สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

Socio-cultural Resources Management

ดร.สายฝน สุเอียนทรเมธี

หนังสือที่ได้รับทุนสนับสนุนการเขียนตำราจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2561

หนังสือที่ได้รับทุนสนับสนุนการเขียนตำราจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2561

สายฝน สุเอียนทรเมธี.

การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม = Socio-cultural Resources Management.

1. ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม. 2. ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม--การคุ้มครอง.
3. ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม--การคุ้มครอง--ไทย.

CC135
ISBN 978-616-602-026-7
ISBN (E-BOOK) 978-616-602-028-1

ลิขสิทธิ์ของ**รองศาสตราจารย์ ดร.สายฝน สุเอียนทรเมธี**
สงวนลิขสิทธิ์

ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 1 เดือนกรกฎาคม 2566
จำนวน 30 เล่ม
ฉบับอิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เดือนกรกฎาคม 2566

จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย**สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**
ท่าพระจันทร์: อาคารธรรมศาสตร์ 60 ปี ชั้น U1 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ถนนพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200 โทร. 0-2223-9232
ศูนย์รังสิต: อาคารโดมบริหาร ชั้น 3 ห้อง 317 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
โทร. 0-2564-2859-60 โทรสาร 0-2564-2860
http://thammasatpress.tu.ac.th, e-mail: unipress@tu.ac.th

พิมพ์ที่**โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**

ออกแบบปกโดย อาจารย์บุษกร ฮวบแช่ม และ รองศาสตราจารย์วีระจักร์ สุเอียนทรเมธี

ตัวอย่าง

ราคาเล่มละ 400.- บาท

คำนำ

การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural Resources Management) เป็นตำราที่เรียบเรียงเนื้อหาในลักษณะสหวิทยาการ (Interdisciplinary) อาศัยองค์ความรู้หลายสาขาในการทำความเข้าใจ พยายามอธิบายอย่างรอบด้าน รวบรวมข้อมูลจากงานศึกษาวิจัยของนักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนงานวิจัยของผู้เขียนเอง เนื้อหาทั้งเล่มเป็นการให้ภาพรวมถึงการศึกษาทำความเข้าใจการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ทั้งความหมาย พัฒนาการ แนวคิด การใช้ประโยชน์ ประสบการณ์ในประเทศไทยและต่างประเทศ และประเด็นท้าทาย

อย่างไรก็ตาม ความพยายามในการเติมเต็มความรู้ในตำราเล่มนี้ได้รับความกรุณาจากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านโบราณคดี พัฒนาชุมชน มานุษยวิทยา ให้คำแนะนำในการจัดระบบการนำเสนอตำรา แนะนำเนื้อหาเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้ตำราเล่มนี้สมบูรณ์มากขึ้น ทำให้ผู้เขียนเรียบเรียงเนื้อหาได้อย่างมั่นใจมากขึ้น และมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นที่นักศึกษาควรได้รับความรู้ นอกจากนี้ยังได้รับการเอื้อเฟื้อรูปภาพ ข้อมูล จากกัลยาณมิตรในสายวิชาการ และลูกศิษย์ ต้องขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ตำราวิชา*การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม* (Socio-cultural Resources Management) เล่มนี้ได้รับทุนสนับสนุนการเขียนตำราจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ.2561 และทุนสนับสนุนการพัฒนาตำราจากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.สายฝน สุเอียนทรเมธี

ประเภททรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

ในการแบ่งประเภทของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมมีแนวทางหลากหลายแต่ผู้เขียนอาศัยแนวทางของยูเนสโกในการจัดประเภทวัฒนธรรมเพื่อนำมาจัดประเภททรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งในที่นี้จำแนกประเภทของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (tangible socio-cultural resources) และทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (intangible socio-cultural resources)

1. ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่จับต้องได้

ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (tangible socio-cultural resources) คำว่า tangible หมายความว่า มีรูปร่าง สัมผัสได้ จับต้องได้ ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมประเภทที่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นวัตถุ ในตำราเล่มนี้แบ่งออกเป็น 12 ประเภท คือ (1) โบราณสถาน (2) โบราณวัตถุ (3) ศิลปวัตถุ (4) อนุสรณ์สถาน-อนุสาวรีย์ (5) สถาปัตยกรรม – บ้านเก่า – อาคาร (6) ย่านชุมชนท้องถิ่น (7) เมืองเก่า (8) แหล่งประวัติศาสตร์ (9) แหล่งภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์ (10) แหล่งภูมิทัศน์วัฒนธรรม (11) ผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ และ (12) ผลผลิตทางภูมิปัญญา

(1) โบราณสถาน (ancient site)

โบราณสถานตามพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พุทธศักราช 2535 (ฉบับที่ 2) นิยามคำว่า “โบราณสถาน (ancient site)” หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี ทั้งนี้ ให้รวมถึงสถานที่ที่เป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย ซึ่ง สายันต์ ไพรชาญจิตร์ (2548, น.21) ได้ยกตัวอย่างโบราณสถาน ได้แก่ สิ่งก่อสร้างที่คนทำขึ้นโดยใช้วัสดุต่าง ๆ ทั้งที่คงทนถาวร เช่น หิน อิฐ ดินเผาไฟ และวัสดุที่ผุสลายได้ง่าย เช่น ไม้ไผ่ ไม้จริง ดินเหนียว สถานที่ธรรมชาติประเภทถ้ำและเพิงผาที่คนสมัยโบราณได้ดัดแปลงก่อสร้างต่อเติมเป็นอาคาร โรงเรือน เพื่อใช้ประโยชน์เป็นบ้านเรือนที่อยู่อาศัย เป็นศาสนสถาน สถานที่ประกอบพิธีกรรม โรงเรือน หรืออาคารที่ประกอบกิจการงานอาชีพ (ปั้นหม้อ ทอผ้า จักสาน หล่อโลหะ ทำลูกปัด ตีเหล็ก ชำแหละสัตว์ โรงสีข้าว ฯลฯ) ที่ประชุม สนามกีฬา อ่างเก็บน้ำ สระ เขื่อนกั้นน้ำ ฝาย เหมือง ถนน คู คลอง สะพาน กำแพงเมือง ป้อมปราการ ท่าเรือ สุสานฝังศพ ศาลาพักร้อน โรงพยาบาล หอดูดาว โบสถ์ วิหาร หอไตร กุฏิ เจดีย์ พระปรางค์ ศาลเจ้า ศาลผีต่าง ๆ เสาอินทขีล มัสยิด วัดฮินดู ปราสาทหินคุก ตะแลงแกง อนุสาวรีย์ ที่มีสภาพติดที่ ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้

คุณค่าของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

การพิจารณาคุณค่าของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์และการพัฒนา ดังที่กล่าวไปในหัวข้อประเภทของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมจะเห็นทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมมีคุณค่าต่อสังคมมนุษย์ไม่แง่ใดก็แง่หนึ่ง เมื่อมนุษย์เป็นผู้สร้างทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของมนุษย์ ดังนั้นมนุษย์จึงพิจารณาว่าทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมนั้น ๆ มีคุณค่าด้านใดต่อมนุษย์ก่อนการสร้าง การผลิต การอนุรักษ์ การรักษา การสืบทอด การรื้อฟื้น การฟื้นฟู พิจารณาว่าทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมมีประโยชน์ด้านใด ในส่วนนี้จึงมุ่งจำแนกคุณค่าของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมออกเป็นประเภทต่าง ๆ และเงื่อนไขที่ทำให้คุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมแตกต่างกัน

คำว่า **“คุณค่า”** (value) กับ **“ความหมาย”** (meaning) ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมมักจะใช้ร่วมกัน คุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ (1) พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม (2) พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ (3) พื้นฐานทางสติปัญญาของคนแต่ละสังคม และ (4) เงื่อนไขทางสังคมและเศรษฐกิจ

1) พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง การให้คุณค่าและความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรมของแต่ละสังคมวัฒนธรรมจะไม่เหมือนกัน บางสังคมวัฒนธรรมเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมบางอย่าง แต่บางสังคมและวัฒนธรรมไม่เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมนั้น อย่างเช่น คนภาคใต้เห็นว่าการแกะตัวหนังตะลุงมีคุณค่า แต่ในขณะเดียวกันคนภาคเหนืออาจจะไม่เห็นคุณค่าด้วย หรือประเพณีบั้งไฟพญานาค คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเห็นว่ามีคุณค่าแต่ในขณะที่คนภาคใต้ไม่ได้ให้ความสำคัญประเพณีบั้งไฟพญานาคจึงไม่มีการปฏิบัติและไม่มองว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมในสังคมภาคใต้ คุณค่าและความหมายผูกติดอยู่กับเจ้าของวัฒนธรรมเพราะเป็นผู้ผลิตวัฒนธรรมนั้น หรือตัวอย่างการแต่งกายของคนไทลื้อตามแบบแผนประเพณี กลุ่มคนไทลื้อ อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เห็นว่าเป็นตัวอย่างวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์คนไทลื้อชัดเจนจึงรณรงค์คนไทลื้อใส่ชุดแนวประเพณีในชีวิตประจำวันหรืออย่างน้อยในการเข้าร่วมพิธีกรรมและโอกาสสำคัญต่าง ๆ อัตลักษณ์การแต่งกายตามแบบแผนคนไทลื้อในแต่ละภูมิภาคยังมีรายละเอียดแตกต่างกัน เช่น ลวดลายผ้าซิ่นของไทลื้อเชียงคำ จังหวัดพะเยาแตกต่างจากผ้าทอไทลื้อหาดบ้าย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย หรือแตกต่างจากผ้าทอไทลื้อบ้านกล้วยหลวง ตำบลกล้วยแพะ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง แม้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันแต่อัตลักษณ์บางอย่างอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับการกำหนดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นอีกด้วย

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในรูปแบบพิพิธภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเกิดแนวคิดเรื่องพิพิธภัณฑ์เชิงนิเวศ หรือพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น (ecomuseum) ที่ไม่เป็นเพียงกรุสมบัติ แต่ให้บทบาทกับเจ้าของทรัพยากรวัฒนธรรมมีส่วนร่วม การจัดแสดงทรัพยากรทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับผู้คนที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม การทำงานของพิพิธภัณฑ์ชุมชนทำให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และพัฒนาความเป็นชุมชน เปลี่ยนการทำงานของพิพิธภัณฑ์จากการสร้างอาคารเพื่อเก็บวัตถุของสะสมที่มีค่า เพื่อตอกย้ำการเป็นชาติอารยะเป็นห้องปฏิบัติการมรดก การให้คุณค่ากับชุมชนที่หลากหลาย ความทรงจำร่วมเป็นหัวใจของการบ่งบอกอัตลักษณ์ของชุมชน แนวคิดพิพิธภัณฑ์จึงเชื่อมต่อกับการสร้างประชาสังคมและกลายเป็นสถานที่แสดงความเป็นวิถีประชาธิปไตยตามนิยาม “พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น” ที่การประชุมของสภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างประเทศใน ค.ศ.1971 โคนาเร (Konare) อดีตประธานสภาการพิพิธภัณฑ์ได้กล่าวไว้ 3 ประการ (นิษฐา หรุ่นเกษม, 2549, น.29-30) คือ

1) พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นจะต้องมีลักษณะของความเป็นครอบครัวหรือชุมชน ขึ้นอยู่กับขนบธรรมเนียมของชุมชน ทรัพยากรร่วมของชุมชน และความต้องการของชุมชน

2) ปฏิบัติการพิพิธภัณฑ์ตลอดจนการอนุรักษ์และสงวนรักษาวัตถุสิ่งของต่าง ๆ จะต้องเป็นเรื่องของชุมชนเป็นหลัก ชาวบ้านในชุมชนจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะจัดการอย่างไร จะจัดแสดงอะไร การให้คุณค่าของสิ่งของที่จะจัดแสดง ให้ความสำคัญและความภาคภูมิใจของชุมชน

3) สิ่งสำคัญในความเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชนคือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และการบริหารจัดการด้วยตนเอง/ด้วยคนในชุมชน

ดังนั้น ช่วงนี้เป็นยุคที่เริ่มเห็นว่าการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมต้องดำเนินพร้อมกันกับทรัพยากรทางสังคม จึงเป็นแนวคิดของการนำเสนอตำราเล่มนี้ที่จะใช้คำว่า “การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม” ในการนำเสนอในบทต่อไป

ในคริสต์ศตวรรษที่ 20 ขอบข่ายของการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม นอกจากการสำรวจ ค้นคว้าวิจัยแล้ว ยังมีด้านการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ซ่อม สงวน ธำรงรักษา การจัดการเผยแพร่ความรู้ การประเมินคุณค่าและการให้มูลค่า การวางแผนนโยบาย ตลอดจนกิจกรรมด้านการศึกษาและความรู้ ไปจนถึงการจัดการด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงการมองทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมในฐานะที่มีคุณค่าที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ มองในฐานะ “ทรัพยากร” มีคุณค่า มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถสร้างให้เกิดมูลค่าแก่มนุษย์ (ดังภาพที่ 2.1)

การจัดการทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรม ประสบการณ์ไต้หวัน

ไต้หวันมีทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งวัฒนธรรมของกลุ่มคนจีนที่อพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ ผสมผสานกับวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาช่วงสงคราม และวัฒนธรรมของชนพื้นเมือง (aborigine) ที่อาศัยอยู่เดิม ปัจจุบันชนพื้นเมืองของไต้หวันมีอยู่ 13 กลุ่ม ชนพื้นเมืองได้รับการยอมรับและการให้การสนับสนุนจากรัฐบาลไต้หวันทั้งทางด้านการศึกษาและเศรษฐกิจ ส่วนการนำเสนอประสบการณ์การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่ผู้เขียนนำมาอธิบายในส่วนนี้เป็นกระบวนการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมของชนพื้นเมืองกลุ่มชาติพันธุ์ไต้หยา (Tayal)

1. การฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ไต้หยา ชุมชนอูไหล

ชุมชนอูไหล (Uyal)[1] ตั้งอยู่ในเขตอูไหล เมืองนิวไทเป เป็นชุมชนชาติพันธุ์พื้นเมืองที่ตั้งถิ่นฐานใกล้เมืองหลวงมากที่สุดของไต้หวัน เนื่องจากชุมชนตั้งอยู่ ณ ต้นน้ำแม่น้ำหนานซื่อ (Nanshi River) ชุมชนอูไหลจึงอุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทำให้ชุมชนอูไหลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญตั้งแต่ช่วงระยะเวลาที่ญี่ปุ่นปกครองไต้หวัน ค.ศ.1895-1945 (Council of Agriculture Executive Yuan, Taiwan, online, 2021) ชุมชนอูไหลอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำพุร้อนที่คุณภาพน้ำดีอันดับต้น ๆ ของไต้หวัน น้ำตกอูไหลที่สูงถึง 80 เมตร อุทยานแห่งชาติเน่ยโต้ง และเขื่อนเก็บน้ำเฟยชุ่ย ซึ่งเขื่อนเก็บน้ำเฟยชุ่ยเป็นเขื่อนเก็บน้ำที่ใหญ่อันดับที่ 2 ของไต้หวัน และเป็นแหล่งน้ำอุปโภคบริโภคที่สำคัญของคนภาคเหนือ เหตุนี้ทำให้เป็นเขตพื้นที่อนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ทำให้ชุมชนอูไหลมีทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรน้ำที่ดีอันดับต้น ๆ ของประเทศ ส่วนทรัพยากรทางวัฒนธรรมก็ไม่แพ้ทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ตลาดน้ำพุร้อนย่านน้ำตกอูไหล ตลาดเก่าแก่อูไหลที่สามารถชิมช้อปอาหารและสินค้าพื้นเมืองไต้หยา มีการก่อสร้างเส้นทางรถรางตั้งแต่ปี ค.ศ.1928 และเปลี่ยนมาให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่ ค.ศ.1960 (Council of Agriculture Executive Yuan, Taiwan, online, 2564) สวนสนุกหยุนเซียนที่เปิดให้บริการตั้งแต่ ค.ศ.1960 พิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์ชนพื้นเมืองไต้หยา ชุมชนและวัฒนธรรมชาติพันธุ์พื้นถิ่นไต้หยาอื่น ๆ ไต้หยามีเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สามารถจัดงานได้ตลอดทั้งปี

การศึกษาทางประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ไต้หยาเป็นชนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ดั้งเดิม กระจายกันตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณเทือกเขาตอนกลาง (central mountains range) ของเกาะไต้หวัน เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของคนไต้หยา คือ การสักบนใบหน้า ทักษะการล่าสัตว์และทอผ้า ผู้หญิงไต้หยาจะเก่งเรื่อง

---

[1]“อูไหล (Ulay)” มาจากภาษาพื้นถิ่นไต้หยา ซึ่งหมายความว่า “น้ำพุร้อน” เล่ากันว่าบรรพบุรุษไต้หยาเดินทางมาถึงดินแดนแห่งนี้ เห็นว่ารายล้อมไปด้วยไอน้ำและน้ำที่พุออกจากซอกหินก็เป็นน้ำร้อน จึงตะโกนขึ้นว่า “Kiluh-ulay !” และคำว่าอูไหลก็มาจากคำคำนี้

บทที่ 5
การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมภาคปฏิบัติการในประเทศไทย

การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมภาคปฏิบัติการในประเทศไทย ผู้เขียนได้สังเคราะห์แบบแผนกระบวนการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม จากงานศึกษาวิจัยของผู้เขียนเองใน 2 กรณี คือ 1) การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมเมืองเก่าลำพูน และ 2) การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย (สายฝน สุเอียนทรเมธี, 2561)

การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมเมืองเก่าลำพูน (สายฝน สุเอียนทรเมธี, 2561)

เทศบาลเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ดำเนินการด้านทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่ามากว่า 10 ปี จนกระทั่งได้รับรางวัลพระปกเกล้าทองคำประจำปี 2559 ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความเป็นเลิศด้านการเสริมสร้างเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม และรางวัลพระปกเกล้าประจำปี 2561 ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความเป็นเลิศ ด้านความโปร่งใสและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นต้น จากการศึกษาพบว่าเทศบาลเมืองลำพูนมีแบบแผนในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม 4 ส่วนด้วยกัน คือ (1) การประเมินคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม (2) การอนุรักษ์ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม (3) การเผยแพร่และนำไปใช้ประโยชน์ และ (4) การกำหนดนโยบาย (Policy Making)

1. การประเมินคุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

ลำพูนเป็นเมืองเก่าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น 1 ใน 10 เมืองเก่าของประเทศไทย ลำพูนเป็นเมืองประวัติศาสตร์ เมืองพุทธศาสนา เมืองที่มีมรดกทางศิลปวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงรักษาสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ร่องรอยของการสร้างบ้านเมือง กำแพงเมือง ในสมัยก่อนยังคงหลงเหลือ

บทที่ 6
การอนุรักษ์ การฟื้นฟู และการสร้างสรรค์ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

ในบทที่ 4 และบทที่ 5 เป็นประสบการณ์การศึกษาแนวคิด กระบวนการ และวิธีการในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมภาคปฏิบัติทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้เขียนได้สังเคราะห์แนวคิดที่ใช้ในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1) แนวคิดอนุรักษ์ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ประกอบด้วยแนวคิดย่อย ๆ ได้แก่ การสงวนรักษา การปฏิสังขรณ์ การบูรณะ และการบูรณปฏิสังขรณ์

2) แนวคิดการฟื้นฟู-การรื้อฟื้นทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

3) แนวคิดการสร้างสรรค์ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ประกอบด้วยแนวคิดย่อย ๆ ได้แก่ การจัดการความรู้ การสืบทอดวัฒนธรรม กระบวนการกลายเป็นสินค้า ประเพณีประดิษฐ์ การสร้างและการผลิต การโหยหาอดีต และการมีส่วนร่วมของประชาชน

แนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

แนวคิดอนุรักษ์เป็นแนวคิดในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วงที่มนุษย์รู้จักการเก็บรักษาสิ่งที่มนุษย์เห็นว่ามีคุณค่า เช่น การเก็บรักษาของหายาก ของแปลก ซึ่งมีคุณค่าได้ทั้งเชิงสุนทรียะทางจิตใจ เพื่อแสดงสถานะทางเศรษฐกิจ สถานะทางสังคม และมีเป้าหมายเพื่อให้ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมคงอยู่และมีความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไป การอนุรักษ์มีวิธีการและกระบวนการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมและเป้าหมายของการอนุรักษ์ของผู้ที่มีบทบาทในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

บทที่ 8

อุตสาหกรรมวัฒนธรรม: ความท้าทายในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมกำลังเป็นประเด็นท้าทายในสังคมไทย ในขณะที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมหลายประเทศในโลกโดยเฉพาะในเอเชียมีอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างมาก สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศจากกระแสนิยมต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม เช่น ความนิยมในเพลง ละคร ภาพยนตร์เกาหลี ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมในประเทศไทยปัจจุบันกำลังเติบโตและเป็นที่นิยมในระดับเอเชียและระดับโลกเช่นกัน อาทิ เพลง ละคร ภาพยนตร์ เป็นต้น การศึกษาทำความเข้าใจอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจึงเป็นประเด็นน่าสนใจ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่นำเอาทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่มีอยู่อย่างมั่งคั่งของสังคมวัฒนธรรมนั้น ๆ มาสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ความหลากหลายของวัฒนธรรมแต่ละชนชาติ เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เกิดการสืบทอดภูมิปัญญาของมนุษยชาติ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจให้กับประเทศนั้น

พัฒนาการอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (culture industry) มีฐานคิดมาจากนักคิดสองท่านคือ ธีโอดอร์ อดอร์โน (Theodor Adorno) กับแม็กซ์ ฮอร์ไคเมอร์ (Max Horkheimer) เมื่อ ค.ศ.1947 โดยที่ฐานคิดหลัก ๆ มาจากอดอร์โน ในหนังสือชื่อ *Dialectic of Enlightenment* ซึ่งได้ตีแผ่ “มายาคติของการรู้แจ้ง” และ “การรู้แจ้งที่กลับกลายเป็นมายาคติ” กล่าวคือ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง “มายาคติ” (myth) กับ “การรู้แจ้ง” (enlightenment) มีความสัมพันธ์คือ มนุษย์เคลื่อนย้ายการอธิบายโลกจากที่เคยเชื่อเรื่องตำนาน เทพนิยายปรัมปรา อำนาจเหนือธรรมชาติต่าง ๆ มาสู่การที่มนุษย์สามารถ “รู้แจ้ง” ด้วยการใช้เหตุผล แต่ต่อมา ปรากฏว่าการรู้แจ้งของมนุษย์กลับกลายเป็นมายาคติซึ่งกลับมาควบคุมมนุษย์เอง

บทที่ 10

บทสรุป ข้อวิพากษ์และการสังเคราะห์ การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

เนื้อหาของตำราในบทที่ผ่านมา เป็นการรวบรวมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการนิยามคำว่าทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมและแบบแผนการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมทั้งในต่างประเทศและประเทศไทยผ่านประสบการณ์การศึกษาวิจัยของผู้เขียนเอง เพื่อทำให้เห็นว่า ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมที่ถูกกำหนดนิยาม นำมาใช้ประโยชน์ และมีคุณค่าต่อสังคมมนุษย์มีอะไรบ้าง ส่วนแบบแผนการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม เพื่อสะท้อนให้เห็นแนวคิด ทฤษฎี วิธีการ กระบวนการในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับการศึกษาของนักศึกษาและนักจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมต่อไป ฉะนั้นบทนี้จึงเป็นเพียงการสรุป สังเคราะห์ และวิพากษ์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม ในฐานะแนวคิดทางวิชาการและกระบวนทัศน์ในการพัฒนาเท่านั้น

บทสรุปขอบข่ายแนวคิดในการศึกษา

มโนทัศน์ **“ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม”** (socio-cultural resources) ยังไม่ปรากฏการณ์นำมาใช้ทั้งในทางวิชาการและการปฏิบัติการ ในประเทศไทยและต่างประเทศจะใช้เป็น “ทรัพยากรทางวัฒนธรรม” (cultural resources) “มรดกทางวัฒนธรรม” (cultural heritage) “มรดกภูมิปัญญาวัฒนธรรม” (intangible heritage) ซึ่งมโนทัศน์เหล่านี้ขาดมิติ “สังคม” ทั้งที่สังคมกับวัฒนธรรมเป็นหน่วยเดียวกัน สังคมเป็นเจ้าของวัฒนธรรม วัฒนธรรมเกิดจากสังคมแยกกันไม่ได้ หากมองมิติสังคมแยกจากวัฒนธรรมจะทำให้มองไม่รอบด้าน ไม่เป็นองค์รวม ไม่เห็นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจจะเป็นจุดอ่อนจุดบกพร่องในการทำให้เกิดประโยชน์กับสังคมวัฒนธรรม นอกจากนี้ “ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม” ถูกมองในฐานะที่เป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการดำรงอยู่ของมนุษยชาติ

การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม

Socio-cultural Resources Management

มนุษย์ในฐานะผู้สร้างวัฒนธรรม อนุรักษ์ สืบทอด ฟื้นฟู รื้อฟื้น สร้างสรรค์ ใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมนั้นๆ พิจารณาว่าวัฒนธรรมเป็น “ทรัพยากร” หรือเป็น “ทุน” ในการพัฒนาสังคมมนุษย์ เนื่องจากวัฒนธรรมมีคุณค่าทางด้านจิตใจ สุนทรียะ การศึกษา ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การดำรงชีวิตของมนุษย์ จึงมีการพัฒนาแบบแผนในการจัดการ การจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมจึงเป็นชุดองค์ความรู้หนึ่งที่ประกอบด้วยแนวคิด วิธีการ และกระบวนการปฏิบัติต่อทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม และกลายเป็นแก่นหลักของกระบวนทัศน์ในการพัฒนาเพื่อยกระดับเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ท้องถิ่น สังคม ประเทศชาติ ตลอดจนการพัฒนาในระดับนานาชาติ

การศึกษาและทำความเข้าใจขอบเขตของ “ทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม” “แนวคิดในการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม” และ “วิธีการและกระบวนการจัดการทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรม” จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน เนื่องด้วยทรัพยากรทางสังคมวัฒนธรรมกลายเป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจและสังคมในทุกระดับ

ดร.สายฝน สุเอียนทรเมธี

รองศาสตราจารย์ประจำวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิลปศาสตรบัณฑิต ศึกษาศาสตร์ (สังคมศึกษา) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต (สังคมวิทยา) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Doctor of Philosophy in Bioresources Science, Mie University, Japan

ISBN 978-616-602-026-7

9 786166 020267

ราคา 400 บาท

หมวดสังคมศาสตร์

http://thammasatpress.tu.ac.th