แต่ปัจจุบันต้องใช้ตัวแทนจากภาครัฐ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ร่วมเป็นประธานในพิธี โดยมีกวนจ้ำคอยบอก คอยแนะนำว่าต้องปฏิบัติอย่างไรบ้าง ปรากฏการณ์นี้แสดงให้เราเห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ผ่านทางพิธีการของรัฐผสานพิธีกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เอื้อกันด้วย โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนมและองค์การบริหารส่วนตำบลอาจสามารถเข้ามามีบทบาทในฐานะผู้สนับสนุนเงินในการดำเนินงานทุกปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดชาติพันธุ์สัมพันธ์ที่อธิบายปรากฏการณ์ลักษณ์นี้ว่าอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์มี

[4] ชุดชาติพันธ์แสกเกิดขึ้นเมื่อ เมื่อปี พ.ศ. 2528 - 2530 ทางชุมชนได้รับนโยบายจากทางวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม ให้แต่ละชนเผ่าออกแบบชุดชาติพันธุ์ของตนเองขึ้น ชุดชาติพันธุ์แสกมีสีพื้นดำ ผู้หญิงใส่เสื้อคอจีนแขนยาวเบี่ยงผ้าแดง ซิ่นมีตีน ผู้ชายเสื้อคอจีนแขนสั้นกางเกงขาก๊วยผ้าแดงพาดบ่า (ชนะ สุสิงห์ ,จารุณี น้อยนรินทร์,สัมภาษณ์,2557)

ความเป็นเป็นพลวัตหรือเลื่อนไหลไม่ตายตัว ไม่หยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้ภายใต้บริบทของสิ่งที่สัมพันธ์อยู่ในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น รัฐ หรือ กระแสโลกาภิวัตน์ (สุเทพ สุนทรเภสัช,2555 :256-257) ชาติพันธุ์สัมพันธ์จึงถูกมองว่าเป็นกระบวนการต่อรองบนความหลากหลายของกลุ่มและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้วย

“หวิ่น นำลุ่ม หวิ่นหล่ายนำหลั๊ก.....” เสียงเพลงภาษาแสกดังขึ้นประกอบดนตรี ประสานกับเสียงเคาะไม้สากกระทบกันเป็นจังหวัง นั่นหมายถึงการแสดงแสกเต้นสากเริ่มขึ้นแล้ว การแสดงนี้ใช้เป็นการเซ่นบูชาต่อโองมู้ แต่ในปัจจุบันนอกจากนัยยะของพิธีกรรมที่ใช้บวงสรวงแล้วยังใช้เป็นการแสดงที่เอาไว้แสดงให้ผู้นำทางภาครัฐและนักท่องเที่ยวได้ชมด้วย ด้วยบริบททางสังคมที่แปรเปลี่ยนสถานะของการแสดงแสกเต้นสากจึงได้รับอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ด้วย จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า ในอดีตจากคำบอกเล่านั้นการแสดงจะเริ่มต้นขึ้นเพื่อบวงสรวงต่อหน้าศาลโองมู้โดยมีกวนจ้ำและชาวแสกในชุมชนเข้าร่วมพิธี[5]

ภาพที่ 1 การแสดงแสกเต้นสาก

ภาพที่ 2 พิธีบายศรีสู่ขวัญ

เมื่อการแสดงดำเนินมาจนสิ้นสุด พิธีกรรมต่อมาคือบายศรี ผู้เฒ่าผู้แก่ ชาวแสกนั่งรอทำพิธีบายศรีให้กับผู้นำทางภาครัฐ ต่อด้วยการให้ผู้อาวุโสในชุมชนพากันผูกข้อมือและให้พรแก่ผู้นำภาครัฐเป็นการประดิษฐ์กระบวนการขั้นตอนทางพิธีกรรมเพิ่มขึ้นมาใหม่ จากเดิมที่ไม่มีการผูกแขนและบายศรีแก่ผู้นำรัฐแต่จะเป็นการผูกแขนกวนจ้ำผู้นำทางจิตวิญญาณชาวแสกมากกว่าแต่อย่างที่ได้อธิบายไว้แล้วข้างต้นว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้แม้จะลดทอนบางสิ่งบางอย่างลงไป หลังเสร็จสิ้นพิธีดังกล่าวนี้ ถือเป็นการเสร็จขั้นตอนพิธีการบวงสรวง และชาวบ้านจะร่วมกันรับประธานอาหารบริเวณศาลเจ้า พูดคุยถามไถ่สารทุกข์สุกดิบกัน และทุกคนจะทยอยกันเดินทางกลับบ้านเพื่อพักผ่อน และเตรียมพร้อมสำหรับงานการประกวดซอยในวันต่อไป

[5] ปัจจุบันพบว่าเวลาการแสดงเริ่มขึ้นหน้าศาลจะเต็มไปด้วยช่างภาพและนักท่องเที่ยวที่มาชมการแสดงและถ่ายภาพจนแทบเบียดพื้นที่ของคนในชุมชนให้ออกไปนอกพื้นที่พิธีกรรม ผู้ใกล้ชิดพิธีกรรมอย่างใกล้ชิดคือผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่มาเป็นประธานในพิธี หากถามถึงการรับรู้หรือการยอมรับของคนในชุมชนต่อบทบาทของรัฐในพิธีกรรมสำคัญของชาวแสกนั้น มีทั้งมุมที่เห็นด้วยและมุมที่ต่อต้านถึงความไม่เหมาะสมกับรูปแบบและขั้นตอนของพิธีกรรมที่สืบทอดมา

ประเพณีประกวดซุ้มซอยประเพณีอัตลักษณ์สร้างใหม่ของชาวแสกอาจสามารถ

ประเพณีประกวดซอย หรือ การประกวดซุ้มซอย เป็นวันที่ 2 หลังวันบวงสรวง เริ่มขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2537 จากการเสนอแนวคิดของกลุ่มคนหนุ่มสาวในบ้านอาจสามารถในช่วงเวลานั้น ริเริ่มแนวคิดให้มีกิจกรรมการประกวดซอยในงานปีใหม่แสกเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์แรกเริ่มในการประกวด เพื่อให้หมู่บ้านมีกิจกรรมร่วมกัน มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ก่อเกิดความสามัคคี สำนึกรักษ์ในถิ่นฐานของตนเอง และเริ่มประเพณีการประกวดซอยนับตั้งนั้นเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลากว่า 22 ปี (ชนะ สุสิงห์,สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2558) อันเป็นความพยายามของภาครัฐในการส่งเสริมให้ประชาชนชาวแสกมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น และสร้างสำนึกทางชาติพันธ์ความเป็นแสก แต่ที่น่าสนใจคืออัตลักษณ์ความเป็นแสกส่งเสริม เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกลับกลายเป็นโอกาสกระตุ้นให้ชาวแสกอาจสามารถภาคภูมิใจในการนำเสนอความเป็นแสกของตนอย่างหลากหลายรูปแบบและเข้มข้นมากขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่ประกวดซุ้มซอย

จากการลงพื้นที่การประกวดซอยในแต่ละปีนั้นพบว่า จะมีเกณฑ์การให้คะแนนการประกวด แต่ละปีจะมีการกำหนดหัวข้อหรือโจทย์ของงานปีนั้น ๆ ที่จะเป็นเกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้กำหนด เช่น คะแนนเต็ม 100 คะแนน ประกอบไปด้วย ความสวยงาม การถ่ายทอดวิถีชีวิตของชาวแสก และความคิดสร้างสรรค์ โดยมีคณะกรรมการที่ประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ จากภาครัฐ เช่น อบจ.นครพนม สภาวัฒนธรรมจังหวัด ททท.จังหวัดนครพนม ร่วมกันเป็นคณะกรรมการตัดสิน เมื่อได้รับโจทย์เกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละปีทางผู้นำซอยต่าง ๆจะทำการประชุมหารือกันล่วงหน้าเพื่อจัดเตรียมงาน การเตรียมงานนั้นจะเริ่มเตรียมการก่อนจะถึงวันงานถึง 3 เดือน เพื่อจะปลูก ต้นไม้ พืชผัก ดอกไม้ เอาไว้ใช้ตกแต่งในวันงาน และมีการคำนวณอายุพืชว่ามีการเจริญเติบโตเต็มที่ หรือออกดอก ในช่วงเวลาใด เพื่อให้ได้ทันเวลาที่จะใช้ในวันประกวด

ส่วนการตกแต่งซุ้มซอยในวันประเพณีประกวดซอยมีการระดมความคิด เพื่อสร้างสรรค์พื้นที่หน้าซอยต่างๆ ทั้ง 10 ซอยจัดแสดงความเป็นแสก ในแต่ละซอยจะมีการนำเสนอที่แตกต่างกัน ตามรูปแบบและสิ่งที่พวกเขาต้องการแสดงออก หรือขึ้นอยู่กับการตีความของโจทย์ที่ได้รับในแต่ละปี ชื่อของซอยแต่ละซอยจะแฝงไว้ด้วยนิยามความหมายทางประวัติศาสตร์ ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกของแต่ละซอยที่จะบ่องบอกความสำคัญของตนผ่านทางประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ว่าสัมพันธ์กันอย่างไรกับชื่อซอยของตน ดังตัวอย่างซอยที่ได้รับรางวัลชนะเลิศประจำปี 2558 มีการแสดงความเป็นแสกอย่างโดดเด่น คือซอย เอกอาษา ที่เสนอนิยามว่า เป็นซอยของเจ้าเมืองคนแรกของชาวแสกและท่านเคยอาศัยอยู่ในซอยนี้ด้วย การให้นิยามความหมายดังกล่าวจึงส่งผลต่อการสร้างคุณค่าและดึงความน่าสนใจแก่ผู้เที่ยวชม นอกจากการตั้งชื่อป้ายซอยเอกอาษาแล้วยังได้ จัดนิทรรศการประวัติชาวแสกอาจสามารถ จัดแสดงเครื่องมือทำมาหากินโยใช้ชื่อภาษาแสก และมีผู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลา รวมทั้งยังจัดวางอาหารแสกให้ชิม เช่น เมี่ยงแสก และการละเล่นแสกเต้นสากให้นักท่องเที่ยวทดสอบหวังหวะฝีเท้าด้วย

ภาพที่ 3 ซุ้มซอยที่ตกแต่งอย่างสวยงาม

ภาพที่ 4 อาหารไทแสกและชื่อเรียกภาษาแสก

นอกจากเรื่องราวความเป็นแสกแล้วในอีกมุมของการจัดแสดงมักสอดแทรกสาระ เช่น ความรู้ด้านยาเสพติด เศรษฐกิจพอเพียง และ AEC (ประชาคมอาเซียน) ซึ่งจะประกวดกันในเวลากลางคืนจึงตกแต่งด้วยไฟแสงสีมากมายที่สว่างไสวด้วยสีสันเรียงรายตามหน้าซอยต่าง ๆ ตลอดแนวถนนของชุมชนบ้านอาจสามารถ ในอดีตวัตถุประสงค์แรกของการประกวดซอย คือการสร้างกิจกรรมที่ทำร่วมกันในชุมชน เพื่อความรักความสามัคคี แต่ในปัจจุบันพบว่ามีแนวโน้มที่ประเพณีประกวดซอยจะกลายเป็นเทศกาลทางการท่องเที่ยวที่จะถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นจุดขายอย่างหนึ่งทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชาวแสกอาจสามารถอย่างจริงจัง จากการลงพื้นที่พบว่ากลุ่มการท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนเริ่มมีแนวคิดนี้แต่ยังอยู่ในขั้นตอนของการริเริ่ม ซึ่งปัจจุบันก็เปิดให้คนภายนอกเข้าเที่ยวชมและร่วมกิจกรรมได้แต่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวมากนักหรือเป็นไปเพื่อการท่องเที่ยวเต็มตัว หรือกล่าวได้ว่าไม่ถึงขั้นเป็นเทศกาลงานประเพณีเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง แต่ก็พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวก็มีความคึกคักอย่างมากในชุมชนบ้านอาจสามารถ

สรุป

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปรากฏการณ์การประกอบสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในพื้นที่ประเพณีบุญปีใหม่ของชาวแสก โดยอาศัยแนวคิดการประกอบสร้างอัตลักษณ์ร่วมกับวิธีการทางประวัติศาสตร์เพื่อให้เข้าใจถึงบริบทและเงื่อนไขการเลือกนำเสนอความเป็นแสก โดยเฉพาะเมื่อชุมชนแสกบ้านอาจสามารถได้ปรับตัวเองเข้าสู่บริบทการท่องเที่ยว โดยอาศัยวัฒนธรรมของตนเป็นทุนเพื่อการท่องเที่ยวและบริหารจัดการโดยชาวแสกในชุมชนภายใต้การสนับสนุนของภาคส่วนต่างๆ ของรัฐไทย

ผลการศึกษาพบว่า ไม่เพียงแต่พื้นที่การจัดแสดงทางวัฒนธรรมที่เป็นทางการอย่างส่วนจัดแสดงวัฒนธรรมชาวแสกในที่ทำการโฮมสเตย์ที่บ่งบอกตัวตนความเป็นแสกบ้านอาจสามารถ แต่ในส่วนพื้นที่ทางกายภาพของชุมชนชาวแสกบ้านอาจสามารถ ได้กลายเป็นพื้นที่จารึกประวัติศาสตร์สังคมชาวแสกอย่างมีนัยสำคัญต่อการแสดงอัตลักษณ์ในบริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการแบ่งซุ้มซอยและตั้งชื่อซุ้มซอยที่มีความหมายเชื่อมโยงกับเรื่องราวความทรงจำทางประวัติศาสตร์สังคมวัฒนธรรมของตน รวมถึงอัตลักษณ์ด้านอื่น

เช่นภาษา อาหาร การแต่งกาย และงานประเพณีที่ถูกใช้เป็นเวทีการบอกเล่าประวัติศาสตร์และเพื่อการอธิบายตัวตนของคนแสกอาจสามารถ

การนำเสนอความเป็นแสกอาจสามารถในพื้นที่ประเพณี “ตรุษแสก” หรือ “ปีใหม่ไทแสก” นั้น มีการเลือกสื่อความหมายด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การแต่งกาย พิธีกรรม อาหาร หรือภาษาแสก ล้วนมีนัยสื่อผ่านนิยามความเป็นแสกที่น่าภาคภูมิใจควรค่าแก่การอวดตนแก่สายตานักท่องเที่ยวผู้เห็นคุณค่าทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้นำมาซึ่งชื่อเสียงการเป็นที่รู้จักและประกาศตัวตนทางวัฒนธรรมและผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจที่ได้รับ การศึกษานี้จึงเป็นดังสิ่งที่สะท้อนเรื่องของ การประกอบสร้างคุณค่า ที่กลายมาเป็น มูลค่าวัฒนธรรม กลายมาเป็น สินค้า ทุนความเป็นชาติพันธุ์มีบทบาทหน้าที่ในการช่วงชิงคุณค่าความหมายทางสังคมและนำมาซึ่งผลประโยชน์ ผ่าน การศึกษาการประกอบสร้างและการในเสนอความเป็นชาติพันธุ์ในพื้นที่งานประเพณีปีใหม่แสกที่ใช้เรือธงหลักคืออัตลักษณ์วัฒนธรรมที่เคลื่อนไปอย่างไม่หยุดนิ่ง

บรรณานุกรม

ชลธี คำเกษ. (2553**). คุณลักษณะทางสถาปัตยกรรมภายในเรือนพื้นถิ่นชาวแสก : กรณีศึกษา บ้านอาจสามารถ ต.อาจสามารถ อ.เมือง จ.นครพนม** วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมภายในมหาบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรมภายใน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชยันต์ วรรรธนะภูติ, (2549). “คนเมือง” : ตัวตน การผลิตซ้ำสร้างใหม่ และพื้นที่ทางสังคมของคนเมือง, ใน อานันท์ กาญจนพันธุ์ (บรรณาธิการ)**. อยู่ชายขอบมองลอดความรู้**.(หน้า 33-73). กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์มติชน

สมศักดิ์ ศรีสันติสุขและปรีชา ชัยปัญหา **(**2538)**. “วิถีครอบครัวและชุมชนชาติพันธุ์ไทยแสกบ้านบะหว้า ตำบลท่าเรือ อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม**” ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อัมพร ยะวรรณ. (2543). **แสกเต้นสาก : กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ศึกษากรณีแสกเต้นสากบ้านอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาไทยคดีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ประสิทธ์ ลีปรีชา, (2557) บทความปริทรรศน์: กระบวนการทัศน์การศึกษาชาติพันธ์สัมพันธ์, ใน มณีมัย ทองอยู่ และดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ (บรรณาธิการ)**. วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง.** (หน้า 219-242). ขอนแก่น:ศูนย์วิจัยพหุลักษณ์สังคมลุ่มน้ำโขง

สุเทพ สุนทรเภสัช. (2548). **ชาติพันธุ์สัมพันธ์: แนวคิดพื้นฐานทางมานุษยวิทยา ในการศึกษาอัตลักษณ์ กลุ่มชาติพันธุ์ ประชาชาติ และการจัดองค์กรความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์.** กรุงเทพฯ :เมืองโบราณ.

_____. (2555). **ทฤษฎีชาติพันธุ์สุมพันธ์: รวมบทความทางทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชื้อชาติ กลุ่มชาติพันธ์.** เชียงใหม่: ศูนย์ศึกษาชาติพันธุ์และการพัฒนามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะกรรมการชนเผ่าไทยแสกโฮมสเตย์, **ชนเผ่าไทแสกมีดีที่ตรงไหน** ม.ป.ท., ม.ป.ป

ปฐม หงส์สุวรรณ, (2558). พลวัตและการสร้างประเพณีประดิษฐ์นชุมชนอีสานลุ่มน้ำโขง. ใน ศิราพร ณ ถลาง(บรรณาธิการ). **"ประเพณีสร้างสรรค์" ในสังคมไทยร่วมสมัย**. (หน้า 243- 271). กรุงเทพฯ : ศูนย์มนุษญวิทยาสิรินธร

ศรินยา จิตรบรรจง, (2553). **การศึกษาระบบเปรียบเทียบเสียงและคำภาษาแสกในสาธาระณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์. ศศ.ด. สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พณิฐา ยงพิทยาพงศ์, วีรศักดิ์ จุลดาลัย,และภาวดี พันธรักษ์. (บรรณาธิการ). (2548). **รายงานวิจัย การศึกษาเอกลักษณ์ชนเผ่าไทยแสกแถบลุ่มแม่น้ำโขงเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพื่อการท่องเที่ยว กรณี: ศึกษา บ้านอาจสามารถตำบลอาจสามรถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม**. นครพนม: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

สัมภาษณ์

นางจารุณี น้อยนรินทร์, สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2557. ปราชญ์ชาวแสกบ้านอาจสามารถบ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.

นายชนะ สุสิงห์, สัมภาษณ์, 23 ตุลาคม 2557. กำนันตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

นางเติมศรี ศาสตราศรัย, สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2557. ปราชญ์ชาวแสกบ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.

นายพุทธิพันธ์ คฤหเดช,สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2557. ประธานคณะกรรมการไทแสกโฮมสเตย์ บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.

นางศิริพรรณ ซ้ายกลาง, สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2557. ผู้นำทางการท่องเที่ยวหมู่บ้านวัฒนธรรมไทแสกบ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม.

Consumption of Phi Ta Khon Cultural Products

การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน*

Sarun Amatyakul[1], Yaowalak Apichatvullop[2], Thanapauge Chamaratana[3]

[1,2,3]Center for Research on Plurality in the Mekong Region (CERP)
[1,2,3]Faculty of Humanities and Social Sciences, KhonKaen University, Thailand
[1]E-mail: sarun@amatyakul.com, [2]E-mail: apichatvullop@gmail.com, [3]E-mail: thanacha@kku.ac.th

Abstract

The consumption of cultural products differs from that of other products as consumers tend to value the products implicitly imbued with culture. This research is based on sociological context and economic context for investigation of the consumption of Phi Ta Khon cultural products and variables correlated with the variables influencing the consumption level of culture products. The 385 subjects of this study were consumers of Phi Ta Khon cultural products. The data were collected through interviews from January to March 2016. The collected data were analyzed using descriptive analysis, Chi-Square and Exact Test, while the multiple variables were analyzed using the stepwise regression analysis. The findings reveal that according to the analysis of the consumption level of the culture-based product, the mean score is 3.9 out of 5, which is moderate level. The variables affecting Phi Ta Khon-based products at statistical significance of 0.05 include career, which has rather low correlation and followed by the social status, which has low correlation. The factors affecting the consumption level of Phi Ta Khon–based products at statistical significance of 0.05 include goodwill and local support, influence of media, marketing and commercials, customers' attitudes towards cultural industry, and sign and economic value, with unstandardized regression coefficient of 0.163, 0.114, 0.157, 0.140 and 0.116, respectively. In addition, students have a high level of consumption, compared to other careers, accounting for 55.2 percent.

Keywords: Consumption, Phi Ta Khon cultural product, cultural industry, creative economy

* บทความนี้ได้รับการสนับสนุนจากศูนย์วิจัยพหุลักษณ์สังคมลุ่มน้ำโขง

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป เนื่องจากผู้บริโภคให้คุณค่ากับสินค้าวัฒนธรรมว่ามีความหมายแฝงในสินค้า การวิจัยนี้จึงใช้มุมมองจากทั้งมิติทางสังคมวิทยาและมิติเศรษฐศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการบริโภคในบริบทของสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ประชากรของการศึกษา คือ ผู้บริโภค จำนวน 385 ราย และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมมีคะแนนเฉลี่ย 3.9 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ตัวแปรแรก คือ อาชีพมีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย ตัวแปรถัดมา คือ สถานภาพทางสังคมมีความสัมพันธ์น้อย สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม คุณค่าเชิงสัญญะ และคุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (Unstandardized Regression Coefficient) คือ 0.163, 0.114, 0.157, 0.140 และ 0.116 ตามลำดับ นอกจากนี้ นักเรียนนักศึกษามีระดับการบริโภคสูงกว่าผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพอื่น ทั้งนี้ สามารถอธิบายความผันแปรของระดับการบริโภคได้ร้อยละ 55.2

คำสำคัญ: การบริโภค, สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน, การบริโภคเชิงสัญญะ, อุตสาหกรรมวัฒนธรรม, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

บทนำ

มนุษย์ให้ความหมายกับวัฒนธรรมแตกต่างกันตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเกิดจากบริบทแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม เช่น สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวิถีชีวิตของมนุษย์ (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546) ความหมายของวัฒนธรรมแบ่งได้ 2 กลุ่มหลัก คือ วัฒนธรรมในอดีตและปัจจุบัน โดยวัฒนธรรมในอดีตหมายถึง ความเป็นนามธรรมอันทรงคุณค่า เช่น ความสูงส่งด้านภูมิปัญญาและจิตวิญญาณของมนุษย์ (สมสุข หินวิมาน, 2548) นอกจากนี้ วัฒนธรรมในอดีตยังเป็นสิ่งที่คุ้นเคยทางจิตวิญญาณ การพัฒนาภูมิปัญญาของสังคมโดยรวม การสร้างสรรค์ และวิถีชีวิตของมนุษย์ (เกษม เพ็ญภินันท์, 2552) ส่วนวัฒนธรรมในปัจจุบัน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ทำขึ้น สร้างขึ้น และคิดขึ้น เพื่อใช้ในการดำรงอยู่ สืบทอด และพัฒนาสังคม (ธนิก เลิศชาญฤทธ์, 2554) จะเห็นได้ว่าความหมายของวัฒนธรรมในปัจจุบันเป็นสิ่งที่มนุษย์ในสังคมสามารถเข้าถึงได้ทั้งยังใกล้กับทุกชนชั้น วัฒนธรรมในปัจจุบันจึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อการบริโภคหรือการนำวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้องกับสินค้า

นอกจากนี้ ความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มเช่นเดียวกับความหมายของวัฒนธรรม กล่าวคือ กลุ่มที่มีความเห็นในเชิงลบต่อการนำวัฒนธรรมไปเกี่ยวพันกับสินค้า กลุ่มนี้ให้เหตุผลว่า วัฒนธรรมจะมีลักษณะครอบงำหากถูกทำให้กลายเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) เนื่องจากวัฒนธรรมจะมีภาพลักษณ์ที่ตายตัว (Stereotyping) อันส่งผลให้การเสพวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าหรือสามารถขายได้ ผู้ที่ไม่ได้ซื้อสินค้าจะไม่สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมได้ (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2555) ดังนั้น วัฒนธรรมจะกลายเป็นสินค้าที่มุ่งต่อผลกำไรมากกว่าการธำรงรักษาวัฒนธรรม ความหมายและคุณค่าจะลบเลือนไปจึงส่งผลให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าเพื่อการบริโภคเท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553)

อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่มีความเห็นในเชิงบวกกับการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าได้โต้แย้งว่า วัฒนธรรมไม่มีทางที่จะดำรงอยู่เพียงเพื่อการบริโภคเพียงอย่างเดียว การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเกิดจากการปรับตัวของวัฒนธรรมตามบริบทแวดล้อม ซึ่งทำให้วัฒนธรรมมีความหมายที่เลื่อนไหลตลอดเวลา นอกจากนี้ การเข้ามามีบทบาทในสังคมของทุนนิยมได้ส่งผลให้ความหมายของวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปและก่อให้เกิดสินค้าวัฒนธรรม (นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2549) ซึ่งช่วยให้วัฒนธรรมแพร่กระจายได้กว้างไกลขึ้น และทำให้วัฒนธรรมสามารถเข้าถึงและจับต้องได้ง่าย ทั้งนี้ วัฒนธรรมในปัจจุบันมีความแตกต่างจากวัฒนธรรมในอดีตที่มีความเป็นนามธรรมสูง (เอกจิตรา คำมีศรีสุข, 2547) นอกจากนี้ สินค้าวัฒนธรรมยังช่วยให้หน่อทุนของวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเติบโต ซึ่งหากวัฒนธรรมมิได้กลายเป็นสินค้าแล้วสินค้าวัฒนธรรมย่อมไม่อาจเกิดขึ้นและทุนวัฒนธรรมย่อมไม่อาจเจริญงอกงามได้ (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546)

เป็นที่น่าสังเกตว่า แนวคิดของกลุ่มที่มีความเห็นในเชิงบวกต่อการนำวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้องกับสินค้า มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศไทยในปัจจุบัน เช่น แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์มาใช้เพื่อสร้างมูลค่าและความมั่งคั่ง (จอมพงศ์ มงคลวนิช และคณะ, 2554) แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ ปี พ.ศ.2550-2559 ที่ส่งเสริมให้นำทุนวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (กระทรวงวัฒนธรรม, 2552) การจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์และพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทยที่นำทุนที่เป็นรากวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (เดลินิวส์, 2557) ทั้งนี้ สินค้าวัฒนธรรมหลายประเภทจึงได้รับการส่งเสริม เช่น ผ้าไหมแพรวาของจังหวัดกาฬสินธุ์ สินค้าเครื่องเงินของเชียงใหม่ และสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนของจังหวัดเลย

สำหรับสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยงกับประเพณีผีตาโขนของอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ซึ่งเป็นประเพณีที่สืบต่อมาแต่โบราณ ประเพณีนี้จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือน 7 หรือเดือน 8 โดยมีจุดเด่น คือ การละเล่นผีตาโขนซึ่งผู้คนท้องถิ่นต่างใส่หน้ากากผีตาโขนละเล่นที่อำเภอด่านซ้าย (ภาสินี เชื้อบุญมี, 2552) ดังนั้น ประเพณีผีตาโขนจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถชมได้ที่อำเภอด่านซ้ายเพียงแห่งเดียว (จุลดิษฐ อุปฮาต, 2553) การที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาเยี่ยมชมจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายกับสิ่งต่าง ๆ เช่น ที่พัก อาหาร และสินค้า (กุลภพ โพธ์กิ่ง, 2554) โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยว คือ สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ซึ่งเกิดจากการนำวัฒนธรรมผีตาโขนมาสร้างเป็นสินค้าเพื่อตอบสนองต่อการบริโภค ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงศิลปะ ประเพณีท้องถิ่น และความเชื่อทางศาสนาให้เข้ากับวิถีแห่งโลกาภิวัตน์ที่แผ่ขยายสู่สังคม (สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน, 2555)

การเกิดขึ้นของสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนจะช่วยให้ประเพณีผีตาโขนเป็นที่รู้จักได้กว้างไกลขึ้น เนื่องจากสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนได้ก้าวผ่านข้อจำกัดของพื้นที่และเวลาซึ่งทำให้สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนสามารถวางขาย ณ พื้นที่ใดและในช่วงเวลาใดก็ได้ ซึ่งต่างจากในอดีตที่นักท่องเที่ยวต้องเดินทางไปยังด่านซ้ายในช่วงระยะเวลาจัดงานถึงจะได้ชมประเพณีผีตาโขนเท่านั้น สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนจึงเป็นการปรับตัวของวัฒนธรรมให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม แม้สินค้าวัฒนธรรมอาจไม่มีคุณค่าความหมายของวัฒนธรรมอย่างครบถ้วน แต่การเกิดขึ้นของสินค้าวัฒนธรรมจะช่วยให้คุณค่าความหมายของประเพณีสามารถแพร่กระจายได้กว้างไกลกว่าเดิม โดยไม่จำกัดเพียงในพื้นที่ที่วัฒนธรรมนั้นดำรงอยู่เท่านั้น (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546)

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับ การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเพื่อสนับสนุนแนวคิดที่ว่า สินค้าวัฒนธรรมไม่ได้ลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรม แต่เป็นการนำทุนวัฒนธรรมแปลงให้เป็นสินค้า (Commodification of Culture) หรือเรียกว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนจะช่วยสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจ หากมีการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมมากขึ้นจะเป็นการยกระดับทางเศรษฐกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายซึ่งเป็นคนท้องถิ่นที่เติบโตมากับวัฒนธรรม ขณะเดียวกันสินค้าวัฒนธรรมได้ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับท้องถิ่น สัญญะที่แตกต่าง และถ่ายทอดวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นหลังรวมทั้งคนในพื้นที่อื่น แต่การจะบรรลุผลดังกล่าวนี้ สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนต้องได้รับความสนใจ

จากผู้บริโภคอย่างเพียงพอ ถึงจะสามารถขยายกำลังการผลิตจนกลายเป็นฐานรากของเศรษฐกิจชุมชนได้ การกระตุ้นให้เกิดการบริโภคจึงต้องเพิ่มคุณค่าให้สินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่าประโยชน์ใช้สอย

ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดทั้งจากมิติทางสังคมวิทยาและเศรษฐศาสตร์ร่วมกันอธิบายปรากฏการณ์การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ซึ่งแนวคิดทางสังคมวิทยาประกอบด้วย แนวคิดด้านวัฒนธรรม การให้คุณค่าต่อสินค้าวัฒนธรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยสกัดเป็นตัวแปร คือ ความเชื่อในคุณค่าของประเพณี ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คุณค่าเชิงสัญญะ ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม อิทธิพลของสื่อมวลชน การตลาดและการโฆษณา และทัศนะและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแนวคิดและนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ คือ คุณค่าของตราสินค้า (Brand Values) โดยสกัดเป็นตัวแปรคุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ การใช้ทัศนะทางเศรษฐศาสตร์ร่วมกับมิติทางสังคมวิทยาจะช่วยให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้อย่างรอบด้านว่า ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเป็นอย่างไร ปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน และปัจจัยใดบ้างมีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน อันอาจช่วยกระตุ้นระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมได้มากกว่าการมองจากเพียงมิติทางสังคมวิทยาเพียงมิติเดียว

วิธีการวิจัย

ประชากรของการศึกษา คือ ผู้บริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรด้วยการใช้สูตร $\frac{P(1-P)(Z^2)}{e^2}$ จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ส่วนการสุ่มตัวอย่างใช้แบบตามสะดวกกับผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนที่จำหน่ายยังวัดโพนชัย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เนื่องจากวัดโพนชัยเป็นสถานที่สำคัญของประเพณีผีตาโขนที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากแม้ไม่ได้อยู่ในช่วงการจัดงานประเพณีก็ตาม (ภาสินี เชื้อบุญมี, 2552) นอกจากนี้ วัดโพนชัยมีพิพิธภัณฑ์ผีตาโขนและร้านค้าจำหน่ายสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนอยู่ภายในอีกด้วย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยสอบถามความสมัครใจในการให้ข้อมูลของผู้บริโภคก่อนเริ่มสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ การทดลองใช้เครื่องมือ (Pretest) ด้วยการเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด เพื่อนำไปทดสอบความเชื่อถือได้โดยการวัดความสอดคล้องภายใน หลังจากนั้น ผู้วิจัยตัดข้อคำถามออกตัวแปรละ 1 ข้อ เพื่อให้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามแต่ละส่วนสูงกว่า 0.7 ซึ่งถือว่ามีค่าค่อนข้างสูง (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและวิเคราะห์สถิติ

การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์สถิติ 3 ประเภท ประเภทแรก คือ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อบรรยายคุณลักษณะของตัวแปรด้วยร้อยละและค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ประเภทถัดมา คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากร ซึ่งเป็นคุณลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ผู้วิจัยต้องการทราบว่าคุณลักษณะด้านประชากรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภค ตัวแปรด้านประชากรประกอบด้วย 9 ตัวแปร คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ศาสนา อาชีพ การศึกษา รายได้ ขนาดครอบครัว และสถานภาพทางสังคม ผู้วิจัยเตรียมข้อมูลเพื่อใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการเปลี่ยนตัวแปรเชิงปริมาณ คือ อายุ รายได้ ขนาดครอบครัว และสถานภาพทางสังคม ให้เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้ และยุบรวมกลุ่มตัวแปรเชิงกลุ่ม คือ สถานภาพสมรส และศาสนา ให้เหลือ 2 กลุ่ม เพื่อให้ความถี่คาดหวังในแต่ละเซลล์มีจำนวนมากพอสำหรับการวิเคราะห์ Chi-Square นอกจากนี้ ผู้วิจัยแสดงระดับความสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์ของ อโนทัย ตรีวานิช (2551) ดังแสดงในตาราง 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงความหมายของค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ Pearson's Contingency Coefficient

ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์	**ความหมาย**
ไม่เกิน 0.20	มีความสัมพันธ์น้อย
ระหว่าง 0.21-0.40	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย
ระหว่าง 0.41-0.60	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
ระหว่าง 0.61-0.90	มีความสัมพันธ์ค่อนข้างมาก
ตั้งแต่ 0.91 ขึ้นไป	มีความสัมพันธ์มาก

(อโนทัย ตรีวานิช, 2551)

การวิเคราะห์ประเภทสุดท้าย คือ การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่า ตัวแปรใดที่มีอิทธิพลกับระดับการบริโภค โดยตัวแปรอิสระจากมิติทางสังคมวิทยาและเศรษฐศาสตร์ประกอบด้วย 8 ตัวแปร คือ ความเชื่อในคุณค่าของประเพณี ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย คุณค่าเชิงสัญญะ ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา และทัศนะและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแนวคิดและนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับระดับการบริโภคร่วมในการวิเคราะห์ คือ อาชีพและสถานภาพทางสังคม ด้วยการสร้างเป็นตัวแปรหุ่น คือ ข้าราชการ พนักงานเอกชน เจ้าของกิจการ เกษตรกร นักเรียนนักศึกษา สถานภาพทางสังคมระดับต่ำ กลาง และสูง ส่วนตัวแปรตาม คือ ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์แรก คือ ศึกษาระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมา บริโภคระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 20.3 และบริโภคระดับต่ำเพียงร้อยละ 16.3 โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคมีการบริโภคเฉลี่ย 3.9 จากคะแนนเต็ม 5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกระดับการบริโภคตามปัจจัยด้านประชากรพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.6 มีอายุเฉลี่ย 31.9 ปี ส่วนใหญ่เป็นโสดและนับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 57.9 และ 95.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่เป็นนักเรียนนักศึกษามีสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26 ขณะเดียวกันผู้บริโภคที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 43.4 และ 42.8 ตามลำดับ ส่วนรายได้ของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 17,680.4 บาทต่อเดือน ขณะที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในครอบครัวที่ไม่ใหญ่นัก มีค่าเฉลี่ย 4.4 คน ต่อครอบครัว ต่อมาเมื่อคำนวณคะแนนสถานภาพทางสังคมจากอาชีพ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 35.8 คะแนน ซึ่งถือได้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคมีสถานภาพทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีความเชื่อในคุณค่าของประเพณีเฉลี่ย 4.3 ผู้บริโภคมีความรักและการสนับสนุนท้องถิ่นเฉลี่ย 4.0 ผู้บริโภคให้คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์เฉลี่ย 4.0 ผู้บริโภคให้คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเฉลี่ย 4.1 ผู้บริโภคให้คุณค่าเชิงสัญญะเฉลี่ย 4.0 ผู้บริโภคมีทัศนะต่อแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเฉลี่ย 4.1 ผู้บริโภคมีอิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณาเฉลี่ย 4.0 ผู้บริโภคมีทัศนะและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแนวคิดและนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เฉลี่ย 4.2 ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ตารางแสดงข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ 1

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความเชื่อในคุณค่าของประเพณี	4.3	0.65
ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น	4.0	0.69
คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์	4.0	0.66
คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย	4.1	0.74
คุณค่าเชิงสัญญะ	4.0	0.70
ทัศนะต่อแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม	4.1	0.69
อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา	4.0	0.69
ทัศนะและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแนวคิดและนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	4.2	0.69

สำหรับผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 คือ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน โดยใช้สถิติ Chi-Square หรือ Exact Test พบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ศาสนา การศึกษา รายได้ และขนาดครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ขณะที่ อาชีพและสถานภาพทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพมีค่า CC เท่ากับ 0.234 จึงถือว่ามีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย ส่วนสถานภาพทางสังคมมีค่า CC เท่ากับ 0.181 ซึ่งถือว่ามีความสัมพันธ์น้อย ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ตารางแสดงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ตามวัตถุประสงค์ 2

ตัวแปร	ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรม				χ^2 (Sig.)	(Exact Test)	CC
	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง	รวม			
อาชีพ							
ข้าราชการ (n=75)	24.0	65.3	10.7	100	22.264		0.234
พนักงานเอกชน (n=100)	9.0	66.0	25.0	100	(.004)	(-)	
เจ้าของกิจการ (n=66)	15.2	62.1	22.7	100			
เกษตรกร (n=37)	35.1	51.4	13.5	100			
นักเรียนนักศึกษา (n=107)	12.1	64.5	23.4	100			

ตาราง 2 ตารางแสดงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ตามวัตถุประสงค์ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรม				χ^2 (Sig.)	(Exact Test)	CC
	ระดับต่ำ	ระดับปานกลาง	ระดับสูง	รวม			
สถานภาพทางสังคม							
ระดับต่ำ [(ไม่เกิน 20 คะแนน) (n=107)]	12.1	64.5	23.4	100	12.993 (.011)	(.011)	0.181
ระดับปานกลาง [(21-40 คะแนน) (n=100)]	9.0	66.0	25.0	100			
ระดับสูง [(ตั้งแต่ 41 คะแนนขึ้นไป) (n=178)]	23.0	61.2	15.7	100			

ส่วนการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน เริ่มจากการทดสอบการแจกแจงปกติ (Test of Normality) พิจารณาจากค่า Kolmogorov – Smirnov Test พบว่ามีค่า 0.51 ซึ่งมากกว่า 0.50 จึงถือว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงปกติ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2553) สำหรับเงื่อนไขอื่นผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ถดถอยทุกข้อ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม คุณค่าเชิงสัญญะ และคุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ นอกจากนี้ นักเรียนนักศึกษามีค่าเฉลี่ยของระดับการบริโภคสูงกว่าอาชีพอื่น จากการพิจารณาค่า R^2 พบว่า ตัวแปรอิสระข้างต้นสามารถอธิบายความผันแปรของระดับการบริโภคได้ร้อยละ 55.2

ตัวแปรแรกที่ส่งผลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน คือ ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนในทางบวก ซึ่งหมายถึง หากความรักและการสนับสนุนท้องถิ่นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน เพิ่มขึ้น 0.163 หน่วยด้วย ตัวแปรถัดมาอิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณามีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนในทางบวก

ซึ่งหมายถึง หากอิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน เพิ่มขึ้น 0.114 หน่วยด้วย ตัวแปรถัดมา ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนในทางบวก ซึ่งหมายถึง หากทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน เพิ่มขึ้น 0.157 หน่วยด้วย ตัวแปรถัดมา คุณค่าเชิงสัญญะมีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนในทางบวก ซึ่งหมายถึง หากคุณค่าเชิงสัญญะ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน เพิ่มขึ้น 0.140 หน่วยด้วย ตัวแปรสุดท้าย คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนในทางบวก ซึ่งหมายถึง หากคุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน เพิ่มขึ้น 0.116 หน่วยด้วย ทั้งนี้ จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม รองลงมา คือ ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น คุณค่าเชิงสัญญะ อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา และคุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน อิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ตามวัตถุประสงค์ 3

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (b)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (beta)	t	*p* value
ค่าคงที่	1.145		8.703	0.000
ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น	0.163	0.210	4.169	0.000
อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา	0.114	0.144	2.799	0.005
ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม	0.157	0.221	4.396	0.000
คุณค่าเชิงสัญญะ	0.140	0.172	3.388	0.001
คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์	0.116	0.143	2.767	0.006
นักเรียนนักศึกษา	0.063	0.074	2.106	0.036

$R = 0.743$, $R^2 = 0.552$, SEE = 0.260, $F = 77.677$, Sig. of F = 0.000

การอภิปรายผล

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนกับตัวแปรต่าง ๆ พบว่า อาชีพและสถานภาพทางสังคม มีความสัมพันธ์กับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน โดยอาชีพมีความสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย และสถานภาพทางสังคมมีความสัมพันธ์น้อย การที่อาชีพมีความสัมพันธ์กับการบริโภค เนื่องจากหากผู้บริโภคมีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย (Kotler & Armstrong, 2015) เช่น ผู้บริโภคที่เป็นนักธุรกิจอาจนิยมซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี แม้มีราคาสูงก็บริโภคได้ แต่หากเป็นครูก็อาจบริโภคสินค้าที่มีความอนุรักษ์นิยมมากกว่า ส่วนการที่สถานภาพทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการบริโภค เนื่องจากผู้บริโภคที่มีสถานภาพทางสังคมในระดับเดียวกันจะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมการบริโภคที่ใกล้เคียงกัน แต่หากผู้บริโภคมรสถานภาพทางสังคมต่างกันก็จะมีพฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกัน (Kotler & Armstrong, 2015) อย่างไรก็ตาม ตัวแปรอาชีพและตัวแปรสถานภาพทางสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนมี 5 ตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม คุณค่าเชิงสัญญะ และคุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ ตัวแปรเหล่านี้มีอิทธิพลในทางบวกกับระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ยิ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประเด็นเหล่านี้มาก ก็จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเพิ่มมากขึ้น ส่วนนักเรียนนักศึกษาเป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยของระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนสูงกว่าผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพอื่น แต่ไม่มีอิทธิพลกับระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตัวแปรที่ 1 ที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภค คือ ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่น ซึ่งหมายถึง ความผูกพันที่มนุษย์มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในท้องถิ่น เช่น ผู้คน ข่าวสาร และวัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้ การใช้วัฒนธรรมประเพณีผีตาโขนเป็นทุนในการสร้างสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการบริโภค เช่น ของที่ระลึกหรือสินค้าที่สื่อความหมายต่อประเพณีผีตาโขน จึงส่งผลให้ผู้บริโภคที่รู้สึกผูกพันกับท้องถิ่นด่านซ้ายจะรู้สึกผูกพันกับสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนด้วย (ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, 2558) ทั้งนี้ สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนจะช่วยให้ประเพณีผีตาโขนเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากการบริโภคสินค้าหรือการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และเศรษฐกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็งรวมทั้งเกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

ตัวแปรที่ 2 ที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภค คือ อิทธิพลของสื่อมวลชนการตลาดและการโฆษณา ซึ่งหมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการโฆษณาสินค้าทั้งในรูปแบบทั่วไป การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง และการสร้างตราสินค้า กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคเสพข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนจะส่งผลให้เกิดการบริโภคขึ้น (Kotler & Keller, 2016) ดังนั้น หากผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนอย่างสอดคล้องและต่อเนื่อง ก็จะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเพิ่มมากขึ้นด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนผ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และเวบไซด์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอันจะส่งผลดีต่อ

การบริโภค นอกจากนี้ การใช้แนวทางการตลาด เช่น การสร้างตราสินค้า (Brand) กลยุทธ์ราคา การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การแถลงข่าวเปิดตัวสินค้า กลยุทธ์ปากต่อปาก การโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนอันจะส่งผลต่อระดับการบริโภคสินค้าที่มากขึ้นได้ในที่สุด

ตัวแปรที่ 3 ที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภค คือ ทัศนะของผู้บริโภคต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนสิ่งที่จับต้องไม่ได้ให้กลายเป็นสินค้าเพื่อครอบงำมวลชน อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะทำให้สินค้ามีความหลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกมีอิสระในการเลือกที่จะบริโภค โดยผู้บริโภคจะเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการบริโภคสินค้า เมื่อผู้บริโภคมีทัศนะต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรมในทางบวกจะส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเพิ่มสูงขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) ด้วยเหตุนี้ สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนจึงควรมีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนะที่ดีกับการมีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมยังมีแนวคิดต่อการนำคุณค่าความหมายและวัฒนธรรมมาผลิตเป็นสินค้า ด้วยการทำให้สินค้ามีมาตรฐานการผลิต ซึ่งจะทำให้สินค้าแต่ละชิ้นไม่ว่าจำหน่ายที่ใดก็จะไม่มีความแตกต่างกัน (เกษม เพ็ญภินันท์, 2552) แนวคิดนี้เน้นการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ว่า สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยในกระบวนการผลิตอันจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) ดังนั้น การที่ผู้บริโภครับรู้ว่าสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนใช้แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นว่า สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนทุกชิ้นมีคุณภาพ อันส่งผลให้ระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเพิ่มสูงขึ้นได้

ตัวแปรที่ 4 ที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภค คือ คุณค่าเชิงสัญญะ ซึ่งหมายถึง การสร้างคุณค่าความหมายที่ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกแตกต่างจากผู้อื่นเมื่อบริโภคสินค้า เมื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าในฐานะสัญญะแล้ว ผู้บริโภคจะสร้างความหมายที่แตกต่างจากผู้อื่นให้เกิดขึ้นกับจิตใจและจิตวิญญาณของตน (Baudrillard, 1998) เมื่อสินค้าวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่เชื่อมโยงกับคุณค่าความหมายมากกว่าคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย สัญญะในสินค้าวัฒนธรรมจึงมีความชัดเจนมากกว่าที่ปรากฏในสินค้าทั่วไป นอกจากนี้ ตัวสัญญะเองก็จะสามารถสร้างสัญญะให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นอิสระจากตัวสินค้า เช่น ตัวตน (Self) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ตัวตนที่ผู้บริโภคเป็นจริง ๆ และตัวตนที่ผู้บริโภคอยากจะเป็น นอกจากนี้ สัญญะสามารถสร้างความหมายที่มากกว่าประโยชน์ใช้สอยให้เกิดขึ้นได้ อันส่งผลให้เกิดการบริโภค (Baudrillard, 1968) ด้วยเหตุนี้ เมื่อคุณค่าเชิงสัญญะของสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนมีค่าสูงขึ้น จึงส่งผลให้การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคให้คุณค่าความหมายที่มากกว่าประโยชน์ใช้สอยของสินค้านั้น หรือผู้บริโภคจะให้ความหมายกับความเป็นนามธรรมที่แฝงอยู่ในสินค้าเพื่อเชื่อมโยงกับตัวตนของผู้บริโภค คุณค่าเชิงสัญญะจึงกลายเป็นคุณค่าหลักที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ มากกว่าจะคำนึงว่าสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนมีประโยชน์ใช้สอยจริง ๆ อย่างไร

เมื่อสัญญะเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อระดับการบริโภคจึงควรมุ่งเน้นสร้างคุณค่าเชิงสัญญะให้เกิดขึ้นกับสินค้ามากกว่าการเน้นสื่อสารคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยแก่ผู้บริโภค เช่น การส่งเสริมให้สินค้ามีคุณค่าความหมายของประเพณีผีตาโขน การกำหนดราคาให้เหมาะสมกับความหมายสัญญะที่ผู้บริโภคให้ต่อสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ด้วย

การไม่ตั้งราคาตามประโยชน์ใช้สอยของสินค้า แต่อ้างอิงจากคุณค่าเชิงสัญญะของประเพณีผีตาโขน ส่วนสถานที่จัดจำหน่าย เช่น ร้านค้าควรอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมและอาจตบแต่งร้านให้มีบรรยากาศของประเพณีผีตาโขน อันจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์ความรู้สึกและให้ความหมายกับสินค้า จนนำไปสู่การบริโภคสัญญะที่แฝงในสินค้าในที่สุด

นอกจากนี้ การสร้างคุณค่าความหมายของผีตาโขนผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสอดคล้องและต่อเนื่อง หรือการประยุกต์ใช้กับตัวแปรที่ 2 ที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ซึ่งก็คืออิทธิพลของสื่อมวลชน การตลาดและการโฆษณา จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมโยงสัญญะกับสินค้าได้ง่ายขึ้น การสร้างสัญญะให้เกิดขึ้นกับสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนทำได้โดย การสร้างเวบไซต์เผยแพร่เรื่องราวของผีตาโขนอย่างเป็นทางการ การตั้งแฟนเพจเฟซบุค การประชาสัมพันธ์ประวัติความเป็นมาและคุณค่าความหมายของวัฒนธรรมผีตาโขนผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ท่าอากาศยานในสนามบิน ป้ายเข้าสู่จังหวัดเลย ช่องทางสื่อสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โบรชัวร์ท่องเที่ยวที่วางตามโรงแรมที่พักต่าง ๆ รายการข่าว สารคดี เกมโชว์ รายการนำเที่ยว ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น จากที่ได้กล่าวมาเป็นแนวทางการสร้างความรับรู้และเข้าใจต่อวัฒนธรรมผีตาโขน อันส่งผลให้เกิดการเข้ารหัสกลายเป็นสัญญะที่สร้างมูลค่าได้ในที่สุด

ตัวแปรที่ 5 ซึ่งเป็นตัวแปรสุดท้ายที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภค คือ คุณค่าเชิงเศรษฐศาสตร์ ซึ่งหมายถึง การสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในทัศนะของผู้บริโภค การบริโภคเชิงเศรษฐศาสตร์จะให้ความสนใจต่อการตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค (นรชิต จิรสัทธรรม, 2553) อาจกล่าวได้ว่าคุณค่าชนิดนี้เป็นการตอบสนองต่อความอยากหรือกิเลสของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจหลังจากความต้องการได้รับการตอบสนอง ความต้องการตามทัศนะทางเศรษฐศาสตร์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ ความต้องการทางร่างกายและความต้องการทางจิตวิทยา โดยความต้องการทางร่างกายหมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้านั้นในทางกายภาพ ส่วนความต้องการจิตวิทยา คือ การตอบสนองต่อความรู้สึกภายในจิตใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) ดังนั้น คุณค่าทางเศรษฐศาสตร์จึงพยายามตอบสนองต่อความต้องการทั้ง 2 ประเภท สินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนจึงควรมีความหลากหลาย ทั้งประเภทของสินค้า รูปแบบ และประโยชน์ใช้สอย เพื่อให้สินค้ามีประโยชน์ใช้สอยจริง ๆ และยังตอบสนองต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคเมื่อซื้อและใช้สินค้า

สำหรับตัวแปรนักเรียนนักศึกษาที่ผลการศึกษา พบว่า มีระดับการบริโภคสูงกว่าอาชีพอื่นนั้น หมายความว่า หากนักเรียนนักศึกษาเป็นกลุ่มมีความสำคัญต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kaplan, Yurt, Guneri & Kurtulus (2010), Sung & Tinkham (2005), Milas & Mlačić (2007) ที่อธิบายว่า นักเรียนนักศึกษาถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อและมีความสำคัญหากศึกษาเกี่ยวกับการบริโภค ดังนั้น การศึกษาประเด็นด้านการบริโภคกับกลุ่มอาชีพอื่น อาจได้ผลการศึกษาที่ไม่ชัดเจนเท่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษา นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคหลายเรื่องก็มักใช้นักเรียนนักศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่าง เช่น การศึกษาของ Asshidin, Abidin & Borhan (2016), Erdil (2015) และ Rossi, Borges & Bakpayev (2015) ดังนั้น หากผู้บริโภคเป็นนักเรียนนักศึกษาแล้วจึงเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญและมีระดับการบริโภคที่สูงกว่าผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพอื่น

สำหรับตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ ความเชื่อในคุณค่าของประเพณี คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย และทัศนะและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแนวคิดและนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การที่ตัวแปรความเชื่อในคุณค่าของประเพณีไม่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน อาจเป็นเพราะผู้บริโภคไม่มีความรู้ต่อคุณค่าของประเพณีผีตาโขนอย่างเพียงพอ การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นไม่ได้หมายความว่า ผู้บริโภคให้คุณค่าสูงกับประเพณีผีตาโขน แต่ซื้อสินค้าเนื่องจากเหตุผลอื่นดังที่ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็น เช่น ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้าผีตาโขนมีความเชื่อมโยงกับท้องถิ่นด่านซ้าย และการที่ผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

ส่วนการที่คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยไม่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนนั้น อาจเกิดจากผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยของสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน หรือผู้บริโภคไม่คิดจะนำสินค้าไปใช้งานจริง ๆ เช่น ผู้บริโภคไม่ได้คิดจะใช้ปากกาผีตาโขนในการเขียนเอกสาร และผู้บริโภคไม่ได้คิดจะใช้แก้วผีตาโขนในการดื่มน้ำ แต่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงคุณค่าความหมายที่ได้จากการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนแม้จะไม่ได้ใช้งานสินค้านั้นจริง ๆ ก็ตาม และตัวแปรสุดท้าย คือ ทัศนะและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อแนวคิดและนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน อาจเกิดจาก ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนไม่ได้ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่นดังแสดงในผลการศึกษา นอกจากนี้ ผู้บริโภคอาจคิดว่าสินค้าที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตมักมีราคาสูงก็อาจทำให้ผู้บริโภคไม่ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้

จากผลการศึกษาทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า มิติเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ คุณค่าตราสินค้าไม่เพียงพอต่อการอธิบายเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมได้ครบถ้วน การทำความเข้าใจกับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมจึงควรใช้แนวคิดซึ่งบูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง เช่น สังคมวิทยาและเศรษฐศาสตร์เข้าด้วยกัน จึงสามารถให้คำตอบกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้ชัดเจนครอบคลุมขึ้น สำหรับผลการศึกษามีประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายของอำเภอด่านซ้าย เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และร้านค้าปลีก ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชนด่านซ้ายและอาจลดการย้ายถิ่นฐานเพื่อทำงานในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานครได้อีกด้วย นอกจากนี้ จากผลการศึกษาที่พบว่า ความรักและการสนับสนุนท้องถิ่นและคุณค่าเชิงสัญญะ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อระดับการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขน หน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัดเลยจึงควรกำหนดนโยบายที่สนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดความผูกพันกับสิ่งต่าง ๆ ในด่านซ้าย ด้วยการสื่อสารอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางต่าง ๆ ว่าประเพณีผีตาโขนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและทรงคุณค่า อันน่าจะรักษาไว้เป็นสมบัติของชาติ การกระทำดังกล่าวนี้จะช่วยส่งผลต่อการให้คุณค่าความหมายและการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมผีตาโขนของผู้บริโภคให้เพิ่มสูงขึ้นได้

บรรณานุกรม

กระทรวงวัฒนธรรม. (2552). *แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2550-2559.* กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2553). *สถิติสำหรับงานวิจัย.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาคพิมพ์.

กุลภพ โพธิ์กิ่ง. (2554). *ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขนที่มีต่อชุมชนในเทศบาลตำบลด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เกษม เพ็ญภินันท์. (2552). ความโกลาหลของวัฒนธรรมศึกษา. ใน สุวรรณา เกรียงไกรเพ็ชร์ (บรรณาธิการ). *ความโกลาหลของวัฒนธรรมศึกษา.* (หน้า 10-105). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

จอมพงศ์ มงคลวนิช และคณะ. (2554). *สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมสู่การเพิ่มมูลค่าภายใต้บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา.* กรุงเทพฯ: สถาบันวิศวกรรมการพิมพ์ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสยาม.

จุลดิษฐ อุปฮาต. (2553). *ยุทธศาสตร์การพัฒนางานศิลปหัตถกรรมการประดิษฐ์หน้ากากผีตาโขนของชุมชนอำเภอด่านซ้าย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.

เดลินิวส์. (2557). *วธ.ผุดศูนย์อุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทย.* ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2557, จาก http://www.dailynews.co.th/Content/education/237664/วธ.ผุดศูนย์อุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทย

ธนิก เลิศชาญฤทธ์. (2554). *การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม.* กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.* พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ: บิสสิเนสอาร์แอนด์ดี.

นรชิต จิรสัทธรรม. (2553). *โพสต์โมเดิร์นกับเศรษฐศาสตร์: บทวิพากษ์สมมุติฐานความมีเหตุมีผลทางเศรษฐศาสตร์.* กรุงเทพฯ: วิภาษา.

นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย. (2549). อดอร์โนกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม: กรณีศึกษาเพลงสมัยนิยม (Popular Music). (หน้า 81-126) ใน ฐิรวุฒิ เสนาคำ (บรรณาธิการ). *เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อบ.* กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้งเฮาส์.

ภาสินี เชื้อบุญมี. (2552). *การบริหารจัดการงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขนเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอด่านซ้ายจังหวัดเลย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2546). *ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลกเล่ม 1.* กรุงเทพฯ: มติชน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์. **ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ. (2558). *การกลับมาของท้องถิ่นนิยม.* ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, จาก http://www.tcdc.or.th/src/5420**

สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน. (2555). เซรามิกผีตาโขน: ปั้นแต่ง"ตัวตนอีสาน" สู่งานสินค้าวัฒนธรรม. *จดหมายข่าวสถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสานมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 1*(3), 11-12.

สมสุข หินวิมาน. (2548). *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อโนทัย ตรีวานิช. (2551). *คู่มือการใช้โปรแกรม SPSS for Windows.* ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.

อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2555). *ถกความคิดสังคมศาสตร์ในสังคมไทย.* เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกจิตรา คำมีศรีสุข. (2547). *ความสัมพันธ์ของทุนวัฒนธรรมกับทุนนิยม: สะท้อนภาพจากการประกวดนางสาวไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Asshidin, N.H.N., Abidin, N. and Borhan, H.B. (2016). Perceived Quality and Emotional Value that Influence Consumer's Purchase Intention towards American and Local Products. *Procedia Economics and Finance, 35***,** 639-643.

Baudrillard, J. (1968). *The System of Objects.* (Benedict, J. Tran). London: Verso.

Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures.* London: SAGE.

Erdil, T. S. (2015). Effects of Customer Brand Perceptions on Store Image and Purchase Intention: An Application in Apparel Clothing**.** *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *207***,** 196-205.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education, Ind.

Kaplan, M.D., Yurt, O., Guneri, B. & Kurtulus, K. (2010). Branding Places: Applying Brand Personality Concept to Cities. *European Journal of Marketing, 44***,** 1286-1304.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing.* (Tuntiwongwanit, W., Niruttikul, N. , Loawphatjun, S., Promphet, P., Ghamdan, N. & Taweephaibulwong, J., Trans.). Bangkok: Siam Books.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson.

Milas, G. & Mlacic, B. (2007). Brand Personality and Human Personality: Findings from Ratings of Familiar Croatian Brands. *Journal of Business Research,60***,** 620-626.

Rossi, P., Borges, A. & Bakpayev, M. (2015). Private Labels versus National Brands: The Effects of Branding on Sensory Perceptions and Purchase Intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services, 27***,** 74-79.

Sung, Y. & Tinkham, S.F. (2005). Brand Personality Structures in the United States and Korea: Common and Culture-Specific Factors. *Journal of Consumer Psychology, 15***,** 334-350.

Teen Mothers: Problems and Practices in the Family at Khon Kaen Province*

แม่วัยรุ่น: ปัญหาและปฏิบัติการในครอบครัวในจังหวัดขอนแก่น

Ampai Muensit[1], Maniemai Thongyou[2], Patcharin Lapanun[3]

Center for Research on Plurality in the Mekong Region (CERP)
Faculty of Humanities and Social Sciences, KhonKaen University, Thailand
[1]E-mail: mummy2514@gmail.com, [2]E-mail: maniemai@gmail.com, [3]E-mail: lapanun@gmail.com

Abstract

Many studies show that teens who become mothers are powerless and face numerous pressures. This paper views teen mothers as human agencies who continue struggling to overcome difficulties in their everyday life without surrendering to the dominating socio-cultural structure. The paper focuses on teen mothers' problems and practices in their families. Nineteen teen mothers living in Khon Kaen province participated in this study. The data were analyzed under the framework of the practice of everyday life of Pierre Bourdier. Qualitative research methodology was employed in the study. The data were collected by recording the participants' life histories together with in-depth interviews and observation. Content analysis was used to analyze the data. The findings show that teen mothers faced unacceptance and bias from their family and the family of their boyfriend, often leading to quarrels. In response they used certain kind of habitus, including "being patient and having a happy outlook", in order to handle the situations under their individual capital. This included the use of cultural capital, including "sin-merit," "doctor's decision" and symbolic capital, including "a child", to negotiate with the family in order to be recognized. This paper thus argues that under limited resources, teen mothers were able to use their habitus, cultural capital and symbolic capital to negotiate with other family members for their social position and to transform their status from "victim" to "agency."

Keywords: capital, habitus, problems management, negotiation, teen mother

---

* This paper is a part of the dissertation on "Motherhood Practices of Teen Mothers", Ph.D Program in Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand. The author would like to thank the Center for Research on Plurality in the Mekong Region (CERP) for their support for research and this paper presentation.
[1] Doctoral Student in Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand.
[2] Center for Research on Plurality in the Mekong Region, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand.
[3] Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand.

บทคัดย่อ

เมื่อวัยรุ่นกลายเป็นแม่มักจะได้รับการสะท้อนให้เห็นภาพในแง่มุมของ “ผู้ถูกกระทำ” ที่ประสบปัญหาและความยากลำบาก แต่การศึกษาครั้งนี้ต้องการเสนอภาพแม่วัยรุ่นในฐานะของ “ผู้กระทำการ” ที่มิได้ยอมจำนนต่อการครอบงำของโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแม่วัยรุ่นในครอบครัวในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น จำนวน 19 คน ด้วยการบันทึกประวัติชีวิต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาภายใต้กรอบแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) พบว่า เมื่อวัยรุ่นกลายเป็นแม่ต่างต้องประสบปัญหาการไม่ยอมรับและอคติทั้งจากครอบครัวของตัวเองและครอบครัวของสามี การทะเลาะเบาะแว้งระหว่างสามีภรรยา แม้ตกอยู่ในภาวะของความยากลำบาก แม่วัยรุ่นหาได้ย่อท้อต่อปัญหาที่เกิดขึ้น แต่พยายามจัดการและต่อรองกับบริบทแวดล้อมเพื่อคลี่คลายปัญหาที่เผชิญ โดยอาศัยฮาบิตุส ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ที่ครอบครองอยู่เพื่อการขับเคลื่อนปฏิบัติการต่างๆ อย่างมีพลัง ได้แก่ การใช้ฮาบิตุสในลักษณะ “อดทน...มองโลกในแง่ดี” ทุนทางวัฒนธรรม “บาป-บุญ” และ “คำวินิจฉัยของแพทย์” ตลอดจนทุนทางสัญลักษณ์ “ลูก” ในการต่อรองและจัดการกับปัญหาต่างๆ โดยไม่ยอมรับสภาพของการครอบงำเพียงฝ่ายเดียว บทความนี้จึงเสนอว่า ในสถานการณ์ที่แม่วัยรุ่นมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร แม่วัยรุ่นได้ใช้ฮาบิตุส ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสัญลักษณ์ ในการต่อรองกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อการมีตำแหน่งแห่งที่ในสังคม ตลอดสามารถพลิกสถานการณ์ของตนเองจาก “ผู้ถูกกระทำ” ให้กลายเป็น “ผู้กระทำการ”

คำสำคัญ: ทุน, ฮาบิตุส, การจัดการปัญหา, การต่อรอง, แม่วัยรุ่น

1. บทนำ

"แม่วัยรุ่น" เป็นปรากฏการณ์เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในภูมิภาคต่างๆ ของโลกรวมถึงประเทศไทย (World Health Organization, 2013) การคลอดบุตรของวัยรุ่นไทยที่มีอายุระหว่าง15-19 ปี มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย, 2559) เมื่อวัยรุ่นต้องกลายเป็นแม่ที่ส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจ จึงนำมาซึ่งผลกระทบต่อชีวิตหลายประการ ได้แก่ การสูญเสียโอกาสทางการศึกษา ประสบกับภาวะความยากจน การขาดวุฒิภาวะของความเป็นแม่ และความแตกแยกในครอบครัว นอกจากนี้แม่วัยรุ่นบางคนยังต้องเผชิญกับการไม่ยอมรับจากสังคม แม้แต่ในครอบครัวของตนเอง รวมถึงครอบครัวของฝ่ายชายจากการตั้งครรภ์นอกการสมรส (ทองพูล บัวศรี, 2556; ภัทรภร ยอดนครจง, 2551)

แม้จะตกอยู่ในสภาวะที่ยากลำบาก แม่วัยรุ่นบางคนได้พยายามจัดการกับปัญหาที่เผชิญโดยไม่ได้ยอมพ่ายแพ้ต่อโชคชะตาด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่ การพยายามทำงานหารายได้มาจุนเจือค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว ตลอดจนมีการวางแผนเพื่ออนาคตของลูก เช่น การเก็บออมรายได้ การไปศึกษาต่อเพื่อจะได้มีงานที่ดี เพื่อจะได้เลี้ยงลูกและพึ่งพาตัวเองได้ ดังการศึกษาของปัญจภรณ์ ยะเกษม และ พัชราภัณฑ์ ไชยสังข์ (2557) รวมถึง ศิริพร จิรวัฒน์กุล และคณะ (2555) การดิ้นรนพยายามดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าแม่วัยรุ่นมิได้เป็นเพียง "ผู้ถูกกระทำ" (victim) แต่เป็น "ผู้กระทำการ" (agency) ที่สามารถต่อสู้ต่อรองกับระบบของสังคมและวัฒนธรรมที่ครอบงำโดยมิได้ยอมจำนนอย่างราบคาบ เพื่อการมีตัวตนอยู่ในสังคมอย่างมีศักดิ์ศรีของความเป็นแม่และความเป็นมนุษย์

บทความวิจัยนี้ต้องการนำเสนอภาพของแม่วัยรุ่นในฐานะของ "ผู้กระทำการ" ที่สามารถจัดการกับปัญหารวมถึงการต่อรองกับโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่กดทับในครอบครัวที่อยู่อาศัย ภายใต้ขอบเขตของฮาบิตุส (ระบบความโน้มเอียงเชิงอุปนิสัย) และทุนที่ถือครองอยู่เป็นฐานในการ "กระทำการ" ดังกล่าว โดยมีคำถามที่มุ่งค้นหาว่า แม่วัยรุ่นผู้อ่อนด้อยสามารถนำฮาบิตุสและทุนที่ครอบครองมาใช้ในปฏิบัติการต่อสู้ต่อรองกับบริบทของครอบครัวท่ามกลางความกดดันและกดทับจากการกลายเป็นแม่เพื่อพลิกสถานการณ์ให้กลับกลายเป็นผู้กระทำการได้อย่างไร โดยวัตถุประสงค์สำคัญของบทความนี้ คือ เพื่อศึกษาปัญหาและปฏิบัติการใช้ชีวิตประจำวันของแม่วัยรุ่นในครอบครัว

2. แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

บทความนี้มุ่งทำความเข้าใจปัญหาและปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของแม่วัยรุ่นในครอบครัว โดยใช้แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (practice of everyday life) ของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งในมุมมองของ Bourdieu (1977; 1990) "ปฏิบัติการ" (practice) เป็น "ยุทธวิธี" (strategy) ที่มนุษย์ใช้ในการดิ้นรนต่อสู้กับกับกฎ ระเบียบ กติกาต่างๆ เพื่อแสวงหาตำแหน่งแห่งที่ของตนในสังคม เช่นเดียวกับกรณีของแม่วัยรุ่นที่ต้องการการยอมรับจากสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากครอบครัวที่อยู่อาศัย โดย

ปฏิบัติการเป็นผลลัพธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างทุน (capital) ฮาบิตุส (habitus) และสนาม (field)[4] อันเป็นพื้นที่หรืออาณาบริเวณของการต่อสู้เพื่อการครอบครองหรือเข้าถึงทรัพยากรที่มีคุณค่า ดังนั้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของปฏิบัติการเพื่อไปสู่ตำแหน่งแห่งที่ในสนามทางสังคมจะมีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับฮาบิตุสและทุนของแต่ละปัจเจกที่มีอยู่ก่อนหน้านี้หรือจากการสะสมเพิ่มเติม (Bourdieu, 1977; 1990; Swartz, 1997)

"ฮาบิตุส[5]" ในทัศนะของ Bourdieu หมายถึง ระบบของความโน้มเอียงต่างๆ ที่กำหนดทิศทางหรือขอบเขตการกระทำของบุคคล ซึ่งได้มาโดยผ่านกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมที่ปลูกฝังค่านิยมและวิธีคิดต่างๆ (Bourdieu, 1977; สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

ในส่วนของ "ทุน" Bourdieu มองว่า ทุนเปรียบเหมือนพลังทางสังคม (social power) ที่สามารถดำรงอยู่ในรูปแบบที่หลากหลายภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จึงได้จำแนกทุนออกเป็น 4 ประเภท คือ ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ทุนทางสังคม (social capital) และ ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) แม้ว่าทุนมีรูปแบบที่หลากหลาย แต่ทุนเหล่านี้ไม่ได้เป็นอิสระอย่างสิ้นเชิงต่อกัน สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองจากทุนรูปแบบหนึ่งไปสู่ทุนอีกรูปแบบหนึ่งได้ โดยในปฏิบัติการเพื่อตำแหน่งแห่งที่ของปัจเจกภายในสนามต่างๆ ผู้กระทำการจะอยู่ในตำแหน่งแห่งที่ที่กำหนดโดยทุนต่างๆ ซึ่งผู้กระทำการนั้นถือครองอยู่และสัมพันธ์กับผู้คนอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม การเลือกกระทำในปฏิบัติการนั้นเป็นผลสืบเนื่องจากอิทธิพลของแรงผลักดันภายในสนามหนึ่งๆภายใต้ระบบฮาบิตุสชุดหนึ่งของแต่ละคนที่เป็นตัวชี้นำแนวทางการกระทำของบุคคล (Bourdieu, 1986; Swartz, 1997)

บทความนี้สนใจถึงปัญหาและปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของแม่วัยรุ่นในครอบครัว[6] โดยมุ่งอธิบายให้เห็นถึงการใช้ฮาบิตุสและทุนในการจัดการกับปัญหา รวมถึงต่อรองกับโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมในครอบครัวของแม่วัยรุ่น เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าในสภาวะวิกฤตของชีวิต แม่วัยรุ่นผู้มิยอมจำนนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น ใช้ฮาบิตุส

---

[4] "field" ในแนวคิดของปิแอร์ บูร์ดิเยอ ถูกแปลเป็นศัพท์ภาษาไทยแตกต่างกันไป เช่น สุภางค์ จันทวานิช และ รุ้งนภา ยรรยงเกษมสุข (2549) ใช้คำว่า "ขอบเขตพื้นที่" คำว่า "วงการ" ถูกใช้โดย สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553) ในขณะที่ ฐานิดา บุญวรรโณ. (2557) และ ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข (ปิแยร์ บูร์ดิเยอ, 2550) ใช้คำว่า "สนาม" นอกจากยังมีศัพท์ภาษาไทยอื่นๆ ที่ถูกใช้โดยนักวิชาการ ได้แก่ อาณาบริเวณ ปริมณฑล แวดวง เป็นต้น สำหรับบทความนี้เลือกใช้คำว่า "สนาม" เพื่อสื่อถึงพื้นที่ที่มีความขัดแย้งและมีการต่อสู้ในเชิงสัญลักษณ์ภายใต้พื้นที่ทางสังคม (social space)

[5] "habitus" ตามแนวคิดของปิแอร์ บูร์ดิเยอ ยังไม่มีข้อยุติในการใช้ศัพท์ภาษาไทยซึ่งมีนักวิชาการเสนอไว้ เช่น นพพร ประชากุล เสนอ "นิจภาพ" ซึ่งสื่อความหมายตามตัวอักษรว่า สภาพที่ดำรงอยู่ในลักษณะสม่ำเสมอ (ปิแยร์ บูร์ดิเยอ, 2550) ในขณะที่วีระ สมบูรณ์ เสนอคำว่า "แนวจริต" ซึ่งใกล้เคียงกับสุภางค์ จันทวานิช ซึ่งได้เสนอคำว่า "จริต" เพราะคำนี้อยู่ระหว่างคำว่า นิสัย และคำว่า สันดาน habitus ไม่ใช่นิสัยเพราะเป็นมากกว่านิสัย เนื่องจากฝังลึกอยู่ในระดับจิตไร้สำนึกของคน แต่ habitus ไม่ใช่สันดาน เพราะคำว่าสันดานส่อถึงลักษณะที่มีคุณสมบัติในทางลบ แต่ habitus มิได้มีคุณสมบัติในทางลบ แต่ habitus หมายความถึงจริตที่บุคคลได้สั่งสมลงไปในตนเองโดยไม่รู้ตัว เป็นแนวทางที่จะประพฤติปฏิบัติ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะเสนอคำแปล "จริต" แต่อย่างไรก็ตาม ในหนังสือทฤษฎีสังคมวิทยาของสุภางค์ จันทวานิช (2554) รวมถึงผลงานของนักวิชาการไทยอื่นๆ อาทิ ฐานิดา บุญวรรโณ (2557) ก็ยังคงใช้ทับศัพท์ว่า ฮาบิตุส ในขณะที่สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต (2553) ใช้ทับศัพท์ว่า ฮาบิทัส ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการใช้ทับศัพท์สื่อความหมายได้เข้าใจชัดเจนกว่าคำแปลในภาษาไทย ดังนั้นในบทความนี้จึงขอยังไม่แปลคำว่า habitus แต่ขอใช้ทับศัพท์ว่า ฮาบิตุส เช่นเดียวกับสุภางค์ จันทวานิช และ ฐานิดา บุญวรรโณ

[6] ตามแนวคิดของปิแอร์ บูร์ดิเยอ ครอบครัว เป็น "สนาม (field)" ที่มีความขัดแย้งและมีการต่อสู้ แข่งขัน แย่งชิงเพื่ออำนาจ เพื่อการมีที่ยืน มีตำแหน่ง รักษาตำแหน่ง รวมถึงเปลี่ยนตำแหน่งด้วย

และทุนที่ครอบครองในปฏิบัติการต่อสู้ต่อรองกับโครงสร้างที่กดทับในครอบครัวอย่างไร จึงทำให้ “ผู้ถูกกระทำ” กลับกลายเป็น “ผู้กระทำการ” ที่มีศักยภาพในการต่อสู้รับมือกับโครงสร้างที่ครอบงำเพื่อแสดงความมีตัวตนในสังคม

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method) โดยใช้วิธีการวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) หน่วยในการวิเคราะห์มี 2 ระดับ คือ ระดับปัจเจกบุคคล และระดับครัวเรือน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ (interview) ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาและปฏิบัติการในครอบครัวของผู้ให้ข้อมูลแต่ละคนๆ ละประมาณ 2-3 ครั้งๆ ละประมาณ 1ชั่วโมง ร่วมกับการบันทึกประวัติชีวิต (life history) และทำการสังเกต (observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการเลี้ยงดูลูก ความสัมพันธ์ของแม่วัยรุ่นกับสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม – ตุลาคม 2558 ตลอดจนตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการแบบสามเส้า (triangulation) คือ การตรวจสอบข้อมูลจากเวลา สถานที่ บุคคลที่แตกต่างกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ตามกรอบแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (practice of everyday life) ของปิแอร์ บูร์ดิเยอ พื้นที่ในการวิจัย คือ เขตเมืองและชนบทของจังหวัดขอนแก่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย กลุ่มเป้าหมายหลักในการศึกษา คือ แม่วัยรุ่นที่มีบุตรเมื่อมีอายุระหว่าง 15-19 ปี โดย ณ เวลาที่ทำการศึกษามีอายุไม่เกิน 24 ปี จำนวน 19 คน โดยเลือกแบบเจาะจงจากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุขในเบื้องต้น แล้วจึงคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ดังกล่าวข้างต้น

4. ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ 4.1 บริบทครอบครัวของแม่วัยรุ่น 4.2 ปัญหาในครอบครัวของแม่วัยรุ่น และ 4.3 ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของแม่วัยรุ่นในครอบครัว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 บริบทครอบครัวของแม่วัยรุ่น

บริบทครอบครัวของแม่วัยรุ่น แบ่งตามลักษณะการอยู่อาศัยของแม่วัยรุ่น เนื่องจากการอยู่อาศัยในครอบครัวเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่ส่งผลต่อปัญหาและปฏิบัติการของแม่วัยรุ่น โดยลักษณะการอยู่อาศัยของแม่วัยรุ่นแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1) **กลุ่มที่อยู่อาศัยกับครอบครัวของฝ่ายตนเอง** คือ แม่วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ร่วมกับพ่อแม่พี่น้องของตนเอง (แอน ฝน เค้ก มิน ไก่ โบ ฟ้า เอ็ม อึ่ง อาร์) หรืออยู่กับญาติ เช่น ตายายของตนเอง (มด หนิง) รวม 12 คน ขณะคลอดบุตรมีอายุระหว่าง 17-19 ปี กลุ่มนี้เกือบทั้งหมดตั้งครรภ์ก่อนการสมรสและในขณะกำลังเรียนหนังสือ มีเพียงคนเดียวที่ตั้งครรภ์หลังการสมรส อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีแม่วัยรุ่น 2 คนเลิกกับพ่อของลูกคนแรก และเป็นที่น่าสังเกตว่าแม่วัยรุ่นกลุ่มนี้มีอาชีพและรายได้เป็นของตนเองมากกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากรายได้ที่ไม่สูงมากนัก จึงส่งผลให้ฐานะทางเศรษฐกิจของกลุ่มนี้อยู่ในระดับยากจนถึงปานกลางระดับล่าง

2) กลุ่มที่อยู่อาศัยกับครอบครัวของฝ่ายสามี คือ แม่วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ร่วมกับพ่อแม่พี่น้องของสามี (พลอย วรรณ บัว) หรืออยู่กับญาติ เช่น ปู่ย่าของสามี (แพรว) มีจำนวน 4 คน ขณะคลอดบุตรมีอายุน้อยที่สุด คือ 15 ปี (15-18 ปี) ทุกคนตั้งครรภ์ก่อนการสมรสและปัจจุบันยังอยู่กินกับพ่อของลูกคนแรก แม่วัยรุ่นในกลุ่มนี้ทั้งหมดไม่มีอาชีพและรายได้เป็นของตนเอง มีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับที่ยากจน

3) กลุ่มที่อยู่อาศัยแบบครอบครัวเดี่ยว คือ แม่วัยรุ่นที่อาศัยอยู่ตามลำพังกับครอบครัวของตนเอง ประกอบด้วยพ่อแม่และลูก มีจำนวน 3 คน (ก้อย มะลิ หญิง) มีอายุระหว่าง 16-19 ปีขณะคลอดบุตร ผู้ที่ตั้งครรภ์ก่อนการสมรสและในขณะกำลังเรียนหนังสือมี 1 คน และทุกคนยังคงอยู่กินกับพ่อของลูกคนแรกเช่นเดียวกับแม่วัยรุ่นในกลุ่มที่ 2 ในกลุ่มนี้มีเพียง 1 คนที่ประกอบอาชีพและมีรายได้เป็นของตนเอง โดยมีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับยากจนถึงปานกลางระดับล่าง ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลพื้นฐานของแม่วัยรุ่นแบ่งกลุ่มตามลักษณะการอยู่อาศัย

ลักษณะการอยู่อาศัย	อายุ(ปี)		สถานภาพการศึกษา		สถานภาพการตั้งครรภ์	สถานภาพการสมรส	อาชีพปัจจุบัน
	คลอด	ปัจจุบัน	เมื่อตั้งครรภ์	ปัจจุบัน			
1.อยู่กับครอบครัวฝ่ายตนเอง (แอน ฝน เค้ก มินไก่ โบ อาร์ ฟ้า มดเอ็ม อึ่ง หนิง)	17-19	18-23	-หยุดเรียนก่อนตั้งครรภ์ (2)* -กำลังเรียนม.ปลาย (5) -กำลังเรียนปวช. (5)	-ม.ต้น (3) -ม.ปลาย (1) -ปวช (1). -กำลังเรียนปวช. (1) -กำลังเรียนปวส. (1) -ม.6 (กศน.) (1) -กำลังเรียนกศน. (4)	-หลังสมรส (2) -ก่อนสมรส (10)	-อยู่กินกับพ่อของลูกคนแรก (9) -แยกทางกับพ่อของลูก ยังไม่มีสามีใหม่ (2) -แยกทางกับพ่อของลูก มีสามีใหม่ (1)	-ไม่มี (4) -มี (6) (ลูกจ้างรัฐ,ลูกจ้างเอกชน, ค้าขาย) -นักเรียน/นักศึกษา (2)
2.อยู่กับครอบครัวฝ่ายสามี (พลอย วรรณ บัว แพรว)	15-18	17-20	-หยุดเรียนก่อนตั้งครรภ์ (2) -กำลังเรียนม.ต้น (1) -กำลังเรียนปวช. (1)	-ประถมศึกษา (1) -ม.ต้น (2) -กำลังเรียนกศน.(1)	-ก่อนสมรส (4)	-อยู่กินกับพ่อของลูกคนแรก (4)	-ไม่มี (4)

3. ครอบครัวเดี่ยว (ก้อย มะลิ หญิง)	16-19	17-21	-หยุดเรียนก่อนตั้งครรภ์ (2) -กำลังเรียนม.ปลาย (1)	-จบม.ต้น (1) -จบม.6 (กศน.) (1) -กำลังเรียนกศน. (1)	-หลังสมรส -ก่อนสมรส	-อยู่กินกับพ่อของลูกคนแรก (3)	-ไม่มี (2) -มี (1) (ลูกจ้างเอกชน)

* ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง จำนวนคน

4.2 ปัญหาในครอบครัวของแม่วัยรุ่น

เมื่อวัยรุ่นต้องกลายเป็นแม่จากการตั้งครรภ์ไม่พร้อม ส่งผลให้ต้องเผชิญกับปัญหานานัปการ ไม่เว้นแม้แต่ในครอบครัวที่เป็นเสมือนสนาม (field) ทางสังคมหนึ่งที่ใกล้ชิดกับชีวิตประจำวัน โดยบทความนี้จะนำเสนอปัญหาที่แม่วัยรุ่นประสบในครอบครัวที่อยู่อาศัย 3 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การไม่ยอมรับและอคติจากครอบครัวของตนเอง เมื่อลูกสาวหรือหลานสาวตั้งครรภ์โดยที่ยังไม่ได้แต่งงาน พ่อแม่ ตายาย หรือผู้ปกครองในทุกครอบครัว มักจะรู้สึกอับอาย เสียใจ และผิดหวังในตัวลูกหลาน แต่มีการแสดงออกในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังเช่น กรณีของมิน แม่วัยรุ่นซึ่งอาศัยอยู่กับครอบครัวของตนเอง เธอเป็นลูกสาวคนโตของครอบครัว และตั้งครรภ์ขณะเรียนปวช.ชั้นปีที่ 2 เธอถูกเฆี่ยนตีรวมถึงถูกดุด่าจากพ่อและแม่อย่างรุนแรงหลังจากตัดสินใจบอกเรื่องตั้งครรภ์ให้แม่ทราบด้วยตนเอง เช่นเดียวกับแม่วัยรุ่นอีกหลายคน ได้แก่ ไก่และเอ็ม รวมถึงผู้ที่อยู่อาศัยกับครอบครัวของสามี เช่น วรรณ ตลอดจนถึงผู้ที่ปัจจุบันอยู่อาศัยแบบครอบครัวเดี่ยว เช่น มะลิ ต่างก็มีประสบการณ์การไม่ยอมรับการตั้งครรภ์จากครอบครัวของตนเองเช่นเดียวกัน ในขณะที่บางครอบครัวยอมรับการตั้งครรภ์ของลูกสาวไม่ได้ จนถึงขนาดไม่อยากให้การตั้งครรภ์ดำเนินต่อไป ทั้งนี้เพราะคำนึงถึงอนาคตของลูกสาวเป็นสำคัญ ดังกรณีของ อึ่ง อาร์ และฟ้า ซึ่งตั้งครรภ์ในขณะเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นต้น

2) การไม่ยอมรับและอคติจากครอบครัวของสามี แม่วัยรุ่นที่ตั้งครรภ์นอกการสมรสบางคนถูกครอบครัวของฝ่ายชายปฏิเสธไม่ยอมรับการตั้งครรภ์ เนื่องจากฝ่ายชายเป็นนักเรียน ยัง ไม่มีอาชีพ ไม่มีความพร้อมที่จะเลี้ยงดูภรรยาและลูก ประกอบกับครอบครัวฝ่ายชายมีรายได้ค่อนข้างน้อย การตั้งครรภ์ของแม่วัยรุ่นจึงเป็นการเพิ่มภาระให้กับครอบครัว และเป็นเหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้พ่อแม่ของฝ่ายชายไม่ยอมรับการตั้งครรภ์ โดยเฉพาะในช่วงแรกที่ทราบเรื่อง ซึ่งในพื้นที่ศึกษาพบว่าปัญหานี้เกิดขึ้นกับแม่วัยรุ่นทั้งที่อยู่อาศัยกับครอบครัวของฝ่ายตนเองและครอบครัวของฝ่ายสามี ดังกรณีของโบ แม่วัยรุ่นวัย 19 ปี ซึ่งอยู่อาศัยกับครอบครัวของตัวเอง เธอตั้งครรภ์ในขณะที่ตนเองและพ่อของลูกกำลังเรียนในระดับปวช. ชั้นปีที่ 3 พ่อแม่ฝ่ายชายอยากให้ทำแท้งเพื่อให้เธอและลูกชายของพวกเขาได้เรียนหนังสือต่อไป แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ตกอยู่ในภาวะยากลำบากจากการเผชิญกับปัญหาดังกล่าวนี้ยิ่งกว่ากลุ่มใด คือแม่วัยรุ่นที่ต้องอยู่อาศัยกับครอบครัวของฝ่ายสามีที่ไม่ยอมรับและมีอคติกับตนเอง ดังกรณีของวรรณ เธอเข้ามาอยู่บ้านของพ่อแม่สามีตั้งแต่ยังคบหาเป็นแฟนกับพ่อของลูก แต่แม่สามีมีข้อห้ามว่า *“...อย่าให้*

รู้ว่าท้อง ต้องมีอนาคตก่อน ค่อยจะมีลูก...” ดังนั้นเมื่อตั้งครรภ์วรรณต้องปกปิดไว้จนถึง 5 เดือน จึงบอกให้พ่อแม่สามีทราบซึ่งพวกเขาไม่พอใจกับการตั้งครรภ์ของเธอมากและขับไล่เธอกับพ่อของลูกออกจากบ้าน ปฏิกิริยาที่สะท้อนกลับมาดังกล่าว ทำให้เธอเสียใจมากและรู้สึกสับสนว่าจะจัดการกับชีวิตตนเองและลูกต่อไปอย่างไร

3) การทะเลาะเบาะแว้งระหว่างสามีภรรยา เนื่องจากแม่วัยรุ่นและสามีโดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น อารมณ์ร้อนและขาดวุฒิภาวะในการระงับยับยั้งใจ จึงมักประสบกับปัญหาการทะเลาะเบาะแว้งระหว่างกัน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่แม่วัยรุ่นทุกกลุ่มทั้งที่อยู่อาศัยกับครอบครัวของฝ่ายตนเอง อยู่อาศัยกับครอบครัวของฝ่ายสามี และอยู่อาศัยแบบครอบครัวเดี่ยวต้องเผชิญ โดยเฉพาะจากความหวาดระแวงหึงหวงซึ่งกันและกัน เช่น กรณีของเค้กแม่วัยรุ่นซึ่งอยู่อาศัยกับครอบครัวฝ่ายตนเอง เธอกับสามีมักจะทะเลาะกัน เมื่อพบว่ามีผู้หญิงอื่นโทรศัพท์มาหาสามี ในขณะที่พ่อของลูกบางคนขาดความรับผิดชอบต่อครอบครัว ดังกรณีของวรรณซึ่งอยู่อาศัยกับครอบครัวฝ่ายสามี เธอกับสามีจะใส่อารมณ์เถียงกันเป็นประจำ เพราะสามีไม่ช่วยเลี้ยงลูก ไม่ช่วยทำงาน และมักจะโกหกเพื่อออกไปนอกบ้าน นอกจากนี้ยังมีแม่วัยรุ่นบางส่วนที่แยกทางกับสามี ดังเช่นกรณีของเป็ดที่มักจะนอกใจสามีไปมีความสัมพันธ์กับชายอื่น จนมีเรื่องทะเลาะและถูกพ่อของลูกทำร้ายร่างกายจนต้องเลิกรากันไปในที่สุด

4.3 ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของแม่วัยรุ่นในครอบครัว

ปัญหาในครอบครัวทั้ง 3 ประเด็นข้างต้น เป็นเพียงผลกระทบส่วนหนึ่งจากการเป็นแม่วัยรุ่น ส่งผลให้วัยรุ่นหญิงผู้ประสบปัญหาต้องดิ้นรนต่อสู้ต่อรองเพื่อจัดการกับสถานการณ์ที่ต้องเผชิญ โดยมีฮาบิตุสและทุนบางประการเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนปฏิบัติการต่างๆ โดยในบทความนี้นำเสนอการใช้ฮาบิตุสและทุนในปฏิบัติการของแม่วัยรุ่นในครอบครัว 3 ลักษณะ ดังนี้

1) การใช้ทุนทางวัฒนธรรม “บาป-บุญ” และ “คำวินิจฉัยของแพทย์” เพื่อรักษาลูกในครรภ์

การตั้งครรภ์ของวัยรุ่น มักจะทำให้พ่อแม่ ตายายหรือผู้ปกครองรู้สึกเสียใจและผิดหวัง ที่อนาคตของลูกหลานจะต้องมืดดับลง ดังนั้นพ่อแม่ในบางครอบครัว จึงอยากให้ลูกสาวยุติการตั้งครรภ์เพื่ออนาคตทางการศึกษา แต่วัยรุ่น ได้แก่ อึ่ง ฟ้า และอาร์ กลับไม่ยินยอมเพราะความรักและสงสารในเลือดเนื้อเชื้อไขของตนเอง รวมถึงกลัวอันตรายจากการทำแท้ง จึงพยายามหาวิธีการต่างๆ ต่อรองกับพ่อแม่เพื่อรักษาลูกในครรภ์ไว้ ดังกรณีของอึ่ง ซึ่งคลอดลูกในขณะกำลังเรียนชั้นม. 6 พ่อแม่ของอึ่งเสียใจมากเมื่อทราบว่าลูกสาวตั้งครรภ์และอยากให้เธอทำแท้งเพื่อจะได้เรียนต่อไปในระดับสูง แต่เมื่อไปปรึกษาแพทย์ก็ได้รับคำเตือนว่าอายุครรภ์ของเธอ 5 เดือนแล้ว หากทำแท้งจะเป็นอันตรายได้ เธอจึงได้ยึดเอาผลการตรวจครรภ์และคำวินิจฉัยของแพทย์ มาตอกย้ำให้พ่อแม่ล้มเลิกความต้องการให้เธอยุติการตั้งครรภ์ นอกจากนี้ยังได้พยายามใช้ความเชื่อเรื่องบาป-บุญมาโน้มน้าวพ่อแม่อีกทางหนึ่ง *“หนูพูดกับแม่ว่าทำแท้งก็เหมือนกับฆ่าคน จะบาป”* ซึ่งในท้ายที่สุดก็ประสบผลสำเร็จ พ่อแม่ยอมยุติความคิดและความพยายามดังกล่าว ทั้งนี้อาจเพราะการกล่าวอ้างถึงคำวินิจฉัยของแพทย์ผู้มีความชอบธรรมในการรักษาชีวิตของมนุษย์โดยผ่านการรับรองจากสถาบันทางการแพทย์ ประกอบกับการหยิบยกหลักความเชื่อของสถาบันศาสนาที่บุคคลได้รับการปลูกฝังจากครอบครัวและสังคมมาตอกย้ำจนทำให้พ่อแม่ยอมรับฟังและยุติความคิดเรื่องการทำแท้ง ดังนั้นคำวินิจฉัยของแพทย์และความเชื่อเรื่องบุญ-บาป จึงเป็นเสมือนทุนวัฒนธรรมที่

ได้รับปลูกฝังให้ยอมรับและกระทำตาม รวมทั้งยังเป็นเสมือนทุนสัญลักษณ์ที่ทรงพลังและได้รับการยอมรับอย่างชอบธรรมจากผู้คน ฉะนั้นเมื่อแม่วัยรุ่นใช้หลักการแพทย์และหลักความเชื่อทางศาสนาดังกล่าว มาผสมผสานเป็นยุทธวิธีเพื่อต่อรองกับพ่อแม่ให้ยกเลิกความคิดที่จะให้เธอทำแท้ง ซึ่งหลักการวินิจฉัยของบุคคลที่ได้รับการยอมรับและหลักความเชื่อที่มีพลังอำนาจต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้คนก็สามารถหยุดความคิดของพ่อแม่ที่อยากให้เธอทำแท้งลงได้

2) การใช้ทุนทางสัญลักษณ์ "ลูก" เป็นกามเทพน้อยเชื่อมความสัมพันธ์ในการยอมรับและลดอคติจากครอบครัวของสามี

การมีลูกในขณะที่ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่นซึ่งสังคมมองว่ายังไม่ถึงวัยอันควร ทำให้แม่วัยรุ่นถูกตีตราและต้องเผชิญกับการไม่ยอมรับจากสังคม โดยเฉพาะจากครอบครัวของฝ่ายชายที่ไม่ยอมรับการตั้งครรภ์ ดังกรณีของวรรณ ซึ่งพ่อแม่ของสามีไม่ยอมรับการตั้งครรภ์ของเธอ และที่ยิ่งไปกว่านั้นคือ แม่ของวรรณเองซึ่งไม่ชอบสามีของเธอก็ไม่ยอมรับการตั้งครรภ์รวมถึงตัดขาดการช่วยเหลือทุกอย่างแก่เธอ เมื่อไม่มีทางเลือกอื่นวรรณจึงจำเป็นต้องอาศัยอยู่ในชายคาบ้านพ่อแม่สามี ต้องเผชิญกับปฏิกิริยาที่ไม่ค่อยจะเป็นมิตรและคำตำหนิติเตียนซึ่งสร้างความอึดอัดใจให้กับเธอเป็นอย่างมาก แต่เธอก็พยายามปรับตัวเข้ากับครอบครัวของสามี โดยเลือกใช้ความขยัน อดทนต่อสู้กับปัญหาที่เกิดขึ้น พยายามแสดงให้ถึงความเป็นคนเอาการเอางานด้วยการช่วยทำงานบ้าน ช่วยขายของและช่วยแม่สามีทำกับข้าวได้ทุกอย่าง ทั้งนี้เพราะแม่ของเธอซึ่งมีอาชีพขายอาหารอีสานได้ฝึกฝนให้พี่ๆ และเธอทำงานช่วยแม่ทุกอย่างมาตั้งแต่ยังเป็นเด็ก และเธอได้นำสิ่งที่ได้รับการฝึกฝนและปลูกฝังจากแม่มาใช้ในการต่อรองกับครอบครัวของสามี จนทำให้พ่อแม่สามีได้เห็นว่าเธอไม่ใช่คนเหลวไหล และยอมรับในตัวเธอมากขึ้น สิ่งเหล่านี้เริ่มค่อยๆ ปรากฏชัดมากขึ้นเมื่อเธอคลอดลูก แม่สามีคอยดูแลและให้คำแนะนำในการดูแลตัวเองหลังคลอดและระหว่างให้นมลูก ต้มน้ำสมุนไพรให้อาบ รวมทั้งทำอาหารที่เหมาะกับแม่หลังคลอดให้รับประทาน ส่วนวรรณเองก็ดูแลลูกด้วยความรักและเอาใจใส่ไม่ว่าสามีจะช่วยเลี้ยงหรือไม่ก็ตาม เพราะลูกคือชีวิตของเธอ และในขณะเดียวกันก็ไม่ละเลยในการช่วยเหลืองานต่างๆ ในครอบครัวของสามีด้วย จนทำให้เสียงบ่นตำหนิลดน้อยลง

แม้ว่าการใช้ความขยันขันแข็งอันเนื่องมาจากฮาบิตุสที่ได้รับการกล่อมเกลามาจากครอบครัวเดิม จะทำให้ครอบครัวของสามีเริ่มมีมุมมองต่อแม่วัยรุ่นในด้านบวกมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขที่เข้ามาช่วยทำให้ภาพของการยอมรับชัดเจนยิ่งขึ้นคือ ลูก ที่ทำให้แม่วัยรุ่นได้มีโอกาสแสดงออกถึงความเป็นแม่ที่ดี จนทำให้พ่อแม่สามีมีท่าทีต่อเธอในทางที่ดีมากขึ้น สำหรับวรรณลูกจึงเปรียบเสมือน "กามเทพน้อย" ที่เป็นขุมพลังอำนาจสำคัญให้เธอได้ฉวยใช้ในการต่อรองกับครอบครัวของสามีให้ยอมรับเธออย่างชอบธรรมในฐานะแม่ของลูกและแม่ของหลานที่พวกเขารัก อาจกล่าวได้ว่าแม่วัยรุ่นได้ใช้ฮาบิตุสที่ติดตัวมา คือ "ความขยันขันแข็ง" เชื่อมโยงกับ "ลูก" ซึ่งเป็นทุนทางสัญลักษณ์ในการจัดการกับปัญหาการไม่ยอมรับและอคติจากครอบครัวของสามีที่มีต่อเธอ แม้อคตินั้นจะไม่ได้จางหายไปอย่างหมดสิ้น แต่ก็ค่อยๆ ลดน้อยลง

3) การใช้ฮาบิตุส “อดทน...มองโลกในแง่ดี” เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการทะเลาะเบาะแว้ง

สามีภรรยาก็เหมือนลิ้นกับฟัน อยู่ด้วยกันก็ต้องมีการกระทบกระทั่งกันเป็นเรื่องธรรมดา โดยเฉพาะสามีภรรยาวัยรุ่นที่ขาดความระงับยับยั้งใจด้วยแล้ว การทะเลาะเบาะแว้งจึงมักจะเกิดขึ้นบ่อย และเกิดจากหลายสาเหตุ ที่สำคัญ คือ ความหึงหวงระหว่างสามีภรรยา ดังกรณีของก้อยกับสามีที่อยู่อาศัยตามลำพังพ่อแม่ลูก ทั้งคู่มักจะทะเลาะกันเพราะความหวาดระแวงเรื่องการนอกใจ เช่น เมื่อสามีไปทำงานแล้วกลับบ้านไม่ตรงเวลา หรือเมื่อสามีปรับเปลี่ยนบุคลิกไปทำงาน เช่น พิถีพิถันในการแต่งตัวมากขึ้นหรือใส่น้ำหอมไปทำงานเป็นบางครั้งจนรู้สึกผิดปกติ ในขณะเดียวกันสามีก็จะมีอาการหึงหวงเวลาที่ก้อยออกไปนอกบ้าน เช่น ไปตลาดกับญาติเป็นเวลานานๆ เพราะกลัวว่าญาติจะพาก้อยไปพบกับผู้ชายคนอื่น ช่วงหลังเขาจึงจำกัดเวลาให้ก้อยไปตลาดกับญาติได้ไม่เกิน 1 ชั่วโมง แม้ก้อยจะไม่พอใจที่สามีไม่ไว้ใจแต่เวลาไปตลาดก็พยายามกลับให้เร็วขึ้น เพราะไม่อยากทะเลาะกันและมองในแง่ดีว่าเขารักเขาจึงหวง ด้วยความเป็นคนมีอุปนิสัยที่อดทนและใจเย็น ซึ่งเธอคิดว่าส่วนหนึ่งอาจจะซึมซับมาจากแม่ของเธอเองซึ่งเป็นคนใจเย็นและเป็นคนมีเหตุผล ตอนเด็กถ้าอยากได้ของเล่นหรือสิ่งที่อยากได้ แม่บอกว่าแม่มีเงินไม่มาก ถ้าก้อยอยากได้ต้องขยันเรียน ถ้าคะแนนออกมาดี แม่จึงจะซื้อให้ ทำให้ก้อยมีความมานะอดทนและตั้งใจเรียนจนได้รางวัลจากแม่ ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้เธอเป็นคนที่มีความอดทน และมีเหตุผล ประกอบกับการประสบกับปัญหาครอบครัวแตกแยก เธอจึงอยากรักษาครอบครัวของตัวเองเอาไว้ แม้จะรู้สึกอึดอัดใจกับการความหึงหวงของสามี แต่ก็เลือกที่จะปรับความคิดให้เป็นทางบวก ทั้งนี้เพื่อความสบายใจของตนเองและเพื่อสัมพันธภาพที่มั่นคงของครอบครัว

5. อภิปรายผล

ผลการวิจัยในครั้งนี้เสนอมุมมองเกี่ยวกับแม่วัยรุ่นแตกต่างจากการศึกษาที่ผ่านมา ซึ่งมักจะมองแม่วัยรุ่นบนฐานคิดและมุมมองว่า “เป็นปัญหา” ดังนั้นส่วนใหญ่จึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุ และผลกระทบของการเป็นแม่วัยรุ่น การป้องกันและแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ของแม่วัยรุ่น การสนับสนุนทางสังคมต่อแม่วัยรุ่น การให้ความช่วยเหลือในการกระทำบทบาทความเป็นแม่ของแม่วัยรุ่น เป็นต้น ดังเช่น การศึกษาของสมใจ พุทธาพิทักษ์ผล (2547); วีรีภรณ์ วงศ์วิญญูตระการ (2551); ศิริพร จิรวัฒน์กุล และคณะ (2555); ทรงคูณ ศรีดวงโชติ (2554); เนตรชนก แก้วจันทา (2555); เป็นต้น แต่บทความนี้เสนอภาพแม่วัยรุ่นแตกต่างจากวาทกรรมที่เคยครอบงำดังกล่าว จากผลการวิจัยที่พบว่า แม้การเป็นแม่ตั้งแต่อายุยังน้อยจะทำให้ชีวิตของแม่วัยรุ่นประสบกับความยากลำบากจากการตีตราและการครอบงำของสังคม แต่แม่วัยรุ่นบางส่วนไม่ได้อ่อนแอยอมจำนนอย่างสิ้นเชิง ในทางกลับกันได้พยายามจัดการกับปัญหาด้วยการต่อสู้ต่อรองกับบริบทที่แวดล้อมโดยไม่ยอมงอมืองอเท้าให้ตนเองและลูกต้องตกเป็นปัญหาหรือภาระของสังคมดังที่มักจะถูกตีตรา แต่พยายามดิ้นรนต่อสู้เพื่อครอบครัว เพื่อศักดิ์ศรีของความเป็นแม่และมนุษย์คนหนึ่ง ดังที่อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548) ได้กล่าวไว้ว่า “... คนไม่ได้ยอมรับสภาพของการครอบงำอย่างเดียว ทว่ายังมีการเคลื่อนไหวเพื่อที่จะแสดงความมีตัวตนด้วย...”

6. บทสรุป

ครอบครัวเปรียบประดุจสนามของการต่อสู้ที่มีความขัดแย้งแฝงอยู่จากการไม่ยอมรับและอคติต่อการกลายเป็นแม่ของวัยรุ่น ตลอดจนการทะเลาะเบาะแว้งระหว่างสามีและภรรยาที่มักจะเกิดขึ้นอยู่เสมอ ทำให้แม่วัยรุ่นต้องต่อสู้เพื่อให้ตนเองและลูกมีที่ยืนในครอบครัว การอธิบายตามแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของปิแอร์ บูร์ดิเยอ ได้สะท้อนภาพความเข้มแข็งของแม่วัยรุ่นที่พยายามต่อสู้กับปัญหาและสามารถฝ่าวิกฤตมาได้ด้วยการหยิบฉวยทรัพยากรบางอย่าง คือ ฮาบิตุสและทุนที่ครอบครองอยู่มาใช้ปฏิบัติการเพื่อความชอบธรรมของการเป็นแม่กับสมาชิกในครอบครัว ฮาบิตุสและทุนเหล่านี้เป็นพลังสำคัญของแม่วัยรุ่นที่ช่วยพลิกสถานการณ์ให้ “ผู้ถูกกระทำ” กลายเป็น “ผู้กระทำการ” ด้วยการใช้ฮาบิตุสในลักษณะ “อดทน...มองโลกในแง่ดี” รวมถึงการใช้ทุนทางวัฒนธรรม “บาป-บุญ” และ “คำวินิจฉัยของแพทย์” ตลอดจนทุนทางสัญลักษณ์ “ลูก” ในการต่อรองและจัดการกับปัญหาเชื่อมโยงกับฮาบิตุสที่ “ขยันขันแข็ง” โดยไม่ยอมรับสภาพของการครอบงำแต่เพียงฝ่ายเดียว ฮาบิตุส ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสัญลักษณ์ดังกล่าวมีส่วนสำคัญที่ทำให้แม่วัยรุ่นมีศักยภาพในการต่อรองกับสมาชิกในครอบครัวเพื่อแก้ไขและก้าวข้ามปัญหาต่างๆ อันเกิดจากการกลายเป็นแม่ เพื่อการยอมรับและมีตัวตนในครอบครัวมากยิ่งขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง “ปฏิบัติการความเป็นแม่ของแม่วัยรุ่น” หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยได้รับทุนการศึกษาตลอดหลักสูตรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ทุนอุดหนุนและส่งเสริมการทำวิทยานิพนธ์สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำภาคปลาย ปีการศึกษา 2557 และทุนอุดหนุนและส่งเสริมการทำวิทยานิพนธ์ จากศูนย์วิจัยพหุลักษณ์สังคมลุ่มน้ำโขง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2557

8. เอกสารอ้างอิง

ฐานิดา บุญวรรโณ. (2557). ปิแอร์ บูร์ดิเยอ กับความรุนแรงเชิงสัญลักษณ์ รำลึก 12 ปี แห่งการจากไปของปิแอร์ บูร์ดิเยอ (1930 – 2002). **วิภาษา**, **7**(8), 59-70.

ทรงคูณ ศรีดวงโชติ. (2554). **ผลของการตั้งครรภ์และคลอดในมารดาวัยรุ่นและมารดาวัยผู้ใหญ่.** กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

ทองพูล บัวศรี. (2556). **ชีวิตของพ่อแม่วัยรุ่นในแหล่งก่อสร้าง.** สืบค้น 14 กันยายน 2556, จาก http://www.fblcthai.org/articles/42089752/ชีวิตของพ่อแม่วัยรุ่นในแหล่งก่อสร้าง.html

เนตรชนก แก้วจันทา. (2555). ภาวะซึมเศร้าในวัยรุ่นตั้งครรภ์: ปัจจัย ผลกระทบ และการป้องกัน. **วารสารพยาบาลศาสตร์และสุขภาพ**, **35**(1), 83-90.

ปัญจภรณ์ ยะเกษม และ พัชราภัณฑ์ ไชยสังข์. (2557). ประสบการณ์การเป็นแม่ของวัยรุ่น**.** **ว.วิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ,** 8(1), 28-34.

ปิแยร์ บูร์ดิเยอ. (2550). **เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์.** (ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: คบไฟ.

ภัทรภร ยอดนครจง. (2551). แม่วัยรุ่น ชีวิตขมบนเส้นทางที่ไม่ได้เลือก. **สารคดี**, **24**(279), 112-117.

วีรีภรณ์ วงศ์วิญญูตระการ. (2551). การทบทวนงานวิจัยทางการพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับมารดาวัยรุ่นหลังคลอดในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2538-2548. **วารสารการศึกษาและการพยาบาล, 1**(1), 44-45.

ศิริพร จิรวัฒน์กุล, กฤตยา แสวงเจริญ, นิลุบล รุจิรประเสริฐ, วราลักษณ์ กิตติพงษ์ไพศาล, สมจิตร เมืองพิล , อิงคฏา โคตนารา, ... บำเพ็ญ คำดี. (2555). สถานการณ์การตั้งครรภ์วัยรุ่น: การรับรู้ของวัยรุ่นใน 7 จังหวัดของประเทศไทย. **ว.วิชาการสาธารณสุข, 21**(5), 865-877.

สมใจ พุทธาพิทักษ์ผล. (2547). ประสบการณ์ชีวิตมารดาวัยรุ่นที่ไม่ได้วางแผนการตั้งครรภ์: การศึกษาเชิงปรากฏการณ์วิทยา. **ว.พยาบาลศาสตร์, 1**(1), 54-63.

สุนีย์ ประสงค์บัณฑิต. (2553). **แนวความคิดฮาบิทัสของปิแอร์ บูร์ดิเยอ กับทฤษฎีทาง มานุษยวิทยา.** กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

สุภางค์ จันทวานิช. (2554). **การวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. (2554). **ทฤษฎีสังคมวิทยา.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช และ รุ้งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2549). แนวคิดทางสังคมวิทยาของปิแอร์ บูร์ดิเออ. ใน สุภางค์ จันทวานิช และสุภาวดี มิตรสมหวัง (บรรณาธิการ), **รวมบทความทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ปี 2549 เนื่องในโอกาสเกษียณอายุราชการของ ศ.ดร.อมรา พงศาพิชญ์** (น. 241-277). กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย. (2559). **สถานการณ์อนามัยการเจริญพันธุ์ในวัยรุ่นและเยาวชน ปี 2558.** สืบค้น 8 ตุลาคม 2559, จาก rh.anamai.moph.go.th/ more_news.php?cid=1&filename=index

อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2548). **ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: อมรินทร์.

Bourdieu, P. (1977). **Outline of a theory of practice**. Cambridge: Cambridge University Press.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education.** (241-258). New York: Greenwood.

Bourdieu, P. (1990). **The logic of practice**. Stanford: Stanford University Press.

Swartz, D. (1997). **Culture and power: The sociology of Pierre Bourdieu.** Chicago: University of Chicago.

World Health Organization. (2013). **Maternal, newborn, child and adolescent health**. Retrieved November 20, 2013, from http:// www. who.int/maternal child /topics/ maternal/adolescent pregnancy/...