วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2562

การสร้างและสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

CREATING AND COMMUNICATING FOLK PERFORMANCE AS TOURISM ACTIVITY FOR PROMOTING COMMUNITY BASED TOURISM

เมธาวี จำเนียร[1*], กรกฎ จำเนียร[1], ศศิพัชร บุญขวัญ[1],
ทองพูล มุขรักษ์[1], ยงยุทธ ปาณะศรี[2] และ วรรณา เทพณรงค์[3]
Methawee Chamnian[1*] Korrakot Chamnian[1], Sasipat Boonkwan[1],
Thongphun Mukharak[1], Yongyut Panasri[2], and Wanna Thepnarong[3]

Received : 1 June 2019 Revised : 13 December 2019 Accepted : 25 December 2019

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย สินค้าการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ และบริการการท่องเที่ยวที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ในส่วนของกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนสามารถยกระดับการแสดงพื้นบ้านเพื่อพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ บทความวิชาการชิ้นนี้ จึงต้องการแสดงให้เห็นวิธีการในการนำการแสดงพื้นบ้านมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว และแนวทางการสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการใช้กรณีศึกษาของการแสดงพื้นบ้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการรำโทนนกพิทิด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ปัจจุบัน การแสดงพื้นบ้านมีลักษณะให้ผู้ชมชมและผู้ชมสามารถร่วมร้องและรำได้ หากมีการใช้สื่อในการเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสม รวมถึงการสื่อความหมายที่ถูกต้อง น่าสนใจ มีเรื่องราวความเป็นมา สามารถเร้าความสนใจของนักท่องเที่ยว และการแสดงพื้นบ้านเหล่านั้น ก็จะกลายเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

คำสำคัญ: กิจกรรมท่องเที่ยว การแสดงพื้นบ้าน การท่องเที่ยวโดยชุมชน

---

[1]มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช,
[2]วิทยาลัยนาฏศิลปนครศรีธรรมราช,
[3]ปราชญ์ชุมชน
[1]Nakhon Si Thammarat Rajabhat University,
[2]Nakhon Si Thammarat College of Dramatic Arts,
[3]community intellectual
[*]ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: methawee_kae@nstru.ac.th

ABSTRACT

Tourism is important for developing country; particularly, tourism products which are various natural resources, interesting tourist activities attracting the attention of tourists and travel services facilitating tourists as well. In case of tourism activities, folk performances can be enhanced to develop into tourism activities. This academic article shows how to enhance folk performances into tourism activities and communication guidelines for tourism activities (folk performances) to promote community tourism. Case study of folk performances; particularly, Ramtone Nokphithid Dance are used for demonstrating. The study found at present, folk performances have characteristics that allow audiences to watch and participate in singing and dancing. If using appropriate media channels to disseminate with the accurate information, interesting story and background information, it can arouse the interest of tourists. Those folk performances will become tourism activities that can promote community tourism.

Keywords: Tourism Activity, Folk Performance, Community Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันการท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมหาศาล และมีแนวโน้มสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลอดทั้งปี 2561 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,003,837.13 พันล้านบาท ซึ่งเป็นจำนวนที่มากขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ที่มีรายได้เพียง 1,831,105.00 พันล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ทั้งนี้ ด้วยปัจจัยเอื้อทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและสวยงาม ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ตลอดจนบุคลิกลักษณะ อุปนิสัย สิ่งที่แสดงออกจากภายในบุคคลจนเป็นคุณลักษณะเฉพาะที่สร้างความประทับใจของคนไทย ส่งผลให้รัฐบาลให้ความสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จนเกิดการตื่นตัวของหน่วยงานภาครัฐและชุมชนต่าง ๆ ที่ร่วมกันพัฒนาและยกระดับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน เน้นการแสดงถึงเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้ประจักษ์แก่สายตานักท่องเที่ยว เกิดเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่เรียกว่าท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ กำหนดขึ้นใน พ.ศ. 2506 (ศรัญยา วรากุลวิทย์, 2558) ทั้งนี้ ได้มีการพยายามให้คำจำกัดความคำว่า “การท่องเที่ยว” ให้เด่นชัดขึ้น โดยกำหนดเงื่อนไขในการเดินทางที่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการ คือ การเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ประมาณ เทพสงเคราะห์, 2561)

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวมีหลายประเภท แต่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ ที่มีอัตลักษณ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเกิดขึ้น และมีลักษณะการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการที่เน้นชุมชนมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชน เพื่อชุมชน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่ทางสังคมของตนเองสู่การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของคนชุมชน ทุกบริบท และการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนโดยมีองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีการผลิตที่เพียงพอ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมทั้งการมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ด้านโครงสร้างองค์กร ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย รวมทั้งชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ และเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

ด้านการจัดการของชุมชน มีการจัดระเบียบในการจัดการสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวมีกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม รวมทั้งการมีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน

ด้านการเรียนรู้ในชุมชนมีลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างสหวิทยากรท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ การรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตในวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน รวมทั้งการสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือนเพื่อสร้างความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (ประมาณ เทพสงเคราะห์, 2561)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นอัตลักษณ์ของชุมชนยังมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นทางเลือกแนวทางหนึ่งของการท่องเที่ยวมีจุดเริ่มต้นมาเพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความหมายครอบคลุมค่อนข้างกว้างในหลาย ๆ ขอบข่ายสาขาวิชา องค์กรการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ ได้อธิบายตามความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในปี ค.ศ. 1985 โดยกล่าวว่า “แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมทำให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น การศึกษา การชมละคร หรือการทัศนศึกษาวัฒนธรรม การท่องเที่ยวไปในงานเทศกาลหรือกิจกรรมใดที่คล้ายคลึงกัน การเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นหรืออนุสาวรีย์ เป็นการท่องเที่ยวไปเพื่อจะสำรวจธรรมชาติ นิทานพื้นบ้าน หรือศิลปะท้องถิ่น หรือการแสวงบุญ” (สุชาดา ธโนภานุวัฒน์, 2560)

นอกจากนี้ ยังมีคำว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ creative tourism ที่ยึดกับนิยามของยูเนสโก (UNESCO) ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนั้น ชุมชนจะต้องสามารถใช้การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจาก

การท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน (ธนกฤต ภัทร์ธราธร, 2556)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความคล้ายคลึงและเชื่อมโยงกัน ทั้งนี้ จะเน้นการสื่อสารด้านอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ในชุมชนอย่างลึกซึ้ง โดยชุมชนมีส่วนในการบริหารจัดการภายใต้สภาพแวดล้อมวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ตัวอย่างในต่างประเทศที่เห็นได้ชัด เช่น การท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีที่เน้นการสื่อสารวัฒนธรรม การแสดงถึงเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตของคนในชุมชนแต่ละเมืองผ่านสถานที่ท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ฯลฯ ทำให้ชาวต่างประเทศโดยเฉพาะชาวไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

ความหมายและความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือชุมชนที่มาเที่ยวได้นั้น สิ่งสำคัญคือ ชุมชนต้องมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าและบริการจะเกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กัน และมีทั้งที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ (อริสรา เสยานนท์, 2560) โดยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. สินค้าทางการท่องเที่ยว ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์ทางท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่เป็นรูปธรรม สามารถสัมผัสได้ และนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้

2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เหตุการณ์ และกิจกรรม ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง โดยเหตุการณ์และกิจกรรมมีความแตกต่างกัน ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวด้านเทศกาลและงานประเพณี การจัดแสดงแสง-เสียง เป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมาก กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงการแข่งขันและการประกวด มีทั้งระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น เช่น การแข่งวิ่งควาย การแข่งเรือยาวประเพณี หรือการแข่งขันกีฬานานาชาติ เป็นต้น และกิจกรรมพิเศษ เป็นกิจกรรมที่จัดในวันสำคัญหรือโอกาสพิเศษหรือเทศกาล เช่น กิจกรรมในงานวันเฉลิมพระชนมพรรษา งานฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี เป็นต้น

3. บริการทางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บริการเป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้า และทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า สินค้า และบริการเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นและส่งมอบแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าในเวลาเดียวกัน บริการทางการท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม คือ บริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการสารสนเทศ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง บริการภัตตาคารและร้านอาหาร บริการด้านบันเทิงเริงรมย์

บริการด้านสินค้าและของที่ระลึก และบริการด้านความปลอดภัย (จิตนานันท์ ติกุล และคณะ, 2550 อ้างใน อริสรา เสยานนท์, 2560)

แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ จึงควรมีองค์ประกอบข้างต้นที่จะช่วยสนับสนุนส่งเสริมซึ่งกันและกัน ทั้งสินค้าการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจและตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

การสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนการแสดงพื้นบ้าน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดรองจากสินค้าการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการที่จะลงมือทำ ปฏิบัติ หรือร่วมกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งเมื่อพูดถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะนึกถึงกิจกรรมที่ต้องอาศัยแรงกายในลักษณะกิจกรรมผจญภัยต่าง ๆ ซึ่งนอกจากกิจกรรมท่องเที่ยวในลักษณะการผจญภัยแล้ว ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความตื่นตาตื่นใจจากการรับชมของนักท่องเที่ยว นั่นก็คือ การแสดงพื้นบ้าน ทั้งนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้าน มีความคาบเกี่ยวกับบริการทางการท่องเที่ยวด้วย นั่นคือ การบริการด้านบันเทิงเริงรมย์

การแสดงพื้นบ้านยังถือได้ว่าเป็นสินค้าวัฒนธรรม ซึ่ง บุษราภรณ์ พวงปัญญา สัญญา เคณาภูมิ ยุภาพร ยุภาศ (2559) ให้ข้อมูลว่า สินค้าวัฒนธรรม คือ สินค้าและบริการที่วัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการใดมาบริโภคก็ตามสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับมาไม่ใช่เฉพาะตัวสินค้า แต่ยังได้วัฒนธรรมที่ฝังตัวในสินค้าหรือบริการนั้นมาด้วย

จากการวิเคราะห์ของคณะผู้เขียนพบว่า การแสดงพื้นบ้านมีทั้งที่เน้นการรับชมจากนักท่องเที่ยว และการแสดงพื้นบ้านที่เป็นลักษณะการละเล่นพื้นบ้านมาก่อน ลักษณะการแสดงดังกล่าวก็จะเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาร้อง มารำด้วย

คณะผู้เขียนขอยกตัวอย่างการแสดงพื้นบ้านที่เน้นการรับชมจากนักท่องเที่ยว จนกลายเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ต้องการมารับชมและเรียนรู้ได้

ทัศนียา คัญทะชา (2561 อ้างใน สมิหลาไทม์ส, 2560) ได้ออกแบบการแสดงมโนราห์หรือโนราเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา โดยได้นำประวัติชุมชน ลักษณะทางกายภาพของตลาด วิถีชีวิต ความเชื่อ การแสดงพื้นบ้าน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ปรากฏในชุมชน มาประพันธ์บทร้องโนรา บอกเล่าเรื่องราวของชุมชน และจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นิยมถ่ายภาพลงโซเชียลมีเดีย จึงนำมาเป็นข้อมูลประกอบการสร้างสรรค์ท่ารำมโนราห์ที่ประกอบกันเป็นภาพ ได้แก่ ภาพลำคลอง ภาพเมืองสงขลา เมืองนครศรีธรรมราช ภาพเรือ ภาพร้านค้า ภาพสะพานไม้ เป็นต้น โดยใช้ชื่อการแสดงว่า “โนราจิตภาพคลองแดน” จากนั้นนำมาถ่ายทอดให้กับนักแสดงในชุมชนจำนวน 8 คน เป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาจากโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 11 เพื่อใช้แสดงในตลาดริมน้ำคลองแดนทุกวันเสาร์ โนราจิตภาพคลองแดนเป็นทั้งสื่อความบันเทิงที่ใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยว

ภาพที่ 1 โนราจิตภาพคลองแดน
ที่มา: สมิหลาไทม์ส (2560)

อาจารี รุ่งเจริญ (2557) ศึกษาการใช้เอกลักษณ์จากศิลปะการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้พบว่า การใช้เอกลักษณ์จากศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ในการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้แก่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประจำจังหวัดสุพรรณบุรีได้ และ “เพลงอีแซว” คือเอกลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสามารถนำมาสร้างสรรค์ โดยจัดองค์ประกอบการแสดง เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า มีการจัดแสดงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม แต่ควรวางบทบาทของศิลปะการแสดงพื้นบ้านใหม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการปรับให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้ชม และควรระมัดระวังไม่ให้เป็นการทำลายรูปแบบดั้งเดิมของการแสดง

ภาพที่ 2 การแสดงเพลงอีแซว
ที่มา สุจิตต์ วงษ์เทศ (2561)

จากตัวอย่างการแสดงพื้นบ้านมโนราห์ของจังหวัดสงขลาและเพลงอีแซวของจังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้เห็นบทบาทของการแสดงพื้นบ้าน กล่าวคือ การใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยว การดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามารับชมและเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม อาจจะต้องมีการสร้างสรรค์ขึ้นมาอย่างร่วมสมัยมากขึ้น โดยคำนึงถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน ที่เน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์และต้องการความทันสมัย ความรวดเร็ว แต่จะต้องไม่ทำให้การแสดงพื้นบ้านรูปแบบดั้งเดิมผิดเพี้ยนไปจนไม่เหลือเค้าเดิม

สำหรับการแสดงพื้นบ้านที่นักท่องเที่ยวสามารถมาร่วมร้อง ร่วมรำ ร่วมสนุกได้นั้น คณะผู้เขียนขอยกตัวอย่าง “การรำโทนนกพิทิด ของตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช” การละเล่นพื้นบ้านดังกล่าวได้รับการเผยแพร่วัฒนธรรมมาจากภาคกลางในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ซึ่งอยู่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง เพื่อเป็นเครื่องบันเทิงใจในยามที่ประเทศประสบปัญหาเศรษฐกิจฝืดเคือง และในช่วงที่มีความขัดแย้งทางการเมือง ทหารใช้รำโทนมาสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้าน

ผู้คิดค้นรำโทนนกพิทิด ได้แก่ ครูแนบ ล่องลือฤทธิ์ ครูโรงเรียนวัดเปียนได้รับวัฒนธรรมการละเล่นนี้จากในเมือง แล้วเอามาเผยแพร่ในตำบลกรุงชิง โดยท่านมีพื้นฐานด้านการรำมโนราห์และหนังตะลุง จึงได้คิดท่ารำและเนื้อร้องขึ้นมาร่วม 200 เพลง โดยอิงธรรมชาติและวิถีชีวิตของตำบลกรุงชิง ทั้งนี้ ท่ารำจะมีลักษณะสอดคล้องกับเนื้อร้อง ลักษณะเนื้อร้องจะสั้น ๆ นักร้องหรือผู้ร้องมักร้องเป็นทำนองทองแดง โดยเฉพาะเพลงนกพิทิดที่จะมีท่ารำและเนื้อร้องที่สนุกสนานในลักษณะเกี้ยวพา

ราสีระหว่างนกพิทิดตัวผู้ตัวเมีย เปรียบได้กับผู้ชายและผู้หญิงที่เกี้ยวพาราสีกัน เพลงนกพิทิดจึงมักใช้ร้องและรำในทุก ๆ งาน จนทำให้การละเล่นนี้ได้รับชื่อเรียกขานว่า “รำโทนนกพิทิด”

การละเล่นพื้นบ้านชนิดนี้ในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนบทความมาเป็นการแสดงพื้นบ้าน จะมีคณะรำโทนนกพิทิดของผู้สูงอายุ ประมาณ 10 คนในชุมชน ร้อง รำ และเล่นเครื่องดนตรีที่ประกอบไปด้วย โทน ฉิ่ง และฉาบ จะเริ่มการรำตั้งแต่เพลงไหว้ครู จนถึงเพลงลาซึ่งเป็นเพลงสุดท้าย นักท่องเที่ยวสามารถมาร้องมารำร่วมกับคณะรำโทนนกพิทิดได้

ดังนั้น การแสดงพื้นบ้านซึ่งมาจากการละเล่นพื้นบ้านชนิดนี้ สามารถเร้าใจให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมกับทางคณะผู้แสดง ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรมและเรียนรู้ได้หากได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรมและใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว

ภาพที่ 3 การแสดงรำโทนนกพิทิด
ที่มา คณะผู้เขียน (2562)

แนวทางการสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้าน

การแสดงพื้นบ้านจะสามารถยกระดับให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ จะต้องอาศัยการสื่อสาร ทั้งนี้ สมสุข หินวิมาน (2554 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2557) ประมวลภาพรวมบทบาทหน้าที่ของสื่อกับการท่องเที่ยว ไว้หลากหลายหน้าที่ด้วยกัน ได้แก่ หน้าที่ให้ความบันเทิง หน้าที่ในการกระตุ้นความสนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำ หน้าที่ในการให้ความรู้ หน้าที่ในการวิพากษ์วิจารณ์

หน้าที่เป็นหน้าต่างเปิดโลก หน้าที่ในการเชื่อมโยงคนต่างวัฒนธรรม ให้มารู้จักเรียนรู้และแลกเปลี่ยนกัน และหน้าที่ในการเป็นกลไกให้ชุมชนจัดการทรัพยากรชุมชน อนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกรณีของการสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านนี้ต้องการใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่หลักคือ กระตุ้นความสนใจและการกระทำของนักท่องเที่ยว กล่าวคือต้องการให้นักท่องเที่ยวสนใจจากการเห็นสื่อและเกิดความอยากมาและมาท่องเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้ ผู้ชมหรือนักท่องเที่ยวก็ยังได้ความบันเทิง เกิดความรู้ ความเข้าใจ สื่อเป็นหน้าต่างเปิดโลกเชื่อมโยงคนต่างวัฒนธรรม และถือว่าเป็นกลไกให้ชุมชนได้อนุรักษ์และสื่อสารการแสดงพื้นบ้านอีกด้วย

สำหรับการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้าน ผู้ผลิตสื่อซึ่งควรเป็นหน้าที่ของชุมชนเองหรือชุมชนควรมีส่วนร่วมให้มากที่สุด ควรมีหลักการในการสื่อความหมายทรัพยากรวัฒนธรรม ซึ่ง ธนิก เลิศชาญฤทธิ์ (2554) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1. การสื่อความหมายควรมุ่งเน้นที่ความสำคัญ และเรื่องราวที่โดดเด่นหรือมีลักษณะเฉพาะ (Unique Significance and Stories) ของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ในกรณีนี้คณะผู้วิจัยขอยกตัวอย่างรำโทนนกพิทิดของจังหวัดนครศรีธรรมราช การสื่อความหมายการแสดงพื้นบ้านนี้ ควรเน้นประวัติความเป็นมาที่มีความเฉพาะ น่าสนใจ แตกต่างจากการแสดงพื้นบ้านอื่น ๆ ที่อาจพบเห็นได้ทั่วไป กล่าวคือ เน้นให้เห็นถึงการแสดงที่เกิดขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ได้นำการแสดงนี้มาสร้างความบันเทิงในยุคข้าวยากหมากแพง และยุคที่มีความขัดแย้งทางความคิดทางการเมือง จึงได้นำการแสดงนี้มาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างทหารที่เข้ามาปราบปรามคอมมิวนิสต์กับชุมชน

2. แนวทางการสื่อความหมายควรเป็นการสรุปเรื่องราวในลักษณะภาพรวม (Inclusive) และผู้ชมหรือผู้ใช้สามารถเข้าใจและเข้าถึงใจความได้ง่าย (Readily Accessible) การนำเสนอเรื่องราวรำโทนนกพิทิด ควรให้ข้อมูลประวัติความเป็นมา เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ ตลอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน และแสดงให้เห็นบทเพลงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ “เพลงนกพิทิด” และเพลงที่ยังหลงเหลืออยู่จาก 200 กว่าเพลงในอดีต

3. การสื่อความหมายควรเคารพความรู้สึกหรืออารมณ์ของสถานที่ และคุณค่าทั้งนามธรรมและรูปธรรมของทรัพยากรวัฒนธรรม ในการสื่อความหมายต้องค้นคว้าข้อมูลอย่างถูกต้อง การเลือกนำเสนอบุคคล การเลือกสถานที่เป็นฉากหรือเรื่องราวในการสื่อความหมายควรเลือกอย่างระมัดระวัง แต่แฝงไว้ซึ่งความน่าสนใจ

4. การสื่อความหมายควรให้ประสบการณ์ที่สนุกสนาน รื่นรมย์ และตอบสนองความต้องการของผู้ชม นักท่องเที่ยว หรือผู้บริโภค การผลิตสื่อและการสื่อความหมายของรำโทนนกพิทิด จะเน้นนำเอาเพลงเอกของรำโทนนกพิทิด ได้แก่ เพลงนกพิทิดที่พูดถึงการเกี้ยวพาราสีของนกพิทิดตัวผู้และตัวเมียมาเป็นจุดเน้น และมีการนำฉากสถานที่ท่องเที่ยวของตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราชมาประกอบ

5. สิ่งอำนวยความสะดวกและแผนการในการสื่อความหมายควรเลือกสิ่งที่ดีที่สุดผ่านการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ และควรเป็นนวัตกรรมที่ให้คุณค่าเชิงผลตอบแทนสูง ในการสื่อ

ความหมายควรมีการวางแผนร่วมกับชุมชน และเลือกสิ่งที่ดีที่สุดที่ผ่านการกลั่นกรองจากชุมชนมาแล้วนำเสนอสู่สายตานักท่องเที่ยว

6. การสื่อความหมายจำเป็นต้องใช้เจ้าหน้าที่ที่มีทักษะเหมาะสมกับภาระงานมีความรู้เป็นมืออาชีพ และมีเครื่องไม้เครื่องมือช่วยในการสื่อความหมายอย่างเพียงพอในการผลิตชุมชนควรมีส่วนร่วม โดยเฉพาะการคิดวางแผน การเลือกประเด็น การเขียนบท อย่างไรก็ตาม ในแง่ของการผลิตสื่ออาจมีผู้ที่มีทักษะด้านการผลิตสื่อมาช่วยดำเนินการผลิต หรือร่วมกันผลิตกับชุมชน เพื่อให้ชุมชนผลิตสื่อเป็นและสามารถดำเนินการต่อไปได้ด้วยตนเอง

7. การสื่อความหมายควรมีข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย ผ่านการวิจัยอย่างน่าเชื่อถือสามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจทรัพยากรวัฒนธรรมได้อย่างทะลุปรุโปร่ง การนำเสนอเรื่องราวของรำโทนนกพิทิด ผ่านการค้นคว้าหาข้อมูลจากปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่ แกนนำชุมชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และได้มีการวางแผนร่วมกันเพื่อการผลิตสื่อ จะทำให้สื่อมีความถูกต้องและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

8. การสื่อความหมายควรก่อให้เกิดความซาบซึ้ง ตระหนักในคุณค่า และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การนำเสนอรำโทนนกพิทิดจะต้องแสดงให้เห็นความงามของการแสดงพื้นบ้านภาพของอดีต และสถานการณ์ในปัจจุบัน ที่จะต้องช่วยกันอนุรักษ์และสืบสาน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเป็นผู้หนึ่งที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ได้เช่นเดียวกันนอกเหนือจากคนในพื้นที่

จากประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น พอสรุปได้ว่า การสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด เพราะชุมชนเป็นเจ้าของเรื่องราว เป็นเจ้าของพื้นที่ นอกจากนี้ ควรเน้นความโดดเด่นของการแสดงพื้นบ้านข้อมูลในภาพรวมที่มีประวัติความเป็นมาที่ถูกต้อง ทันสมัย เข้าถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว การชี้ให้เห็นประสบการณ์ที่น่าตื่นตาตื่นใจจากการได้รับชมและมีส่วนร่วม ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกให้รู้สึกภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์

บทสรุป

จากการนำกรณีศึกษาการละเล่นพื้นบ้าน โดยเฉพาะการรำโทนนกพิทิดของตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราชมานำเสนอดังข้างต้น แสดงให้เห็นการนำเอาการละเล่นพื้นบ้าน ซึ่งปัจจุบันปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นการแสดง สามารถนำมาสร้างเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน ตามแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม การนำการแสดงพื้นบ้านมาส่งเสริมการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย สินค้าการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องส่งเสริมซึ่งกันและกัน ในแง่ของกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เน้นการแสดงพื้นบ้าน สามารถเป็นได้ทั้งกิจกรรมท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องให้ความสำคัญในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านให้เหมาะกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นลักษณะเพียงรับชมอย่างเดียวหรือมีส่วนร่วมด้วยก็ได้ แต่การแสดงพื้นบ้านเหล่านั้นอาจต้องปรับประยุกต์ให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น โดยไม่ทำลายรูปแบบดั้งเดิมไป และการสื่อสารจะมีส่วนสำคัญใน

การสร้างการรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านในหมู่นักท่องเที่ยว ผู้ผลิตสื่อซึ่งควรเป็นชุมชนเองเป็นหลัก ควรดำเนินการตามหลักการสื่อความหมาย การท่องเที่ยวที่เน้นนำเสนอข้อเท็จจริง แสดงให้เห็นความโดดเด่น การเข้าถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงการอนุรักษ์และสืบสานการแสดงพื้นบ้านนั้น ๆ ไว้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเกิดประโยชน์ในแง่การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นด้วย

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการชิ้นนี้อยู่ภายใต้ โครงการวิจัยการสร้างสรรค์การรำโทนนกพิทิดเพื่อสื่อสารและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย หรือ สกว. ประจำปี 2562

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2561**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=502&filename=index

กาญจนา แก้วเทพ. (2557). **เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ธนกฤต ภัทร์ธราธร. (2556). **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)**. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

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

บุษราภรณ์ พวงปัญญา สัญญา เคณาภูมิ ยุภาพร ยุภาศ. (2559). แนวทางการจัดการเพื่อยกระดับสินค้าทางวัฒนธรรม. **วารสารใบลาน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**. 1(1): 80-101.

ประมาณ เทพสงเคราะห์. (2561). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.

ศรัญยา วรากุลวิทย์. (2558). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: แวววาว พริ้นติ้ง.

สมิหลาไทม์ส. (2560). **มรภ.สงขลา ดึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นทำวิจัย 'จิตภาพโนราคลองแดน' ถ่ายทอดท่ารำสู่ นร.ราชประชานุเคราะห์ 11 แสดงตลาดริมน้ำฯ**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: http://www.samilatimes.co.th/?p=22987 (2562, 10 มิถุนายน)

สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2561). สุจิตต์ วงษ์เทศ : อีแซว เมืองสุพรรณ เครือญาติวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: HTTPS://WWW.MATICHON.CO.TH/EDUCATION/RELIGIOUS-CULTURAL/NEWS_812125 (2562, 9 ธันวาคม)

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์. (2560). **รายงานวิจัย เรื่อง การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

อริสรา เสยานนท์. (2560). **การประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์ (1991).

อาจารี รุ่งเจริญ. (2557). การใช้เอกลักษณ์จากศิลปะการแสดงพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี. **วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ**. 16(1): 47-56.