การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

The Communication of Community Identity in Sakhla Village, Na Kluea Subdistrict, Phra Samut Chedi District, Samut Prakan Province, for the Promotion of Cultural Tourism

*1. บุษบาบรรณ ไชยศิริ (Bussababun Chaisiri), นศ.ม. (M.Com.Arts.)**
2. จิรัชญานันทน์ ผลัดรื่น (Jirachayanan Pladruen), นศ.ด. (D.Com. Arts)

Received : 16 July 2025
Revised : 2 November 2025
Accepted : 8 December 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ราย ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน ปราชญ์ชุมชน นักกิจกรรมของชุมชน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาอย่าช้านานซึ่งเห็นความเปลี่ยนแปลงและมีความรู้เข้าใจบริบทของชุมชน

ผลการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติทางด้านประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย ตำนานและความเป็นมาของชุมชน 2) มิติทางด้านพื้นที่ อันเป็นชัยภูมิสถานที่ตั้งของชุมชน 3) มิติทางด้านประชาชน เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลา และ 4) มิติทางด้านวัฒธรรมที่มีงานประเพณีและพิธีกรรมเป็นองค์ประกอบ ใช้วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนในรูปแบบการนำเสนออัตลักษณ์ผ่านวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในชุมชนหมู่บ้านสาขลาให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนได้พบเห็น นำเสนออัตลักษณ์ผ่านงานกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีที่สืบเนื่องมาจากตำนานของชุมชน นำเสนออัตลักษณ์ผ่านสถานที่ตั้งของชุมชนที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์มีทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

คำสำคัญ : การสื่อสารอัตลักษณ์, หมู่บ้านสาขลา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
(Lecturer, Faculty of Communication Arts, Wongchawalitkul University)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) Email: bussababun_cha@vu.ac.th*
2. นักวิชาการอิสระ และอาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
(Independent Scholar and Special Lecturer, University of the Thai Chamber of Commerce)
Email: sineinspiration@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the community identity of Sakhla Village, Na Kluea Subdistrict, Phra Samut Chedi District, Samut Prakan Province, and to explore the status of community identity communication for cultural tourism. The research employed a qualitative approach using in-depth interviews. The sample consisted of 7 participants, including government officials involved in community development, local community experts, community activists, and long-term residents who have witnessed changes and possess an understanding of the community context.

The findings reveal that the community identity of Sakhla Village can be categorized into four dimensions: 1) Historical Dimension – comprising legends and the historical background of the community. 2) Geographical Dimension – referring to the topography and location of the village. 3) People Dimension – reflecting the way of life of Sakhla residents and 4) Cultural Dimension – encompassing traditional festivals and rituals. The communication of community identity is conveyed through various means. This includes showcasing the identity through the daily lives of the villagers, allowing tourists to experience local customs firsthand. Cultural events rooted in community legends also serve as platforms for identity presentation. Moreover, the distinct geographical location of Sakhla is highlighted as a unique characteristic compared to other communities. Communication tools include both online and offline media.

Keyword: Identity communication, Sakhla Village, Cultural tourism

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ (2565) ได้ให้ข้อมูลว่า คำว่า สาขลา มาจากคำว่า สาวกล้า มีประวัติและตำนานความเป็นมาอย่างยาวนาน ซึ่งชาวสาขลามีความภาคภูมิใจที่มีความเป็นมาในอดีต มีความผูกพันเกี่ยวกับการสู้รบกับพม่า ซึ่งมีที่มาจากในอดีตสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เกิดสงคราม 9 ทัพ ซึ่งเป็นสงครามไทยรบพม่า พม่ามีกำลังพลราว 140,000 นาย เข้าตีกรุงเทพฯ 5 ทัพ ตีเมืองเหนือ 2 ทัพ ปักษ์ใต้ 2 ทัพ ซึ่งเป็นสงครามที่ยิ่งใหญ่กว่าครั้งใดๆ ในประวัติศาสตร์ ชายฉกรรจ์ทุกคนต้องเป็นทหาร ดังนั้น ในพระนคร หมู่บ้านต่างๆ รวมทั้งสาขลา จึงมีแต่ผู้หญิง เด็ก และคนชรา เท่านั้น บ้านสาขลาในสมัยนั้นขึ้นอยู่กับธนบุรีเป็นถิ่นที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยข้าวปลา อาหาร นาเกลือ พม่าจึงส่งกองลาดตระเวนออกกวาดต้อนคนไทยและเสบียงอาหาร ผู้หญิง เด็ก และคนชราในหมู่บ้านจึงร่วมใจกันจับอาวุธต่อสู้จนได้ชัยชนะทำให้ได้ชื่อว่า หมู่บ้านสาวกล้า มีขุดพบซากของใช้ อาทิ ถ้วย ชาม จาน โครงกระดูกมนุษย์ในสมัยโบราณเป็นจำนวนมากจมอยู่ใต้ดิน นอกจากนี้ยังมีผู้ขุดพบโบราณวัตถุสมัยสุโขทัย อาทิ ชาม จานลวดลายเบญจรงค์ สังคโลก ลายคราม ฯลฯ สามารถสันนิษฐานได้ว่าวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของ

บรรพบุรุษชาวหมู่บ้านสาขลาสมัยก่อนจะใช้เครื่องถ้วยชามเบญจรงค์ นอกจากประวัติศาสตร์ความเป็นมาของหมู่บ้านสาขลาแล้ว อีกหนึ่งตำนานที่หลอมรวมความศรัทธาและหัวใจของชาวหมู่บ้านสาขลาให้เป็นหนึ่งเดียวคือหลวงพ่อโตวัดสาขลา เป็นองค์พระประธานประจำชุมชน วัดสาขลามีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน สร้างเมื่อ พ.ศ. 2325 สันนิษฐานว่าชาวบ้านช่วยกันสร้างเมื่อคราวรบชนะพม่า นับอายุของวัดแห่งนี้ได้กว่า 233 ปี ปัจจุบันได้ถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสมุทรปราการ วิหารหลวงพ่อโตพระพุทธรูปเก่าแก่ประจำวัดอยู่ติดกับอุโบสถที่ยกสูงขึ้นเมื่อครั้งถูกน้ำท่วม ทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนกันเข้ามาสักการะไม่ขาดสาย คนเฒ่าคนแก่ของหมู่บ้านสาขลาได้ถ่ายทอดถึงตำนานความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโตไว้ว่าเมื่อคืนวันที่ 6 มกราคม 2526 เวลาประมาณ 21.00 น. ได้เกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ในหมู่บ้าน ชาวบ้านต่างช่วยกันดับไฟแต่ก็เป็นไปด้วยความยากลำบาก พายุเพลิงได้ลุกโหมกระหน่ำไม่หยุดหย่อน จนเกินความสามารถของชาวบ้าน ชาวบ้านที่ออกไปหาปูปลาไม่ไกลจากบริเวณหมู่บ้านสาขลาได้เห็นสิ่งอัศจรรย์ คือ เห็นหลวงพ่อโตยืนเอาจีวรโบกไฟที่กำลังโหมไหม้จนค่อย ๆ ดับลง พร้อมกับได้ยินเสียงสวดมนต์ดังอย่างต่อเนื่อง พอรุ่งเช้าชาวบ้านทราบข่าวว่ามีคนเห็นองค์หลวงพ่อโตช่วยดับไฟทุกคนจึงแห่ไปดูที่วัด และต้องตกตะลึง บางคนถึงกับร้องไห้เมื่อเห็นว่าองค์หลวงพ่อโตดำไปด้วยเขม่าทั้งองค์ ผ้าที่ห่มกรอบไหม้ ใบหน้าของท่านมีร่องรอยเหมือนน้ำตาไหล ชาวบ้านจึงพร้อมใจกันทำบุญให้หลวงพ่อโตทุกวันที่ 6 มกราคมของทุกปี (คมชัดลึก, 2558)

หมู่บ้านสาขลาปัจจุบันตั้งอยู่ที่ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นชุมชนขนาดกลางอยู่ใกล้อ่าวไทย และมีความเป็นเอกเทศในลักษณะชุมชนปิด การเดินทางเข้าออกชุมชนของประชาชนแต่ก่อนสามารถเดินทางได้เพียงทางเรือเท่านั้น (ศูนย์ไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561) ปัจจุบันสามารถเดินทางโดยรถยนต์เข้าออกหมู่บ้านสาขลาได้ สภาพโดยทั่วไปของชุมชนหมู่บ้านสาขลาเป็นป่าชายเลน ซึ่งเป็นระบบนิเวศน์ของป่าเขตร้อน มีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุม มีความชื้นสูง มีปริมาณน้ำฝนมาก ลักษณะโดยทั่วไปของป่าชายเลนจะเป็นแนวทอดยาวขนานไปตามชายฝั่งทะเลและตามแนวคลอง ระยะหลังมีการเปลี่ยนแปลงสภาพไปบ้าง เพราะบางบริเวณถูกแบ่งไปเป็นนากุ้ง พันธุ์ไม้โดยทั่วไปที่ขึ้นอยู่มีไม้แสมขาวขึ้นสลับกับแสมดำ ไม้โกงกาง ไม้ลำพูและต้นจาก ถัดเข้าไปจะเป็นบริเวณที่มีน้ำทะเลท่วมถึงบ้างเป็นครั้งคราวจะพบต้นโพทะเล เหงือกปลาหมอ สัตว์ที่พบเห็นได้โดยทั่วไป ได้แก่ ปูแสม ปูก้ามดาบ ปลาตีน ตะกวด ปูทะเล กุ้ง หอยชนิดต่างๆ และปลากระบอก เอกลักษณ์ทางสภาพพื้นที่ของบ้านสาขลา เนื่องจากตั้งอยู่ท่ามกลางป่าชายเลน บ้านสาขลาถูกขนานนามเป็น บ้านสามน้ำ สามป่า สามนาและสามหอย โดยมีความหมายมาจากทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของบ้านสาขลา ได้แก่ 1) สามน้ำ คือมีทั้ง น้ำจืด น้ำเค็มและน้ำกร่อย 2) สามป่า คือป่าแสม ป่าจาก ป่าโกงกาง 3) สามนา คือ นาข้าว นาเกลือ นากุ้งและปลา 4) สามหอย คือ หอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรมและหอยกระพง (องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ, 2565)

วิถีชีวิตชาวหมู่บ้านสาขลา เป็นชุมชนชาวประมง อาชีพส่วนใหญ่ทำการประมงและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทะเล เช่น กะปิ กุ้งแห้ง ฯลฯ สิ่งที่น่าสนใจของหมู่บ้านสาขลา คือ ความแตกต่างระหว่างชุมชนเมือง และวิถีชีวิตเรียบง่ายของชาวบ้านแบบชนบทดั้งเดิม (องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ, 2565) อาหารแปรรูปขึ้นชื่อของหมู่บ้านสาขลาคือ กุ้งเหยียด ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านซึ่งประกอบอาชีพเลี้ยงกุ้งธรรมชาติ หรือการทำวังกุ้ง ได้คิดค้นการแปรรูปสัตว์ทะเล โดยการนำกุ้ง 2 ชนิด ได้แก่ กุ้งรูและกุ้งขาวมาดัดหลังให้ตรง และเรียงใส่หม้อทีละชั้นอย่างเป็นระเบียบ โรยน้ำตาลทรายและเกลือป่นลงไประหว่างชั้น จากนั้นนำเขียงมากดทับก่อนนำไปต้มให้สุก ได้เป็นกุ้งตัวแดงมันวาวเหยียดตัวตรง เคี้ยวหนึบหนับรสชาติหวานสุดยอดเมนูอร่อยหนึ่งเดียวในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) นอกจากนี้ ด้วยความที่หมู่บ้านสาขลาเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้ทะเลทำให้มีอาหารทะเลที่อุดมสมบูรณ์และทำบริโภคภายในชุมชนรวมทั้งวางขายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา อาทิ ปลาหมอเทศแดดเดียว กะปิ น้ำปลา ขนมจาก เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ, 2565) หมู่บ้านสาขลามีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติทั้งไทย จีน และมอญ ส่งผลให้ประเพณีและวัฒนธรรมมีความหลากหลายแต่ในปัจจุบันประเพณีและวัฒนธรรมบางอย่างได้เลือนหายไปตามกาลเวลา หมู่บ้านสาขลามีการจัดงานประจำปีราวปลายเดือนสิบเอ็ดหลังออกพรรษา ซึ่งงานประจำปีที่ขึ้นชื่อและไม่เหมือนใคร คือ งานแห่หลวงพ่อโต โดยจะมีการแห่องค์หลวงพ่อโตจำลองไปตามเส้นทางคลองสรรพสามิตไปถึงท่าเรือปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้ประชาชนได้สักการบูชา หลังจากพิธีแห่องค์หลวงพ่อเสร็จสิ้นจะมีการแข่งเรือและการประกวดเรือตามด้วยมีการจัดงานมหรสพต่างๆ นอกจากนี้ประชาชนในหมู่บ้านสาขลายังมีการละเล่นต่างๆ ในช่วงสงกรานต์ ซึ่งถือเป็นงานประเพณีปีใหม่ของไทย โดยชาวบ้านจะทำบุญตักบาตร รดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ เมื่อถึงช่วงเวลาเย็นจะมีการละเล่นสนุกสนานร่วมกัน ผู้ใหญ่จะมีการทรงเจ้าเข้าผี เช่น การเข้าทรงผีข้อง ผีกระด้ง ผีสาร การเข้าลิงลม ส่วนเด็กๆ จะเล่นเตขี่ มอญซ่อนผ้า ขี่ม้าส่งเมือง แม่งูกินหาง ตี่จับ รีรีข้าวสาร และการเล่นสะบ้า เป็นต้น วัฒนธรรมทางภาษาของชาวหมู่บ้านสาขลามีลักษณะเหมือนกับชาวบ้านภาคกลางทั่วไปเพียงแต่หางเสียงจะมีลักษณะเหน่อเหมือนภาษามอญ คือมีลักษณะพูดเร็ว มีคำพูดที่แตกต่างจากภาษาภาคกลางทั่วไปบ้าง อาทิ การทักทายจะไปไหน ชาวหมู่บ้านสาขลาจะพูดว่า ไปหนา เมื่อกี้นี้ พูดว่า ปะเกี๊ยะ นี่หรือ พูดว่า เนี่ยะเล่อะ อยู่ไหน พูดว่า อยู่หนา ไม่เอา พูดว่า ไม่อา เป็นต้น นอกจากนี้ชาวหมู่บ้านสาขลายังมีการเรียกชื่อของใช้บางชนิดที่แตกต่างจากภาคกลางทั่วไป อาทิ บันได เรียกว่า กะได กางเกง เรียกว่า กุงเกง กะละมัง เรียกว่า กะมัง ตู้ เรียกว่า ชั้ว ผ้าขาวม้า เรียกว่า ผ้ายี่โป้ สะพาน เรียกว่า ตะพาน ขนมจาก เรียกว่า ขนมย่าง เป็นต้น องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ (2565) ทั้งหมดดังที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าหมู่บ้านสาขลาเป็นชุมชนที่เอกลักษณ์เฉพาะตัว แบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติทางด้านประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย ตำนานและความเป็นมาของชุมชน 2) มิติทางด้านพื้นที่ อันเป็นชัยภูมิสถานที่ตั้งของชุมชน 3) มิติทางด้านประชาชน เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลา และ 4) มิติทางด้านวัฒธรรมที่มีงานประเพณีและพิธีกรรม เป็นองค์ประกอบ ซึ่งองค์ประกอบ 4 มิตินี้เป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้หมู่บ้านสาขลามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังผลักดันส่งเสริมค่านิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า ซอฟ พาวเวอร์ ซึ่งมีความหมายถึง พลังที่โน้มนำให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับ แต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม (เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์, 2567) สอดคล้องกับรัฐบาลที่มีนโยบายที่จะสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อเป็นแนวทางยกระดับพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในการสร้างมูลค่าและสร้างรายได้ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำของประเทศไทยในเวทีโลก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ (สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2566) ดังนั้น การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนอันโดดเด่นของแต่ละพื้นที่จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนในระยะยาว การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลาและสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องต่อบริบทการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

2.2 เพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ครอบคลุมการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนซึ่งหลอมรวมขึ้นจากชัยภูมิพื้นที่ตั้งของชุมชน การดำเนินวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ วัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว และประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่าของพื้นที่ชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์ จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ราย ซึ่งเป็นที่รู้จักและมีบทบาทสำคัญในชุมชน ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน ปราชญ์ชุมชน นักกิจกรรมของชุมชน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาอย่าช้านานซึ่งเห็นความเปลี่ยนแปลงและมีความรู้เข้าใจบริบทของชุมชนมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมและท่องเที่ยวในหมู่บ้านสาขลา

4. การทบทวนวรรณกรรม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแนวที่นำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์

Hall (1996) ได้อธิบายไว้ว่า อัตลักษณ์ คือสิ่งที่เป็นเอกภาพหรือหนึ่งเดียวในโครงสร้างของความหมายทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์จึงถูกผลิตขึ้นมาเพื่อระบุตัวตนที่ก่อตัวขึ้นมาภายใต้สังคม อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจากการรับรู้ทั่วไปหรือลักษณะเฉพาะร่วมกับบุคคลหรือกลุ่มคน เป็นกระบวนการที่ไม่เสร็จสิ้นหรือที่ไม่หยุดนิ่งผ่านระบบสัญลักษณ์เรียกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่สำคัญของสังคมนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ Hall (1996) ได้พิจารณาจากสิ่งที่ใช้ในการแสดงออกของบุคคลและระบุว่าอัตลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงการรู้จักตนเอง การรับรู้ตนเอง การยอมรับตนเอง ความมั่นใจในตนเอง และความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลบางอย่างเป็นรูปธรรมจนเกือบจะจับต้องได้ สัมผัสได้ เช่น รูปร่างหน้าตา เพศ สถานะ ความรู้ เป็นต้น ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม 2) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงผลของการขัดเกลาทางสังคม กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ทั้งนี้สิ่งที่แสดงออกมาจะปรากฏในรูปวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ และแบบแผนพฤติกรรม ส่วน Davis et al., (2019) ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์มีความหมายครอบคลุมหลายแง่มุม ทั้งที่ เกี่ยวข้องกับปัจเจกบุคคล ระหว่างบุคคล และกระบวนการทาง สังคมที่ฝังอยู่ภายในโครงสร้างทางสังคม ในขณะที่ Buaban & Chaisuwan (2022) ที่พบว่าอัตลักษณ์เป็นการก่อรูปขึ้นมาจากสถาบันทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านการแต่งกายเพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Thananun & Thungsakul (2021) ได้อธิบายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ไว้ว่า เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นหรือด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยสามารถจัดกลุ่มได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. อัตลักษณ์ที่จับต้องได้ (Tangible Identity) หรือ อัตลักษณ์ในเชิงรูปธรรม เช่น ภาพศิลปะ สถาปัตยกรรม หัตถกรรม อุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม และอาหาร เป็นต้น

2. อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) หรืออัตลักษณ์ในเชิงนามธรรม เช่น คติความเชื่อ ประเพณี วิถีชีวิต การแสดง ดนตรี ภาษา และวรรณกรรม เป็นต้น ในขณะที่ Chimpalee (2022) ได้อธิบายถึงอัตลักษณ์และลักษณะเฉพาะของเมืองหรือชุมชนไว้ว่า คือ รากเหง้าหรือวัฒนธรรมทางสังคมที่ถูกหลอมให้เกิดขึ้นมา และใช้ในการยึดเป็นภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ในการปฏิบัติในสังคมนั้นๆ ซึ่งมีความโดดเด่นหรือความแตกต่างกับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมสังคมอื่นๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มชุมชน โดยมีคุณภาพหรือคุณสมบัติที่แตกต่างและมีลักษณะที่ทำให้เป็นที่รู้จัก มีความเป็นลักษณะเฉพาะของ หรือ คุณสมบัติที่พิเศษและแตกต่างของเมืองหรือชุมชนอื่น จากแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่กล่าวมานี้จึงสามารถสรุปได้ว่า อัตลักษณ์คือ รากเหง้า เป็นสิ่งจำเพาะที่ทำให้มนุษย์ สถานที่ ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ หรือสิ่งของวัตถุเกิดความแตกต่าง เป็นที่น่าจดจำ ซึ่งเราเรียกสิ่งเหล่านี้โดยรวมว่า อัตลักษณ์

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Mousavi et al., (2016) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมิได้จำกัดเพียงการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตร่วมสมัยและวัฒนธรรมของผู้คนในพื้นที่ด้วย

Pattanapon (2011) ได้นำเสนอองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ 6 ด้านดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย 10 องค์ประกอบ คือ
    1) ประวัติศาสตร์ความเป็นมา
    2) หลักฐานทางประวัติศาสตร์
    3) สิ่งปลูกสร้าง หรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์
    4) ศิลปะของแต่ละยุกต์แต่ละสมัย
    5) พิธีกรรม และศาสนา
    6) เครื่องดนตรีในสมัยเก่า และมหรสพต่างๆ ในอดีต
    7) การสื่อสารและการศึกษาในอดีต
    8) เครื่องแต่งกาย ขนบธรรมเนียมต่างๆ ในอดีต
    9) วัฒนธรรมประเพณีในอดีต
    10) เทคโนโลยีต่างๆ ในอดีต

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม คือ การเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบไปด้วยความสนใจ ความตั้งใจ และความมุ่งมั่นที่จะศึกษาสิ่งแวดล้อม

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของฝาก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งหมด

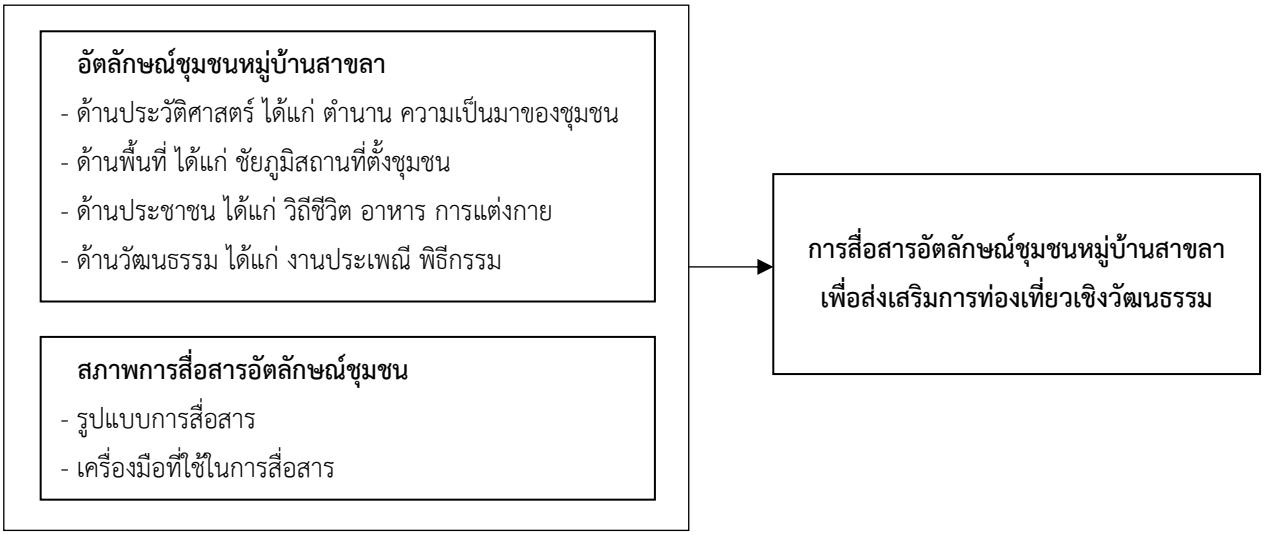
4. องค์ประกอบการตลาดท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่เป็นร้านค้าหลายๆ ร้านมาวางจาหน่ายรวมกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ

5. องค์ประกอบการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วย ประชาชนในชุมชน และผู้นำชุมชน ซึ่งจะต้องมีการปกครองกันตามกฎระเบียบ เพื่อคนจำนวนมากอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

6. องค์ประกอบการสร้างจิตสำนึกกับการท่องเที่ยว คือ การปลูกฝังให้คนในสถานที่ท่องเที่ยวช่วยกันรักษาและดูแลให้มีสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก ปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่นั้นๆ เป็นสถานที่ที่น่าท่องเที่ยวต่อไปในระยะยาว

ในขณะที่ Sukkorn (2019) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้หรือได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ในวิธีการต่างๆ โดยผนวกองค์ประกอบทางทรัพยากรด้านสังคมสิ่งแวดล้อมและธุรกิจเข้า ด้วยกันจนเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสอดรับตามกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

6.1 มิติด้านประวัติศาสตร์ จากการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพบว่า ชื่อเรียก สาขลา มีที่มาพื้นคำเดิมจากคำว่า สาวกล้า และค่อยๆ ออกเพี้ยนจนกลายเป็นคำว่า สาขลา หมู่บ้านสาขลามีประวัติและตำนานเล่าสืบต่อกันมาในหมู่คนเฒ่าคนแก่ถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นใหม่ในชุมชนหลักๆ จำนวน 2 เรื่อง คือ 1) ตำนานหมู่บ้านสาขลา ซึ่งเริ่มตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เกิดสงครามไทยรบพม่าครั้งใหญ่ที่รู้จักกันในชื่อสงคราม 9 ทัพ เป็นสงครามที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ ชายฉกรรจ์ในหมู่ทุกคนต้องไปเป็นทหารเพื่อเข้ารบป้องกันแผ่นดินทำให้หมู่บ้านเหลือเพียง เด็ก สตรี และคนชรา ด้วยชัยภูมิที่ตั้งของหมู่บ้านซึ่งอยู่ใกล้ทะเลอ่าวไทยทำให้หมู่บ้านอุดมสมบูรณ์ไปด้วยอาหารส่งผลให้ทัพพม่ามาลาดตระเวนกวาดต้องเสบียงเข้าสู่กองทัพ ผู้หญิง เด็ก และคนชราในหมู่บ้านจึงร่วมกันวางกลอุบายต่อสู้ทัพพม่าจนได้รับชัยชนะ และ 2) เรื่องหลวงพ่อโตดับไฟ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่ตรงกัน กล่าวคือ วัดสาขลาเป็นวัดเก่าแก่ได้รับการสันนิษฐานว่าสร้างขึ้นราวปี พ.ศ. 2325 มีองค์หลวงพ่อโตเป็นพระประธานคู่บ้านคู่เมืองที่ชาวหมู่บ้านสาขลาศรัทธา จากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า เมื่อคืนวันที่ 6 มกราคม 2526 เวลาประมาณ 21.00 น. ได้เกิดเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งใหญ่ในหมู่บ้านสาขลาบริเวณตลาด ชาวบ้านพยายามช่วยกันดับไฟโดยส่งถังน้ำต่อๆ กัน และช่วยกันพาคนเจ็บไปส่งโรงพยาบาลทางเรือ แต่ไฟที่ลุกไหม้ไม่สามารถดับลงได้ในจนชาวบ้านเกิดความเหนื่อยล้าแต่แล้วก็ได้ยินเสียงสวดมนต์ดังออกมาจาก

บริเวณวัดสาขลาและไฟที่กำลังลุกไหม้ก็ค่อยๆ สงบลง ชาวบ้านที่ออกไปประกอบอาชีพหาปูหาปลาในเวลากลางคืนรอบบริเวณหมู่บ้านได้เห็นพระชรารำงสูงใหญ่ยืนอยู่เหนือบริเวณไฟไหม้กำลังโบกจีวรดับไฟ รุ่งเช้าชาวบ้านจึงรวมตัวกันไปที่วิหารองค์หลวงพ่อโตและพบว่าองค์หลวงพ่อโตดำไปด้วยเขม่าควันไฟทั้งองค์ ผ้าที่ห่มมีรอยไหม้ ใบหน้าของท่านมีร่องรอยคราบน้ำตาไหล ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของงานประจำปีของชาวหมู่บ้านสาขลาที่จัดขึ้นในวันที่ 6 มกราคมของทุกปีเพื่อร่วมกันทำบุญให้องค์หลวงพ่อโต

6.2 มิติด้านพื้นที่ จากการศึกษาพบว่า ชัยภูมิสถานที่ตั้งหมู่บ้านสาขลาเป็นพื้นที่ที่เคยเป็นชุมชนโบราณ โดยได้มีการขุดพบวัตถุโบราณข้าวของเครื่องใช้ในสมัยสุโขทัย อาทิ จาน ชาม เครื่องเบญจรงค์ เครื่องสังคโลก เครื่อง ลายคราม เป็นต้น ปัจจุบันหมู่บ้านสาขลาตั้งอยู่ที่ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นชุมชนปิดอยู่ใกล้อ่าวไทย การเดินทางเข้าออกชุมชนสามารถเดินทางได้ทั้งทางรถและทางเรือ ระบบนิเวศน์ของหมู่บ้านสาขลาเป็นป่าชายเลนมีลำคลองโอบล้อมบริเวณหมู่บ้าน พื้นที่ของหมู่บ้านสาขลาในปัจจุบันส่วนมากเป็นพื้นที่สำหรับการประกอบอาชีพประมงคือการทำบ่อกุ้งบ่อปู และพื้นที่สำหรับสร้างบ้านเรือนอยู่อาศัย บ้านสาขลาได้รับการขนานนามว่าเป็น บ้านสามน้ำ สามป่า สามนา และสามหอย สามารถแปลความหมายได้คือ 1) สามน้ำ คือมีทั้ง น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย 2) สามป่า คือป่าแสม ป่าจาก ป่าโกงกาง 3) สามนา คือ นาข้าว นาเกลือ นากุ้งและปลา 4) สามหอย คือ หอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรมและหอยกระพง

6.3 มิติด้านประชาชน จากการศึกษาพบว่า มิติด้านประชาชน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ 1) การดำเนินวิถีชีวิต 2) อาหาร และ 3) การแต่งกาย 4) ภาษา โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) การดำเนินวิถีชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลาในปัจจุบันมีลักษณะการประกอบอาชีพแบบชาวประมงซึ่งแต่เดิมประกอบอาชีพทำนาข้าวและด้วยความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติทำให้ชาวบ้านหันมาประกอบอาชีพทำนาเกลือก่อนจะค่อยๆ เปลี่ยนมาประกอบอาชีพทำนากุ้งหรือวังกุ้ง สัตว์ทะเลที่นิยมเลี้ยงและสร้างรายได้คือ กุ้ง หอยแครง ปูทะเล และปลา 2) อาหารที่เป็นที่นิยมรับประทานคืออาหารทะเลที่เป็นผลิตภัณฑ์เพาะเลี้ยงได้ในชุมชน และยังได้มีการนำอาหารทะเลเหล่านี้มาแปรรูปเพื่อการถนอมอาหารและเป็นสินค้าชุมชนจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ กุ้งเหยียด ซึ่งเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กะปิ ปลาหมอเทศแดดเดียว ปลากระบอกแดดเดียว เป็นต้น 4) ภาษาของชาวหมู่บ้านสาขลาเป็นภาษาเหมือนชาวบ้านภาคกลางทั่วไปแต่จะมีสำเนียงการพูดหางเสียงเหน่อเหมือนภาษามอญ พูดเร็ว และมีการเรียกสิ่งของบางชนิดแตกต่างจากภาษากลางทั่วไป

6.4 มิติด้านวัฒธรรม จากการศึกษาพบว่า ชาวหมู่บ้านสาขลามีการจัดงานประเพณีหลัก จำนวน 2 งาน ได้แก่ 1) งานประจำปีที่ขึ้นชื่อและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน คือ งานแห่องค์หลวงพ่อโต วัดสาขลา โดยปัจจุบันจะมีการแห่องค์หลวงพ่อโตจำลองใน 2 เส้นทาง คือทางน้ำไปตามเส้นทางคลองสรรพสามิตไปถึงท่าเรือปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ และทางบกโดยใช้รถวิ่งไปตามเส้นทางจากหมู่บ้านสาขลาไปถึงพระสมุทรเจดีย์ เพื่อให้ประชาชนได้สักการบูชา หลังเสร็จพิธีแห่องค์หลวงพ่อจะมีการเล่นของชาวในชุมชน ได้แก่ การแข่งเรือและการประกวดเรือหลากหลายประเภท การละเล่นต่างๆ ตามด้วยมีการจัดงานมหรสพ การแสดงลิเก ดนตรี เป็นต้น และ 2) งานประเพณีปีใหม่ของไทย คือ สงกรานต์ ซึ่งงานประเพณีสงกรานต์ของชาวหมู่บ้านสาขลาจะจัดล่าช้ากว่างานประเพณีสงกรานต์ปกติทั่วไป ภายในงานจะมีกิจกรรมทำบุญตักบาตร รดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ การเดินขบวนแห่สงกรานต์ การประกวดนางสงกรานต์ภายในหมู่บ้าน การละเล่นสนุกสนาน รวมไปถึงการจัดงานมหรสพ

สำหรับสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) รูปแบบการสื่อสาร 2) เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลาถูกนำเสนอผ่านงานกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีที่สืบเนื่องมาจากตำนานของชุมชน สถานที่ตั้งของชุมชนที่มีลักษณะเป็นชุมชนปิดแตกต่างจากชุมชนอื่น และถูกนำเสนอผ่านการดำเนินวิถีชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลา 2) เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนที่ใช้ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ 1) เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ที่จัดทำขึ้นจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ เฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานราชการในพื้นที่ เฟซบุ๊กแฟนเพจของวัดสาขลา กลุ่มเฟซบุ๊กบ้านสาขลา เป็นต้น 2) เครื่องมือในรูปแบบออฟไลน์หรือออนกราวน์ ได้แก่ ประชาชนหรือชาวหมู่บ้านสาขลาที่บอกเล่าเรื่องราวข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมู่บ้านสาขลา และวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์เชิงประจักษ์ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้คนที่ไปเยือนหมู่บ้านสาขลาได้พบเห็น

7. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถอภิปรายผลได้ 2 ส่วน ดังนี้

7.1 อัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

7.1.1 มิติด้านประวัติศาสตร์ กล่าวคือ หมู่บ้านสาขลามีประวัติและตำนานเล่าสืบต่อกันมาในหมู่คนเฒ่าคนแก่ถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นใหม่ในชุมชนหลักๆ จำนวน 2 เรื่อง คือ 1) ตำนานหมู่บ้านสาขลา ซึ่งเริ่มตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เกิดสงครามไทยรบพม่าครั้งใหญ่ที่รู้จักกันในชื่อสงคราม 9 ทัพ ซึ่งผู้หญิง เด็ก และคนชราในหมู่บ้านร่วมกันต่อสู้ทัพพม่าจนได้รับชัยชนะ จึงขนานนามชื่อหมู่บ้านว่าสาวกล้า จนเพี้ยนมาเป็น หมู่บ้านสาขลา และ 2) ประวัติศาสตร์เรื่องหลวงพ่อโตดับไฟ โดยองค์หลวงพ่อโตเป็นพระประธานคู่บ้านคู่เมืองที่ชาวหมู่บ้านสาขลาศรัทธา และชาวบ้านในชุมชนเชื่อว่าท่านได้ช่วยดับไฟในครั้งที่หมู่บ้านเกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ การสืบทอดเรื่องเล่าเหล่านี้สะท้อนถึง อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) ตามแนวคิดของ Thananun & Thungsakul (2021) ที่รวมถึงคติความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิต ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของชุมชน นอกจากนี้ การรักษาและเล่าตำนานเหล่านี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall (1996) ที่ระบุว่าอัตลักษณ์เป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง ถูกสร้างขึ้นจากการรับรู้ร่วมกันภายในสังคม หมู่บ้านสาขลาจึงสามารถสร้าง อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และ อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของสมาชิกชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการรับรู้ประวัติศาสตร์ การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนจึงเกิดขึ้นผ่าน ระบบสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณี ที่ถ่ายทอดเป็นรูปธรรมและนามธรรม ทั้งในด้านวัตถุ เช่น สถานที่สำคัญ และด้านนามธรรม เช่น ความเชื่อ ความภาคภูมิใจในรากเหง้า สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความแตกต่างและความจำเฉพาะตัวของหมู่บ้านสาขลา ทำให้ชุมชนมีเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถสื่อสารกับทั้งสมาชิกภายในและผู้มาเยือน (Buaban & Chaisuwan, 2022; Chimpalee, 2022)

7.1.2 มิติด้านพื้นที่ กล่าวคือ หมู่บ้านสาขลาเป็นชุมชนโบราณ เคยมีการขุดพบวัตถุโบราณสมัยสุโขทัย เช่น จาน ชาม เครื่องเบญจรงค์และเครื่องสังคโลก ปัจจุบันตั้งอยู่ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นชุมชนปิดใกล้อ่าวไทย สามารถเข้าออกได้ทางรถและทางเรือ หมู่บ้านล้อมรอบด้วยระบบนิเวศน์ป่าชายเลนและลำคลอง พื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ประกอบอาชีพประมงและอยู่อาศัย บ้านสาขลามีชื่อเรียกว่า “บ้านสามน้ำ สามป่า สามนา และสามหอย” สื่อถึงความหลากหลายของน้ำ ป่า นา และหอยในพื้นที่ ได้แก่ น้ำจืด น้ำเค็ม น้ำกร่อย ป่าแสม ป่าจาก ป่าโกงกาง นาข้าว นาเกลือ นากุ้งและปลา และหอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรม และหอยกระพง มิติด้านพื้นที่ของหมู่บ้านสาขลาสามารถสะท้อนทั้ง อัตลักษณ์ที่จับต้องได้ (Tangible Identity) ผ่านภูมิทัศน์ สิ่งแวดล้อม และบ้านเรือน รวมถึงชื่อเรียก “บ้านสามน้ำ สามป่า สามนา และสามหอย” ซึ่งสื่อถึงความหลากหลายของน้ำ ป่า นา และทรัพยากรทะเล และ อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) ผ่านวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของชาวบ้าน เช่น การทำประมง การเลี้ยงกุ้ง หอย และปลา ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดของ Hall (1996) และ Buaban & Chaisuwan (2022) นอกจากนี้ ลักษณะพื้นที่และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติช่วยให้ชุมชนสามารถสร้าง อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่โดดเด่น แตกต่างจากชุมชนอื่น ทั้งในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และรูปแบบวิถีชีวิตที่ยั่งยืน ซึ่งทำให้หมู่บ้านสาขลาเป็นตัวอย่างของชุมชนที่สามารถสื่อสารเอกลักษณ์ของตนออกสู่ภายนอก ทั้งสำหรับสมาชิกในชุมชนและผู้มาเยือน (Thananun & Thungsakul 2021; Chimpalee, 2022)

7.1.3 มิติด้านประชาชน กล่าวคือ มิติด้านประชาชนของหมู่บ้านสาขลาประกอบด้วยการดำเนินวิถีชีวิต อาหาร การแต่งกาย และภาษา ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง ได้แก่ การทำนากุ้ง เลี้ยงกุ้ง หอยแครง ปู และปลา จากเดิมที่ทำนาข้าวและนาเกลือ อาหารนิยมเป็นอาหารทะเลและสินค้าชุมชน เช่น กุ้งเหยียด กะปิ ปลาหมอเทศแดดเดียว และปลากระบอกแดดเดียว ภาษาของชาวบ้านใกล้เคียงภาษากลางแต่มีสำเนียงเหน่อแบบมอญ พูดเร็ว และเรียกสิ่งของบางชนิดแตกต่างจากภาษากลาง มิติด้านประชาชนของหมู่บ้านสาขลาสะท้อนให้เห็นถึง อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และ อัตลักษณ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ อย่างชัดเจน ชาวบ้านมีวิถีชีวิตที่ปรับตัวตามทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม โดยประกอบอาชีพประมง การทำนากุ้ง และเลี้ยงสัตว์ทะเลต่างๆ ซึ่งแสดงถึงการปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดความภูมิใจและความยึดโยงต่อชุมชน (Hall, 1996; Davis et al., 2019) อาหารทะเลและผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กุ้งเหยียด กะปิ และปลาตากแห้ง เป็น อัตลักษณ์ที่สื่อสารถึงรากเหง้าและวิถีชีวิตของชุมชน ในขณะที่ภาษาท้องถิ่นที่มีสำเนียงเหน่อแบบมอญ การเรียกสิ่งของบางชนิดแตกต่างจากภาษากลาง และรูปแบบการแต่งกายเป็นอัตลักษณ์ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนและทำให้ชาวบ้านมีความแตกต่างและโดดเด่นจากชุมชนอื่นๆ (Thananun & Thungsakul 2021; Chimpalee, 2022) อีกทั้งมิติด้านประชาชนไม่เพียงสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สืบทอดมา แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการ สื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ให้ผู้มาเยือนและสมาชิกภายในชุมชนรับรู้และเข้าใจเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าอัตลักษณ์เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Hall, 1996; Buaban & Chaisuwan, 2022)

7.1.4 มิติด้านวัฒธรรม กล่าวคือ ชาวหมู่บ้านสาขลามีมิติด้านวัฒนธรรมที่เด่นชัด ผ่านงานประเพณีหลัก 2 งาน ได้แก่ งานแห่องค์หลวงพ่อโต วัดสาขลา ซึ่งจัดแห่องค์จำลองทั้งทางน้ำและทางบก พร้อมกิจกรรมแข่งเรือประกวดเรือ การละเล่น และมหรสพต่างๆ ส่วนอีกงานคือประเพณีสงกรานต์ที่จัดช้ากว่างานทั่วไป ภายในงานมีกิจกรรมทำบุญตักบาตร รดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ ขบวนแห่ การประกวดนางสงกรานต์ และการละเล่นสนุกสนาน ควบคู่กับมหรสพสะท้อนอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และ อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) อย่างชัดเจน ผ่านงานประเพณีหลัก 2 งาน ได้แก่ งานแห่องค์หลวงพ่อโต และงานสงกรานต์ชุมชน งานเหล่านี้ไม่เพียงเป็นกิจกรรมทางศาสนาและสังคมเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็น เครื่องมือสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน โดยแสดงให้เห็นถึงความเชื่อ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมที่เฉพาะถิ่น ซึ่งช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากชุมชนอื่น (Hall, 1996; Davis et al., 2019) อีกทั้งกิจกรรมเช่น การแห่องค์หลวงพ่อโต แข่งเรือ ประกวดเรือ การละเล่น และมหรสพ เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อมทางสังคมและทางน้ำของหมู่บ้าน ขณะที่ประเพณีสงกรานต์ที่จัดช้ากว่าปกติ แสดงถึง การปรับตัวของชุมชนและการรักษาความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม ในขณะเดียวกัน สร้างความภาคภูมิใจและการยอมรับในเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสมาชิกในชุมชน (Buaban & Chaisuwan, 2022) ดังนั้น มิติด้านวัฒนธรรมจึงไม่เพียงสะท้อนความเชื่อและประเพณี แต่ยังเป็นรากเหง้าอัตลักษณ์ชุมชน ที่ทำให้หมู่บ้านสาขลาเป็นที่จดจำและมีคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall (1996) และ Chimpalee (2022) ว่าการสื่อสารอัตลักษณ์เกิดจากกระบวนการสร้างความหมายร่วมและการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชนโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ

7.2 สภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ รูปแบบการสื่อสารและเครื่องมือที่ใช้ รูปแบบการสื่อสารนำเสนอผ่านกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้าน และความเป็นชุมชนปิดที่แตกต่างจากที่อื่น ส่วนเครื่องมือแบ่งเป็นออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานราชการ วัด และกลุ่มชุมชน และออฟไลน์ เช่น การบอกเล่าเรื่องราวโดยชาวบ้านให้ผู้มาเยือนได้รับรู้และสัมผัสอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน (Mousavi et al., 2016) การนำเสนอผ่านกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงการบริโภคสินค้าหรือชมแหล่งประวัติศาสตร์เท่านั้น ในส่วนของเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานราชการ วัด และกลุ่มชุมชน ช่วยขยายขอบเขตการรับรู้และสร้างการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้กว้างขึ้น ในขณะที่เครื่องมือออฟไลน์ เช่น การบอกเล่าเรื่องราวโดยชาวบ้าน เป็นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชนเชิง ประสบการณ์ตรง (Experiential Tangible Identity) ทำให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้ทั้งประวัติศาสตร์ ความเชื่อ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมของหมู่บ้านอย่างเต็มที่ สภาพการสื่อสารดังกล่าวสอดคล้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของ

ชุมชนท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกกับการท่องเที่ยว (Pattanapon, 2011) ชาวบ้านมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลเชิงวัฒนธรรมและสร้างประสบการณ์ตรงแก่นักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนสามารถรักษาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พร้อมกับตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม ดังนั้น สภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลาจึงไม่เพียงช่วยสร้าง ความโดดเด่นของชุมชน และความเป็นเอกลักษณ์แต่ยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยผสานทั้งองค์ความรู้ทางสังคม สิ่งแวดล้อม และธุรกิจการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน Sukkorn (2019) ทำให้หมู่บ้านสาขลาสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทั้งในเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ควรขยายมิติการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนไปยังมิติอื่นๆ ของอัตลักษณ์ชุมชน เช่น การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อชุมชน การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8.2 ควรเพิ่มส่วนของการศึกษาวิจัยให้เป็นไปเพื่อการพัฒนากลยุทธ์สื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน โดยศึกษาประสิทธิผลของเครื่องมือสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้และประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

9. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

9.1 ด้านวิชาการ กล่าวคือ การศึกษาวิจัยนี้ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งในแง่ของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้เกิดฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา การวิจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาชุมชนในอนาคต

9.2 ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กล่าวคือ การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนช่วยให้หน่วยงานท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้ช่องทางและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและน่าสนใจของหมู่บ้านสาขลา ส่งเสริมการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน

9.3 ด้านการพัฒนาศักยภาพชุมชนและการมีส่วนร่วม กล่าวคือ การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนช่วยสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในชุมชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตนเอง ทำให้คนในพื้นที่เกิดความภาคภูมิใจในรากเหง้า และตระหนักถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรม นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ถ่ายทอด และร่วมกันวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

9.4 ด้านเศรษฐกิจและการสร้างคุณค่าทางสังคม กล่าวคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุนสามารถใช้การสื่อสารอัตลักษณ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพเพื่อยกระดับมูลค่าของสินค้าชุมชนและบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันนำมาซึ่งรายได้หมุนเวียนในชุมชนมากขึ้น เกิดผลดีต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และสร้างภาพลักษณ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของหมู่บ้านสาขลาในระยะยาว

10. รายการอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *บ้านสาขลา (กุ้งเหยียด)*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2567 จาก https://thai.tourismthailand.org/Attraction/บ้านสาขลา-กุ้งเหยียด

คมชัดลึก. (2558). *ความศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโต วัดสาขลา อ.พระสมุทรเจดีย์*. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2567, จาก https://www.komchadluek.net/amulet/209848

เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์. (2567). *ซอฟต์พาวเวอร์และการท่องเที่ยวของไทย* [ภาษาไทย]. สภาผู้แทนราษฎร. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567, จาก https://prt.parliament.go.th/server/api/core/bitstreams/d87c5913-7eb5-408a-b1cf-d62acb5b90ba/content

ศูนย์ไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2561). *หมู่บ้านสาขลา*. ศูนย์ไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2567, จาก http://www.thaistudies.chula.ac.th/2018/09/29/หมู่บ้านสาขลา/

สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2566). *คำสั่งสำนักงานนายกรัฐมนตรีที่ 230/2566: แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ* [เอกสารราชการ] (230/2566). สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567, จาก https://sto.go.th/media/คำสั่ง-นร-230-2566-คกก.ยศ.-SP-แห่งชาติ.pdf

องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ. (2565). *บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ* [ภาษาไทย]. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2567, จาก https://shorturl.asia/9uykr

องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ. (2565). *ประวัติตำบลนาเกลือ*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2567, จาก https://www.nakluea.go.th/?p=3549

Buaban, O., & Chaisuwan, B. (2022). Identification construction and identity communication of women dress in Thai fabric on Facebook [in Thai]. *Journal of Modern Learning Development, 7*(11), 1–19.

Chimpalee, S. (2022). *Cultural identity of old market community: A case study of Talad-Noi Community, Bangkok* (Master's thesis, Thammasat University). Thammasat University Repository.

Davis, J. L., Love, T. P., & Fares, P. (2019). Collective social identity: Synthesizing identity theory and social identity theory using digital data. *Social Psychology Quarterly, 82*(3), 254-273.

Hall, S. (1996). *Questions of Cultural Identity. Ashford Colour Press Ltd, Gosport, Hampshire*.

Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N. & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. Paper session presented at International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development, London.

Pattanapon, P. (2011). *Development of cultural tourism route along the Phetchaburi River* (Master's thesis, Thammasat University). Thammasat University Repository.

Sukkorn, C. (2019). Cultural tourism in Thailand. *Journal of Sustainable Tourism Development, 1*(2), 1–7.

Thananun, N., & Thungsakul, N. (2021). Transferring of local identities through contemporary architecture: Case study in Thailand and Asia. *Journal of Architectural/Environmental Design Criticism, 20*(1), 1–20.