



การสถาปนาพระพุทธรูปตามเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดล้านนา  
: พุทธศิลป์กับการบริโภคนิยม  
Establishing of Buddha image follows the route travels  
in Lanna's province group : Buddhist art with consumerism.

ว่าที่ร้อยตรีชาญคณิต อารมณ์<sup>1</sup>  
Acting Sub-L.T. Chankhanit Arvorn

### บทคัดย่อ

หลังทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา เส้นทางบกหรือถนน ได้เข้ามาแทนที่เส้นทางน้ำในการกำหนดแหล่งที่ตั้งชุมชน รวมถึงกำหนดพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของชุมชนอีกด้วย “ถนน – ชุมชน – วัด” จึงมีพื้นที่ทับซ้อนกันระหว่างพื้นที่ทางประวัติศาสตร์กับพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่เพิ่งสร้างขึ้นเพื่อปฏิบัติการในการรองรับการขยายตัวของชุมชน กระทั่งทำหน้าที่เป็นจุดดึงดูดใหม่ตามนโยบายการท่องเที่ยวตั้งแต่ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา

ในพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์หรือแหล่งวัฒนธรรมนั้น “พระพุทธรูป” ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาสร้างสัญลักษณ์เพื่อทำหน้าที่ใหม่ตามเส้นทางหลัก ดังตัวอย่างการสถาปนาพระพุทธรูปศรีสามเมืองบนดอยขุนตาลอันเป็นจุดเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ เป็นต้น ทว่ารูปแบบพุทธศิลป์ของพระพุทธรูป ล้วนเป็นงานช่างจากโรงหล่อที่ผลิตซ้ำความงามตามแบบศิลปะอยุธยาหรือศิลปะสุโขทัยอันเป็นกระแสหลัก ھاใช้ตัวตนพุทธศิลป์แบบล้านนาแต่อย่างใด ทั้งยังเป็นการระบุนามผู้บริจาคที่มาจากกลุ่มชนชั้นกลางในกรุงเทพฯ หรือชนชั้นนำในภูมิภาคหรือในท้องถิ่นที่กระทำให้กับพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยววนั้นอีกด้วย ตลอดจนเป็นการย้ำความหมายของอุดมการณ์รัฐชาติผ่านพระพุทธรูปในภูมิภาค-ท้องถิ่นอีกประการหนึ่ง

กรณีศึกษาในจังหวัดเชียงราย “คำริห์ของผู้ว่าราชการจังหวัด” ได้สถาปนา “พระเจ้าล้านตื้อ” ไว้ริมน้ำโขงในพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำ(เชียงแสน) ไม่เพียงแต่เป็นการสร้างความทรงจำใหม่ให้กับผู้คนเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นพรหมแดนของรัฐชาติบนชายแดนอีกด้วย ประกอบกับขนาดของพระพุทธรูปได้ขยายให้ใหญ่ขึ้น เพื่อสร้างวัฒนธรรมทางสายตาในการเคารพสักการะ ได้สร้างจุดดึงดูดให้กับผู้คนหรือนักท่องเที่ยว

ตัวอย่างเช่น การสร้างพระนอนประดิษฐาน ณ วัดจอมแก้ว อ.พาน จ.เชียงราย โดยระบุวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนข้อหนึ่งว่า “เพื่อสร้างสัญลักษณ์และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว” นำสนใจว่า พระพุทธรูปหลายองค์ตามเส้นทางท่องเที่ยว ไม่ได้ถูกสถาปนาความศักดิ์สิทธิ์ตามแบบแผนประเพณีเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสถานภาพตามคติของชุมชนท้องถิ่น จึงทำให้พระพุทธรูปที่สถาปนากลายเป็นเพียงอนุสาวรีย์ที่มีแต่ความศักดิ์สิทธิ์ชั่วคราว สอดรับกับกรอบการบริโภคที่เป็นตัวกำหนดหรือกระตุ้นอุปทานของการสถาปนาพระพุทธรูปตามเส้นทางท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ของพระพุทธรูปจึงสนองต่อการบริโภคสัญลักษณ์ของนักท่องเที่ยวมากกว่า

โปรแกรมการท่องเที่ยวตามนโยบายรัฐ เช่น ไหว้พระ 9 จอม เป็นต้น ร่วมกับนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่พยายามสร้างตัวตนผ่านสัญลักษณ์ของพระพุทธรูป ตัวอย่างเช่นการสถาปนาพระแก้วมรกตไว้ตามเส้นทางอัญเชิญพระแก้วมรกตที่ปรากฏในตำนาน เป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นการสถาปนาพระพุทธรูปประจำทางระหว่างเมือง หรือพระพุทธรูปขนาดใหญ่ในวัดตามเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น กระทั่งบางพื้นที่ก่อให้เกิดพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอสินค้าและบริการที่ถูกปฏิบัติการสร้างรากทางวัฒนธรรม

### Abstract

2510 decade backs until now , land route - the road- has come in instead of water route in place location community specification include fix holy area of the community as well. “Road, community and Temple(Wat)” then have the area has overlaid

<sup>1</sup> โปรแกรมวิชาสหวิทยาการการบริหารท้องถิ่น วิทยาลัยนานาชาติภูมิภาคน้ำโขง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  
Email : arvornpuay@hotmail.com โทรศัพท์ 083 248 9184

to is overlap each other between history area and history area just establish for take action in supporting growth of the community until perform the dot attracts new follow tourism policy since , 2530 decades until now.

In the area that have the history or cultural landscape, “Buddha image” get touch single out upward build the symbol for perform new follow pillar route, for example that “Buddha tree city” on kun Tan hill - the main route between Lampang , Lamphoon , and Chiangmai province. but Buddha art styles entirely technician work from a foundry are produce repeated the beauty as Ayutthaya arts or Sukothai arts as pillar trend anyhow in Lanna art. Especially, both of still noun donator source specification from middle-classed in Bangkok or the high society in provincial or in the locality that do to give with route tourism that area as well, including be meaning repetition of state nation ideology changes the image of Buddha in provincial and the locality is on the other hand.

The case study in the Chiang Rai , a governor of a province get establish “Pra Chao Lan Thou” (million gold) placed side the Mekong in triangular gold area(Chiang saen) not only be building new memory give with the people but also still perform the boundary line of nation state on the borderland as well. Assemble with the size has of the image of Buddha enlarges bigly go up for build way sight culture in the salutation worships that build the attracts point to give with the people or tourist, for example building reclining Buddha places at Choum Wae, Phan district, by specify the objective one that , “for build the symbol and for encourage the tourism”. Interesting that many image of Buddhas follow the routes travel are no touch establish the magical power according to regulations the tradition for supports the change of status follows the moral of locality community

that to become just a monument that has only the magical power temporary. This phenomena with consuming frame that is formed fix or encourage the imagination of establishing image of Buddha follows the route travels and the relation in the image of Buddha then responds to build consuming symbol of a tourist.

Tourism program follows state policy ,such as pay respect to the 9 temple etc. ,cooperate the policy of local administration that try to build up a fortune the self changes the symbol in the image of Buddha for example establishing Emerald Buddha keeps to follow the route invokes Emerald Buddha that appears in the legend be one part at encourage establishing image of Buddha permanent the way between a city and image of large-sized Buddha in a temple follows tourism route increases , until the somewhere initiates economy new area , particularly the lead presents goods and served that took action build cultural root.

#### บทนำ : เส้นทาง พรมแดน และการขยายตัวของรัฐ

“เชียงรายรุดติตแล้ว ดีใจ

|                       |                                              |
|-----------------------|----------------------------------------------|
| ส่แสดงศิริไลซ์        | แนแท้                                        |
| โรงแรมโรงร้านไฟ       | กิเลส                                        |
| โรงนวดโรงนบแก้        | กอดปล้ำกระหน้ากาม                            |
| ทัวร่เทียทัวร่บ้าไ้   | ทัวร่ยา                                      |
| ทัวร่ทัวมั่วกามา      | เสฟเนื้อ                                     |
| ทัวร่ไทยได้เงินตรา    | อุดมเอตส์                                    |
| ทัวร่เล่นวัฒนธรรมเรือ | จวบร้างจ้งรณรงค์(...สืบสาน)...” <sup>2</sup> |

ผลจากการสร้างโครงสร้างพื้นฐานตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 รัฐบาลได้ทุ่มงบประมาณถึง 7,005 ล้านบาท (กว่าร้อยละ 35 ของงบประมาณในระยณั้) ในการวางโครงสร้างพื้นฐานกรณัณนในพ.ศ.2506 แบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ 1) การสร้างทางหลวงแผ่นดิน เพื่อเชื่อมโยงส่วนกลางกับภูมิภาค และ 2) การสร้างทางหลวงจังหวัด เพื่อเชื่อมโยงเมืองกับชนบทและหมู่บ้าน รวมทั้งการเชื่อมเข้ากับทางหลวง

<sup>2</sup> สนิท พลเยี่ยม, กวีนิพนธ์ “เชียงราย” : สะท้อนภาพเชียงรายอีกมิติหนึ่ง ( เชียงราย : อินเทอร์เน็ต,2539),หน้า 10.

แผ่นดิน<sup>3</sup> หลังทศวรรษ 2510 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ก่อนการสร้างถนนเชื่อมระหว่างหมู่บ้านกับหมู่บ้านและหมู่บ้าน กับเมืองนั้นเปิดโลกของชาวบ้าน ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ เกิดขึ้นนอกชุมชนหมู่บ้านของตนเอง รับรู้เทคโนโลยีใหม่และ นำมาปฏิบัติในหมู่บ้านของตน ถนนนำเอาพ่อค้าและการค้า เข้ามาของ “คนในเมือง” สู่ชุมชน พร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกแบบคนในเมือง<sup>4</sup>

ตามแผนพัฒนาฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) และแผนพัฒนาฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) กำหนดให้ แต่ละภูมิภาคมีการพัฒนา “เมืองหลัก – เมืองรอง” เพื่อลด การโตเดี่ยวของกรุงเทพ ภาคเหนือมีเมืองหลัก : เชียงใหม่ พิษณุโลก และนครสวรรค์ และเมืองรอง : ลำปาง และเชียงราย<sup>5</sup> หลังทศวรรษ 2530 ทำให้ปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในภูมิภาคกับ ศูนย์กลางเริ่มปะทะประสานกันมากขึ้น อย่างน้อยที่สุดเราจะ เห็นภาพประชาชนอพยพจากชนบทเข้าสู่เขตเมือง เพื่อหางาน ทำอันเนื่องจากบริษัทห้างร้านและเขตโรงงานอุตสาหกรรม ตั้งอยู่ในเขตเมืองหลัก ในขณะเดียวกันผู้คนชนชั้นสูงหรือนายทุนจากศูนย์กลางก็พยายามเข้าช่วงชิงทรัพยากรในภูมิภาคมากขึ้นเช่นกัน ดังสะท้อนผ่านบทกวีที่ได้เกริ่นนำไว้ตอนต้น อันเป็นบทประพันธ์ของ “สนธิ พลเยี่ยม” ชาวอีสานที่เข้ามา เป็นครูภาษาไทยในจังหวัดเชียงราย ได้สะท้อนการเปลี่ยนแปลง สังคมเมืองเชียงรายในทศวรรษ 2540 ไว้ในมุมมองของเมืองที่ถูกกระทำจากนโยบายการท่องเที่ยว

น่าสนใจว่า การสร้างจุดขายความเป็น “ล้านนา” ผ่านทรัพยากรทางวัฒนธรรมในช่วงหลังทศวรรษ 2540 เป็นต้น มา มีผลอย่างยิ่งต่อการผลิตตัวตนผ่านสัญลักษณ์หลายประการ สิ่งที่น่าสนใจคือ วัดและสงฆ์หลายแห่งได้พยายามสร้างสรรค์งาน ศิลปกรรมใหม่ขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสถาปนา “พระพุทธรูป” โดยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย กระทั่ง “มหาเถรสมาคม” ได้มีมติในการประชุมครั้งที่ 9/2541 เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2541 ระบุว่า “พระพุทธรูปเจ้าเป็นรัตนที่เกษมสูงสุด บุรพจารย์ที่สร้าง

พระพุทธรูปมา พึงพิจารณาด้วยความรอบคอบ ให้วัดทุกวัด ปฏิบัติตามจารีตประเพณีดังกล่าวโดยเคร่งครัด” และมีมติในการประชุมครั้งที่ 4/2545 เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2545 ระบุว่า “วัดที่จะสร้างปูชนียวัตถุ หรือรูปเคารพ ให้ปฏิบัติตามมติมหาเถรสมาคมครั้งที่ 22/2544 เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2544 เคยมีมติไว้ว่าการสร้างปูชนียวัตถุ หรือรูปเคารพภายในวัดต้องพิจารณา ให้เหมาะสมกับพระประธานภายในพระอุโบสถหรืออุโบสถ ถ้า จะสร้างให้ใหญ่ ต้องรายงานเจ้าคณะผู้ปกครองตามลำดับจนถึง เจ้าคณะใหญ่ เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว จึงดำเนินการสร้างได้”<sup>6</sup>

“ถนน” ในฐานะเครื่องชี้วัดการขยายตัวของรัฐไทย เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนท้องถิ่นจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับ อำนาจรัฐและการปรับเปลี่ยนตำแหน่งแห่งที่ของตนเองมากขึ้น อย่างน้อยที่สุดอำนาจรัฐได้กระตุ้นให้เกิดการบุกเบิกพื้นที่ และกำกับความต้องการของรัฐ<sup>7</sup> ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่น ก็มีเทคโนโลยีอำนาจบางประการเข้ามาเชื่อมต่อกับถนนเฉก เช่นการทำความเข้าใจ “พระพุทธรูป” ที่ถูกสถาปนาขึ้นบน “เส้นทาง” ตามกระแสนโยบายการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษ 2540 – ปัจจุบัน บทความนี้จึงพยายามชี้ให้เห็นปฏิบัติการของ ตัวแสดงต่างๆ ดังกล่าวมา ภายใต้แนวคิดเรื่องการบริโภคนิยม

## การบริโภคนิยม

เมื่อพรมแดนของสินค้าทางวัฒนธรรมเข้ามาสู่ พรมแดนของการบริโภคที่มีกลไกตลาดกำกับ การแสดงออก ถึงอัตลักษณ์ของความเป็นผู้ที่สนิยมหรือผัสสะที่เหนือกว่า นั้นในแง่หนึ่งจึงสามารถเข้าใจได้ว่า ต้องมาพร้อมกับสิ่งที่เรียกว่า “เงิน” การมีเงินและไม่มีเงินกลายเป็นปัจจัยหนึ่งในการชี้ วัดของการมีวัฒนธรรมหรือไม่มีวัฒนธรรม และความเข้าใจใน เรื่องดังกล่าวนี้ แต่ที่มากกว่านั้นคือการใช้เจตจำนงเสรีของ ตนเอง (free will) ภายใต้พื้นที่ของสมัยใหม่นั้น ทุกสิ่งกำหนด ได้ด้วยความเป็นพระเจ้าของลูกค้าและระบบตลาด เจตจำนง ของลูกค้านั้นมีความสำคัญ<sup>8</sup>

<sup>3</sup> วิทยา อารณ, “ประวัติของชุมชนในบริเวณลุ่มน้ำแม่หลุ อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541), หน้า 104.

<sup>4</sup> พิศม มีถม และอุกฤษฏ์ อุปราสิทธิ์, “ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจไทยต่อชุมชนชนบท บ้านสักหลวง อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน” ใน มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจต่อชนบทไทย. (กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2543), หน้า 38.

<sup>5</sup> รายงานสัมมนาทางวิชาการเรื่องการพัฒนาเมืองหลักในภาคเหนือ : ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการพัฒนาในอนาคต (เชียงใหม่ : ธนบรรณการพิมพ์, 2529), หน้า 42.

<sup>6</sup> มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 4/2545 เรื่อง การสร้างพระพุทธรูป ปูชนียวัตถุ และรูปปั้นต่างๆ ที่ใช้ประดับตกแต่งสถานที่ อ้างถึงใน [http://www.songpak16.com/mati80\\_2545.html](http://www.songpak16.com/mati80_2545.html), สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 ธันวาคม 2555.

<sup>7</sup> รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, ระบบเศรษฐกิจไทย : ลักษณะและปัญหา (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525), หน้า 72 – 102.

<sup>8</sup> ธนศร วงศ์ยานนาวา. ปฏิวัติบริโภค: จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งจำเป็น (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2550)

การบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม การอธิบายได้ด้วยแนวคิดและทฤษฎีดังนี้ แนวความคิดเรื่องระบบวัตถุ (System of Object) การบริโภคนิยม (Consumer Society) และสัญญะทางเศรษฐกิจการเมือง (Political Economy of Sign) ของ Jean Baudrillard กล่าวถึงสินค้าและบริการ ที่มีนัยทางวัฒนธรรมแฝงฝังอยู่ในตัวสินค้าและบริการนั้น ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงในเรื่องทางวัฒนธรรม โดยเน้นเรื่องการทำความเข้าใจในเรื่องของการสร้างคุณค่าและความหมายแก่วัตถุที่เรียกว่า “การบริโภคเชิงสัญญะ” ของการสื่อความหมายและสร้างความแตกต่างของมนุษย์ในสังคมซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้ได้นำไปสู่การบริโภคอย่างไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์

Baudrillard มองว่าระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ทำให้พรหมแดนที่กั้นและแบ่งประเภทระบบคุณค่าที่แตกต่างกันเริ่มจางลง และสูญหายไปในที่สุด ทำให้เกิดกระบวนการที่ทำให้ทุกสรรพสิ่งของประเทศ กลายเป็นสินค้าที่แลกเปลี่ยนกันได้ (Commodisation) การบริโภค (Consumption) สินค้าและบริการ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการตามธรรมชาติ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นมาจากระบบทุนนิยม ภายใต้ภาพของการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ บนภาพลวงตาของการแสวงหาความสุข (Hedonistic illusion) ความต้องการจึงเป็นการทำงานของวาทกรรมภายใต้ระบบทุนนิยม ซึ่งถูกทำให้มีความน่าเชื่อถือ (The Concept of Need is Consecration) โดยสิ่งเหล่านี้มีเป้าหมายที่แท้จริงก็เพื่อรักษาระบบทุนนิยมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายกว้างขวาง

การบริโภคสำหรับ Baudrillard จึงเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญกับมูลค่าในการใช้สอยและมูลค่าการแลกเปลี่ยนไปสู่การให้ความสำคัญกับ “มูลค่าเชิงสัญญะ” นั่นคือสินค้าไม่มีหน้าที่ของการใช้ (ในส่วนของวัตถุ) อีกต่อไป แต่เป็นการเปลี่ยนมามีหน้าที่ให้ความหมายในเชิงสัญญะแทน โดยในความคิดของ Baudrillard แล้วสัญศาสตร์ (Semiotics) เป็นการพิจารณาถึงการสื่อความหมายหรือการสื่อสาร ของรหัสหมายของคุณค่าใด คุณค่าหนึ่ง โดยการนำสินค้าและการบริโภคสินค้า มาเป็นกระบวนการสื่อคุณค่าหรือความหมายทางวัฒนธรรม ที่ถ่ายทอดไปยังผู้บริโภค ดังนั้นสินค้าที่เป็นตัววัตถุในปัจจุบัน จึงไม่ได้มีประโยชน์ในการใช้สอยแต่เพียงอย่างเดียวในคุณสมบัติทาง

ธรรมชาติของมัน แต่ยังสามารถกำหนดให้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า หรือรหัสหมายที่แฝงอยู่ด้วย “การบริโภคสัญญะ” จึงเป็นเสมือนระบบที่เต็มไปด้วยการสร้างสัญญะและคุณค่าต่างๆอย่างมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการ สร้างความแตกต่างในความเป็นปัจเจกบุคคลในสังคม มนุษย์จึงสามารถทำการบริโภคได้ตลอดเวลา

สังคมบริโภคนิยมในปัจจุบัน ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญะที่มีการไหลเวียนของสัญญะกับความหมายที่แผ่กระจายครอบคลุมไปทั่วสังคม ไม่เฉพาะกับสัญญะที่เป็นรูปของสินค้าและวัตถุเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญญะที่เกี่ยวกับการเมือง ศิลธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และวัฒนธรรม ฯลฯ ในแง่มุมต่างๆมากมาย โลกในพื้นที่ทางสัญญะจึงเป็นโลกเสมือนจริงยุคของการจำลองถอดแบบ (Simulacrum) ที่ไม่ได้มีความหมายอ้างอิงถึงความเป็นจริงอีกต่อไปแต่กลับไปสร้างความเป็นจริงใหม่อันเป็นมายาภาพของตนขึ้นมา (Myth) เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสรรพสิ่งเป็นเพียงความสัมพันธ์เชิงสัญญะ บนพื้นที่ปริมาตรทางสัญญะ กับแหล่งอ้างอิงในสภาพความเป็นจริง ที่มีความสัมพันธ์อันยุ่งเหยิง ถูกแทรกแซงบิดเบือน และสูญหายไปจนหมดสิ้น สัญญะทั้งหลายจึงสะท้อนความหมาย ระหว่างกันเองโดยไม่ต้องมีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับโลกแห่งความเป็นจริง จนกระทั่งในที่สุดเราไม่สามารถสื่อหากลับไปสู่ความหมายที่แท้จริงของสัญญะเหล่านั้น<sup>9</sup>

## นโยบายการท่องเที่ยว

แนวคิดจากทฤษฎีระบบการบริโภคการท่องเที่ยว (A Tourism Consumption System: TCS) ของ Mill and Morrison (1985) อธิบายลักษณะวงจรการท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ 1) ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว อิทธิพลจากภายในและภายนอก พฤติกรรม กระบวนการตัดสินใจซื้อ และการจัดหา 2) การเดินทางท่องเที่ยวหลังจากการซื้อ การวิเคราะห์ตลาดหลัก การเคลื่อนย้ายอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว และรูปแบบของการขนส่ง 3) การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการ ซึ่งต้องการการวางแผน การจัดการ และการพัฒนาอย่างเป็นระบบให้มีคุณภาพมาตรฐานสากล 4) การตลาดการท่องเที่ยว เป็นการตรวจสอบปัจจัยทางการตลาดของภาครัฐกิจทั้งที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการในเครือข่ายให้มีศักยภาพในการ

<sup>9</sup> อ้างถึงใน อธิคม โกมลวิยาธร. วัฒนธรรมการบริโภค : แนวคิดและการวิเคราะห์. (กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก, 2538)

สร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง<sup>10</sup>

เมื่อชุมชนท้องถิ่นต้องทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าเชิงสัญลักษณ์ ทำให้ปฏิบัติการในการสร้างวัตถุแห่งการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งเพื่อตอบสนองการบริโภคของนักท่องเที่ยว ดังที่ Young (1983) นำเสนอแนวคิดเรื่อง “Touristization” เพื่ออธิบายกระบวนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งกระบวนการเกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ นำไปสู่การพัฒนาและเสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่หนึ่งๆ รวมทั้งสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว สีสันของท้องถิ่น และประเพณีวัฒนธรรมของคนพื้นบ้าน ภูมิทัศน์ที่ปรากฏตามมาของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวนี้คือสิ่งที่เรียกว่า “touristscape” อันได้แก่การเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพ เช่น การเกิดขึ้นของสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ โรงแรม บ้านพักนักท่องเที่ยว ภัตตาคาร และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น ในหลายกรณีพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ ตั้งตระหง่านอย่างขัดตากับสิ่งแวดล้อมแบบชนบทที่เป็นภูมิทัศน์ที่คุ้นตาของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้<sup>11</sup>

กรณีสังคมไทย กรอบนโยบายของคณะกรรมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2550 – 2554 เน้นส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ปัจจุบัน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ตามอำนาจของพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 เน้นส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ สำหรับภาคเหนือตอนบนนั้นเน้นโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประการคือ กลุ่มท่องเที่ยวแม่น้ำพื้ร้อน, กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย และกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

หากย้อนพินิจ นโยบายการท่องเที่ยวภาคเหนือตอน

บนตั้งแต่ทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา พบว่า ธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวเป็นสาขาเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้แก่ภาคเหนือมากเป็นลำดับที่สามรองจากสาขาเกษตรกรรมและพาณิชยกรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวได้มีบทบาทกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่องทางเศรษฐกิจและการจ้างงานต่างๆ อาทิ ธุรกิจการโรงแรม รีสอร์ท ธุรกิจร้านอาหาร การผลิตและการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมของที่ระลึกต่างๆ และบริการสื่อสารและคมนาคม ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคเหนือนั้นปรับเปลี่ยนไปเนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมาก จังหวัดต่างๆในภาคเหนือถูกกำหนดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและพยายามจะพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวให้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองเชียงใหม่ แรงงานภาคเกษตรเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งในธุรกิจโรงแรม สถานบริการร้านอาหาร สถานเริงรมย์ ธุรกิจนำเที่ยวและร้านค้าของที่ระลึก ฯลฯ<sup>12</sup>

สำหรับจังหวัดเชียงรายเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการกำหนดของรัฐบาลพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เริ่มอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ. 2523 ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 และฉบับที่ 6 กำหนดให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางความเจริญในตลาดสินค้าการเกษตรและสินค้าบริการเชื่อมโยงกับจังหวัดเชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2529 ถือว่าเป็นปีเริ่มต้นยุคทองของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เมื่อรัฐบาลกำหนดให้พ.ศ. 2530 เป็นปีท่องเที่ยวไทย จังหวัดเชียงรายได้เริ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายลักษณะ เช่น งานไหว้สาแม่ฟ้าหลวง งานวันล้านช้าง และงานนมัสการพระธาตุดอยตุง เป็นต้น หลังจากนั้นการสร้างสนามบินนานาชาติ และโรงแรมขนาดใหญ่รองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้สร้างธุรกิจเกี่ยวเนื่องหลายประเภทที่มีผลต่อเศรษฐกิจและสังคมของประชาชน ทั้งด้านการสร้างงานและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ เช่น ธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมือง เป็นต้น ส่วนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่อำเภอเชียงแสน มีการพัฒนาบริเวณสามเหลี่ยมทองคำซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศนิยมมาก เป็นต้น<sup>13</sup> ประกอบกับ

<sup>10</sup> ดูใน ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, “การท่องเที่ยว : มิติแห่งศาสตร์บูรณาการ,” วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 7, เล่มที่ 1 ( ตุลาคม 2554 – มีนาคม 2555 ) : 1 – 4 .

<sup>11</sup> ดูใน ชุติศักดิ์ วิทยาก็ค, การท่องเที่ยวกับการพัฒนา : พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม(เชียงใหม่ : ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554)

<sup>12</sup> วุฒิชัย ตั้งสมชัย และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น,สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน(เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2555),หน้า 4.

<sup>13</sup> มนัส สุวรรณและคณะ, ปัญหาการว่างงานและการมีงานทำ : การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในภาคเหนืออันเนื่องมาจากนโยบายและโครงการพัฒนาของรัฐบาลและเอกชนกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์(กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534),หน้า 93 – 95.

นโยบายการค้าขายแดนหรือที่เรียกกันว่า “สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ” นั้นเป็นนโยบายที่มุ่งจะสร้างความมั่งคั่งระดับชาติมากกว่าระดับชุมชนหมู่บ้านเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มทุนขนาดใหญ่เข้ามาใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจ เช่น การสร้างโรงแรม รีสอร์ท สนามกอล์ฟ การค้าขายแดนแม้จะสร้างงานให้กับชาวบ้านในท้องถิ่นแต่ก็ไม่ได้ให้ประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นมากเท่ากับการเอาผลประโยชน์และทรัพยากรออกจากชุมชนท้องถิ่นสินค้าที่ผ่านชายแดนไม่ได้ให้ประโยชน์แก่ชาวบ้าน

น่าสนใจว่า ปัจจุบันชุมชนท้องถิ่นหลายส่วนหันมาสร้างรูปแบบการตอบสนองการท่องเที่ยวด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ภายใต้การผลิตสินค้าและบริการที่มีการผสมผสานพัฒนาระบบเศรษฐกิจการค้าเข้ากับวัฒนธรรมชุมชน เป็นการสร้างตัวตนท้องถิ่นผ่านการเคลื่อนไหวในมิติทางวัฒนธรรมมากขึ้น เช่น การใช้ความเป็นชาติพันธุ์, การใช้โบราณสถาน, การใช้ประวัติศาสตร์ที่เพิ่งสร้าง ฯลฯ มาเป็นฐานในการสร้าง “สินค้าทางวัฒนธรรม” เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ชี้ให้เห็นกระบวนการปรับตัวของผู้คนในท้องถิ่นที่เป็นทั้งผู้กระทำและผู้ถูกกระทำในวงจรการดูดซับเอาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมมาผนวกเข้าไว้กับกระแสโลกาภิวัตน์ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือประการหนึ่งในกระบวนการทำให้เป็นสินค้า<sup>14</sup>

#### การสถาปนาพระพุทธรูปบนเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดล้านนา (เน้นจังหวัดเชียงราย)

ผู้เขียนขอแบ่งกลุ่มการสถาปนาพระพุทธรูปบนเส้น

ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรก คือกลุ่มพระพุทธรูปที่สถาปนาบนถนน กลุ่มที่สองคือพระพุทธรูปที่สถาปนาตามเส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยว

**กลุ่มแรก คือกลุ่มพระพุทธรูปที่สถาปนาบนถนน มีตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ**

**1.พระศรีสามเมือง - ขุนตาล** การสร้างทางหลวงหมายเลข 11 (ถนนห้วยเปือย-โฮะเย) สายเชียงใหม่-ลำปาง เสร็จในปี พ.ศ. 2511 ทำให้ความสำคัญของเมืองลำปางลดลง และเชียงใหม่ได้เข้ามาเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคแทน<sup>15</sup> เมื่อเส้นทางคมนาคมทางรถยนต์ตัดผ่านจึงมีการสร้างเพียงศาลเจ้าพ่อขุนตาลซึ่งมีการเชื่อมโยงกับวีรบุรุษในตำนานคือ “พญาเบ็ก” ภายหลังจึงมีการสร้างพระศรีสามเมืองขึ้นทางฝั่งตรงข้ามของศาลเจ้าพ่อขุนตาล มีการซ่อมแซมปรับเปลี่ยนโดยทุนของบริษัทเอกชนรายหนึ่งในปี 2543 ดังนั้นจุดนี้จึงขนาบสองข้างเส้นทางด้วยพื้นที่พุทธ-ผี

การประดิษฐ์สถานพระพุทธรูปทั้งสามองค์คงเป็นที่มาของพระศรีสามเมือง เพื่อเชื่อมโยงกับเมืองลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่ แต่ทั้งนี้ไม่พบว่ามีมโนทัศน์ให้พระพุทธรูปองค์ใดเป็นของประจำเมืองใด ทั้งยังมีพุทธศิลป์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือองค์แรกเป็นพระพุทธรูปแบบพระสิงห์ องค์ที่สอง(องค์กลาง) เป็นพระพุทธรูปแบบสุโขทัย องค์ที่สามเป็นพระพุทธรูปแบบอยุธยา(คล้ายกับพระพุทธรูปสุโขทัย) อนึ่ง ยังพบการสถาปนาพระพุทธรูปศรีสามเมืองชุดที่สองไว้ด้านหน้าชุดแรกด้วย และมีการนำพระพุทธรูปขนาดบูชามาประดิษฐานไว้ภายในอาคารแห่งนี้เป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 1 พระศรีสามเมือง ถนนห้วยเปือย-โฮะเย สายเชียงใหม่-ลำปาง

<sup>14</sup> ยศ สันตสมบัติ, อำนาจ พื้นที่ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์: การเมืองวัฒนธรรมของชาติในสังคมไทย(กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร), หน้า 100 – 120.

<sup>15</sup> สรัสวดี อ๋องสกุล, ประวัติศาสตร์ล้านนา, พิมพ์ครั้งที่ 7(กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง, 2553), หน้า 430.

2. พระเจ้าห้าพระองค์ - ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 120 [แยกทางหลวงหมายเลข 1 (พะเยา) –บรรจบทางหลวงหมายเลข 118 (แม่ชะจาน)] เป็นถนนที่แยกมาจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ที่แยกเกษตรสุข อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา สร้างขึ้นในสมัยพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรี ปี พ.ศ. 2531 และรวมกับส่วน 15 กิโลเมตรสุดท้ายของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1035 [ลำปาง-แจ้ห่ม-วังเหนือ-แม่ชะจาน]

ทั้ง 5 ปรากฏเป็นมนุษย์ ต่อมาเหล่าพระโพธิสัตว์จึงได้อนุญาตไปบวชเป็นฤๅษีบำเพ็ญบารมีอยู่ในป่าด้วยความอนุโมทนา ด้วยปณิธานอันแน่วแน่ของพระโพธิสัตว์ทั้ง 5 พระองค์ ที่มุ่งมั่นจะบำเพ็ญบารมีพระโพธิญาณเพื่อเป็นพระพุทธเจ้าโปรดสัตว์โลก บรรดาพระโพธิสัตว์ทั้ง 5 จึงฝากนามของแม่เลี้ยงไว้กับลูกเพื่อเป็นอนุสรณ์ตำนานไว้แก่โลกต่อไปในภาคหน้า เมื่อลูกได้ตรัสรู้เป็นพระพุทธเจ้าโปรดโลกแล้วตามลำดับพระนามคือ

องค์ที่ 1 มีพระนามว่า พระกุกสันโธ เพราะตามนาม



ภาพที่ 2 พระเจ้าห้าพระองค์ ถนนสายพะเยา วังเหนือ แม่ชะจาน

คติพระเจ้า 5 พระองค์เป็นการอธิบายที่มาของพระพุทธเจ้าในภัทรกัลป์ คือ ผ่านวรรณกรรมท้องถิ่นเรื่อง แม่กาเผือก มีเรื่องย่อคือ พญากาเผือก 2 ตัวผัวเมียทำรังอยู่ที่ต้นมะเดื่อริมฝั่งแม่น้ำคงคา ต่อมาพระโพธิสัตว์ได้ทรงปฏิสนธิในครรภ์แม่พญากาเผือกพร้อมกันถึง 5 พระองค์ เมื่อครบไตรมาส แม่กาเผือกก็ออกไข่ ณ ที่รังต้นมะเดื่อจำนวน 5 ฟอง แม่กาเผือกคอยเฝ้าฟักดูแลรักษาไข่ด้วยความทะนุถนอมเป็นอย่างดี ครั้นอยู่มาวันหนึ่งพญากาเผือกได้ออกไปหากินถินแดนไกล แม่กาเผือกได้เพลินหากินอาหาร กว่าแม่กาเผือกจึงรีบกลับมาบินกลับสถานที่พัก ณ ที่รังต้นมะเดื่อริมฝั่งแม่น้ำ ก็ปรากฏว่ากิ่งไม้มะเดื่อที่ทำรังอยู่ได้ถูกลมพายุใหญ่พัดหักล้มลงไปในแม่น้ำ แม่กาเผือกพยายามค้นหาจนกระทั่งสิ้นใจ ส่วนไข่ทั้ง 5 ได้ถูกลมพัดตกน้ำไหลไปในสถานที่ต่างๆ แต่ก็พบว่ามิบรรดาสัตว์ได้ดูแลไว้ทั้ง 5 ฟอง จนกระทั่งพระโพธิสัตว์ ทั้ง 5 ก็ประสูติออกจากไข่

แม่เลี้ยงที่เป็นไก่

องค์ที่ 2 มีพระนามว่า พระโกนาคมโน เพราะตามนามแม่เลี้ยงเป็นนาค

องค์ที่ 3 มีพระนามว่า พระกัสสป เพราะตามนามแม่เลี้ยงเป็นเต่า

องค์ที่ 4 มีพระนามว่า พระโคตโม เพราะตามนามแม่เลี้ยงเป็นโค

องค์ที่ 5 มีพระนามว่า พระศรีอริยเมตไตรโย เพราะตามนามแม่เลี้ยงที่เป็นราชสีห์

พระพุทธรูป 5 พระองค์บนเส้นทางดังกล่าวจึงสถาปนาขึ้นราว พ.ศ. 2553 บนเขตปกครอง อ.วังเหนือ จ.ลำปาง ประกอบด้วยพระพุทธรูปปางสมาธิ 3 องค์ ปางมารวิชัย 2 องค์ โดยมีพุทธศิลป์ตามแบบสุโขทัย และรูปแม่กาเผือก 1 ตัว





ภาพที่ 3 พระพุทธรูปนวลันตื้อ สามเหลี่ยมทองคำ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย  
ที่มา : มูลนิธิพระเชียงแสนสี่แผ่นดิน

**3.พระเจ้าเก้าตื้อ – สามเหลี่ยมทองคำ** จากเรื่องราวของชาวบ้านที่หาปลาในลำน้ำโขงที่กล่าวถึงพระพุทธรูปกลางลำน้ำโขง และการค้นพบพระศรีมโหสถขนาดใหญ่ เป็นที่มาของการพยายามค้นหาพระพุทธรูปขนาดใหญ่ที่เชื่อกันว่าจมลงในแม่น้ำโขง ต่อมา ในวันที่ 12 สิงหาคม 2547 กระทรวงมหาดไทย คณะสงฆ์และจังหวัดเชียงรายได้จัดสร้าง “พระพุทธรูปนวลันตื้อ” เชียงแสนสี่แผ่นดินเฉลิมพระเกียรติฯ เนื่องจากในมหามงคลสมัยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเจริญพระชนมายุครบ 6 รอบ 72 พรรษาขนาดหน้าตักกว้าง 9.99 เมตร สูง 15 เมตรประดิษฐาน ณ บริเวณสามเหลี่ยมทองคำ ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย นำโดยนายณรินทร์ พานิชกิจ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงรายในขณะนั้น

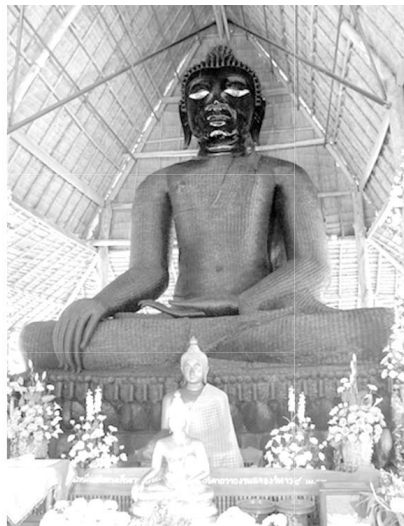
พุทธศิลป์ของพระพุทธรูปนวลันตื้อนี้นำพุทธรูปแบบพระพุทธรูปแบบพระสิงห์ หรือที่เรียกในอดีตว่าพระเชียงแสน (สิงห์หนึ่ง) มาออกแบบ แต่จากการศึกษาข้อมูลเอกสารพบว่ามีความพยายามในการเสนอให้มีการนำแนวทางพุทธศิลป์สกุลช่างสุโขทัยมาหลอมรวมไว้ “...เพื่อช่วยให้เกิดความกลมกลืนมากยิ่งขึ้นในอัตราส่วน 80:20” และเสนอให้มีการสร้างฐานเรือสำเภาโบราณตั้งชื่อว่า “เรือกุศลธรรม” เพื่อเป็นการสร้างภูมิทัศน์ ต่อมาจึงมีการประกอบพิธีเบิกพระเนตร-บรรจุพระหทัยพระพุทธรูปนวลันตื้อ 11-12 มิถุนายน 48 โดยเจ้าครูบาบุญชุ่มญาณสวโร

อนึ่ง การสถาปนาพระพุทธรูปบนพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำ จึงทำให้เกิดความทรงจำใหม่แทนภาพลักษณ์ของย่านธุรกิจการค้าของผิดกฎหมายและการค้ายาเสพติด กระบวนการทำให้พระพุทธรูปองค์นี้ศักดิ์สิทธิ์ขึ้นคือ การประกอบพิธีกรรมพุทธาภิเษกตามแบบล้านนา

#### กลุ่มที่สอง พระพุทธรูปที่สถาปนาตามเส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยว

**1. พระเจ้าอินทรีสาน วัดหิรัญญาวาส (เหมืองแตงน้อย) ต.เกาะช้าง อ.แม่สาย จ.เชียงราย** พระสมุห์ภูวนัย ภูวนโย เจ้าอาวาสวัดหิรัญญาวาส เป็นผู้ดำริสร้างพระเจ้าอินทรีสานหรือ “พระสิงห์สานชนะมาร” นำวัตถุดิบมาจากสหภาพพม่า มีช่างสานพระด้วยไม้ไผ่ คือ นายบุญ หรือ “สล่าบุญ” ซึ่งเป็นสล่าชาวพม่า เชื้อสายไทยใหญ่ ขนาดหน้าตักกว้าง 9.9 ศอก สูง 19 ศอก เริ่มสานวันที่ 29 กรกฎาคม 2552 จนถึงวันที่ 21 ตุลาคม 2552 นอกจากนี้ยังมีชุดคำอธิบายในการสักการบูชาไว้ตอนหนึ่งว่า “ความเชื่อตามโบราณว่า ผู้ใดได้สร้างพระนี้ด้วยตนเอง หรือร่วมกันสร้างเพื่อเป็นพุทธบูชา นั้น จะบังเกิดอาณิสสรมากมาย พระสิงห์สานเป็นพระแห่งความรัก หากหนุ่มสาวคู่ใด สักการบูชา จะรักกันยาวนานตลอดไป ...”

อนึ่ง ปัจจุบันทางวัดมีการสานงานพุทธศิลป์ต่างๆ เพิ่มขึ้น ทำให้จำเป็นต้องมีกษุสามเณรต้องมึงานในการจัด



ภาพที่ 4 พระเจ้าอินทรีสาน (พระเจ้าสิงห์สานชนะมาร) วัดหิรัญญาวาส อ.แม่สาย จ.เชียงราย

ตอก-จัดสาน เมื่อคณะศรัทธาหรือผู้มาท่องเที่ยวพนมัสการ พระเจ้าสิงห์สานชนะมารแล้ว ยังสามารถร่วมทำบุญบูชาตอกไม้มุง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสานเจดีย์ สานพระพุทธรูป ฯลฯ ขณะเดียวกันทางวัดก็สร้าง “หัวใจพระเจ้า” เพื่อรอกการบรรจุในพระเจ้าสิงห์สานฯ ตามคติประเพณีล้านนาต่อไป

## 2. พระนอน วัดพระธาตุจอมแก้ว อ.พาน จ.เชียงราย

วัดพระธาตุจอมแก้วในฐานะวัดโบราณแห่งชุมชนโบราณเมืองพานได้ถูกนับเป็นหนึ่งในเก้าพระธาตุสำคัญตามโครงการไหว้พระ 9 จอม ตามโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ต่อมาในปี 2554 จึงได้มีแนวคิดในการสร้างพระนอนขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเพื่อการบำเพ็ญบุญของพุทธศาสนิกชน 2.เพื่อร่วมสมโภชเมืองเชียงราย ครบรอบ 750 ปีในปี 2555 3.เพื่อสร้างสัญลักษณ์และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ อำเภอพาน จ.เชียงราย โดยเน้นการเลือกพื้นที่ก่อสร้าง ณ “จุดชมวิว”<sup>16</sup>

## พระพุทธรูป : รูปแบบ และการสร้างความหมาย

รูปแบบพุทธรูปที่ถูกสถาปนาขึ้นบนเส้นทาง การท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนบนนั้น ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ “พระพุทธรูปแบบพระสิงห์” จึงควรเข้าใจก่อนว่าประเด็นของ “พระสิงห์” หรือที่เรียกกันในอดีตว่า “พระพุทธรูปแบบ เชียงแสน” มีที่มาและความสัมพันธ์อย่างไรต่อการสร้างความหมายอัตลักษณ์ของล้านนาผ่านสัญลักษณ์พระพุทธรูป

“สีหิงคินิทาน” วรรณกรรมบาสิราวพุทธศตวรรษ

ที่ 20 เนื้อหาหลักกล่าวถึงการสร้างพระพุทธรูปจากเกาส์ลังกา และการอัญเชิญพระพุทธรูปสิงห์ราชกาลพระเจ้ากือนาหรือพระเจ้าแสงเมืองมา อันมีบุคคลสำคัญคือ “ท้าวมหาพรหม” เจ้าเมืองเชียงราย เป็นผู้ไปอาราธนาอัญเชิญพระพุทธรูปสิงห์



ภาพที่ 5 ใบเชิญร่วมทำบุญการสร้างพระนอน วัดพระธาตุจอมแก้ว อ.พาน จ.เชียงราย

มาจากเมืองกำแพงเพชร<sup>17</sup> จากการวิเคราะห์ที่มาของคำว่า “พระสิงห์” หรือ “พระสิงห์” พบว่ามีความสับสนในการเชื่อมโยงคำว่า “สิงหะ” หรือ “สีหะ” ไปสู่คำว่า “สีหล” หรือ “สีหลปฐิมา” อันหมายถึงพระพุทธรูปจากสีหลหรือเกาส์ลังกา แท้จริงแล้วควรมีความหมายถึงพระพุทธรูปอันมีลักษณะเช่นเดียวกับสิงห์ตามที่ปรากฏในคัมภีร์ว่าด้วย “มหาปุริชลักษณะ” 32 ประการคือ “สีหปุพพพุตมกายโย” หมายถึงมีพระสรีรกายบริบูรณ์ดุจกึ่งท่อนหน้าแห่งพญาราชสีห์<sup>18</sup>

<sup>16</sup> <http://board.palungjit.com/> เข้าถึงเมื่อ วันที่ 20 ธันวาคม 2555.

<sup>17</sup> พระโพธิ์รังสี,นิทานพระพุทธรูปสิงห์,แสง มนวิฑู,ผู้แปล (กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร,2506)

<sup>18</sup> ม.ล.สุรสวัสดิ์ ศุขสวัสดิ์ และอันส เพนธ์,พุทธศิลป์ในนิกายสีหลักษณ์ พ.ศ.1900 – 2000 ( เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ,2550),หน้า 33.



ภาพที่ 6 พระพุทธรูปแบบพระสิงห์ วัดพระสิงห์ จ.เชียงใหม่ และลายเส้นพระสิงห์ พ.ศ.2013

วัดพระเจ้าเม็งราย จ.เชียงใหม่

ที่มา : ศักดิ์ชัย สายสิงห์, ศิลปะเมืองเชียงแสน : วิเคราะห์งานศิลปกรรม ร่วมกับหลักฐานทางโบราณคดี

และเอกสารทางประวัติศาสตร์, หน้า 208.

ในทางประวัติศาสตร์ศิลปะ ถือว่าพระพุทธรูปแบบพระสิงห์เป็นศิลปะระยะแรกของศิลปะล้านนา มีลักษณะเด่นที่สำคัญคือ พระพุทธรูปประทับนั่งขัดสมาธิเพชรพระวรกายอวบอ้วน พระพักตร์กลม อมยิ้ม พระหนุเป็นปม ขมวดพระเกศาใหญ่ ยอดอุษณิษะเป็นลูกแก้วคล้ายดอกบัวตูม ชายสังฆาฏิสั้นเหนือพระถัน ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นรูปแบบของพระพุทธรูปศิลปะอินเดียแบบปาละที่ล้านนารับต่อมาจากพุกามของพม่า เราพบหลักฐานพระพุทธรูปแบบพระสิงห์ที่มีจารึกในปี พ.ศ. 2013 วัดพระเจ้าเม็งราย จ.เชียงใหม่ สามารถใช้เป็นตัวแบบในการศึกษาเทียบเคียงรูปแบบศิลปะของพระพุทธรูปแบบพระสิงห์องค์อื่นๆ ที่พบในศิลปะล้านนาได้เป็นอย่างดี<sup>19</sup> ทั้งนี้คติการประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญในเมืองเพื่อสถาปนาความชอบธรรมของชนชั้นปกครอง และสถาปนาความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่และตั้งถิ่นได้จากการเมืองเชียงใหม่ในช่วงปลายพุทธศตวรรษที่ 20 – ต้นพุทธศตวรรษที่ 21 ที่มีการสถาปนาและประดิษฐาน

“พระสิงห์” “พระแก้วมรกต” และ “พระแก่นจันทน์” ไว้ในเมืองเชียงใหม่ในระยะเวลาใกล้เคียงกัน<sup>20</sup>

ย้อนพินิจ การให้ความหมายพระพุทธรูปแบบพระสิงห์ในฐานะพุทธศิลป์ล้านนา น่าจะเริ่มในช่วงทศวรรษ 2470 เป็นต้นมา อย่างน้อยที่สุดผลจากงานเขียนเรื่อง “ตำนานพุทธเจดีย์สยาม”<sup>21</sup> รวมถึงการสร้างคำอธิบายกลุ่มพระพุทธรูป (และโบราณวัตถุอื่นๆ) ที่นำไปจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ก็จัดให้เป็นงาน “ศิลปะแบบเชียงแสน”<sup>22</sup> แน่นนอนว่าในระยะแรกนี้แนวความคิดที่เป็นกระแสหลักนั้น คือการเน้นย้ำความหมายประการ “ศิลปะประจำชาติ” อันเป็นกรณินิยามเนื้อหาของงานพุทธศิลป์โดยเจ้านายจากรัฐบาลกรุงเทพฯ เป็นกระแสหลัก ทั้งยังสะท้อนกับรับรู้ปริณิชนของล้านนาในฐานะหัวเมืองประเทศราช<sup>23</sup> และการสร้างตัวตนล้านนาขึ้นจากอำนาจ ณ ศูนย์กลางอำนาจ วิธีการสำคัญคือ การจำกัดกรอบไว้แต่เพียงเส้นแดนของรัฐหรืออาณาจักรโบราณเป็นผลมาจาก

<sup>19</sup> A.B. Griswold, *Date Buddha Images of Northern Siam*, Artibus Asiae, Supplementum 16, Ascona Switzerland, 1957, p.79.

<sup>20</sup> เขียวชัย อักษรดิษฐ์, *ตำนานพระเจ้าเลียบโลก : การศึกษาพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมล้านนา* ภูมินาม ตำนาน ผู้คน (เชียงใหม่: ธารปัญญา, 2552)

<sup>21</sup> สมเด็จพระมหาธีรราชูปถัมภ์, *ตำนานพุทธเจดีย์สยาม* (พระนคร : โรงพิมพ์โสภณพิพรรฒธนากร, 2468)

<sup>22</sup> ยอร์ช เซเดส์, *โบราณวัตถุในพิพิธภัณฑ์สถานสำหรับพระนคร* (พระนคร : โรงพิมพ์โสภณพิพรรฒธนากร, 2471)

<sup>23</sup> ชชาติ ประกิตนทการ, *การเมืองและสังคมในศิลปะและสถาปัตยกรรม : สยามสมัย ไทยประยุกต์ ชาตินิยม* (กรุงเทพฯ : ศิลปวัฒนธรรมฉบับพิเศษ, 2547), หน้า 184.

การเริ่มต้น “การสร้างความเป็นไทย” ที่สวมทับบนเขตแดนรัฐไทยและอุดมการณ์ชาตินิยม ผ่านสำนึกทางประวัติศาสตร์ในรูปแบบใหม่ในช่วงกลางพุทธศตวรรษที่ 25 เป็นต้นมา<sup>24</sup>

การทำความเข้าใจพระพุทธรูปแบบพระสิงห์เพิ่งมีความชัดเจนขึ้นเมื่อวงการประวัติศาสตร์ศิลปะเริ่มทบทวนมิติของ “พื้นที่” เมื่อมีการปรับเปลี่ยนชื่อเรียกยุคสมัยจาก “ศิลปะเชียงแสน” เป็น “ศิลปะล้านนา” ในช่วงหลังทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา<sup>25</sup> ทำให้นักวิชาการทางประวัติศาสตร์บางส่วนนิยมอ้างอิงหลักฐานพุทธศิลป์โบราณในคำอธิบายทางประวัติศาสตร์ศิลปะไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการอธิบายประวัติศาสตร์ล้านนา<sup>26</sup> ช่วงศตวรรษ 2510 - 2520 เป็นต้นมา นักวิชาการในภูมิภาคและชุมชนท้องถิ่นมีความพยายามสร้างตัวตนของท้องถิ่นผ่านการสร้างประวัติศาสตร์ท้องถิ่น<sup>27</sup>

ประเด็นที่น่าสนใจคือ การสถาปนาพระพุทธรูปบนเส้นทางการท่องเที่ยวที่ใช้รูปแบบศิลปะอยุธยาหรือศิลปะสุโขทัยมาปะทะประสานสัญลักษณ์พระพุทธรูปแบบพระสิงห์นั้น ดังกรณีพระศรีสามเมือง ดอยขุนตาล บนเส้นทางเชียงใหม่ – ลำพูน ลำปางนั้น เราพบว่าการจำลองรูปแบบพระพุทธรูปอยุธยาและสุโขทัยในพื้นที่รัฐไทยนั้นปรากฏมาแล้วในช่วงสมบูรณาญาสิทธิราชย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนโยบายชาตินิยม-รัฐนิยมในช่วงทศวรรษ 2490<sup>28</sup> อีกประการหนึ่งคือ การผลิตซ้ำพระพุทธรูปแบบพระพุทธรูปโสธร ในฐานะพระพุทธรูปที่ผู้คนจากศูนย์กลางอำนาจรัฐได้สร้างความหมายให้สัมพันธ์กับการดำเนินวิถีชีวิตของตนเอง โดยเฉพาะการขอพรและได้สมปรารถนา ก็ถูกนำมาสถาปนาไว้เป็นพระศรีสามเมืองเพื่อทำหน้าที่เช่นเดียวกันในเส้นทางการท่องเที่ยว

### พระพุทธรูป : นโยบายการท่องเที่ยวกับการสถาปนาพื้นที่และการผลิตซ้ำทางประวัติศาสตร์

เมื่อตำแหน่งแห่งที่ของพระพุทธรูปได้เป็นส่วน

หนึ่งของกระบวนการสร้างพื้นที่ของชุมชนท้องถิ่นเริ่มด้วยการนิยามและประกอบสร้างกาลและเทศะขึ้นมาชุดหนึ่ง โดยใช้ “พระพุทธรูป” เป็นชุดเครื่องมือหนึ่งในการสร้างจินตนาการและอุปถัมภ์ทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดเป็นข้อเท็จจริงกระทั่งกลายเป็นชุดความรู้หนึ่งในชุมชนท้องถิ่นที่สื่อสารกับผู้คนภายในและภายนอก ในส่วนนี้จะนำเสนอ 2 ประเด็นคือ

#### 1. นโยบายการท่องเที่ยวกับการสถาปนาพื้นที่ :

##### กรณีศึกษาพระพุทธรูปตามคติพระเจ้า 5 พระองค์

เราพบว่าการอธิบายคติการสร้างพระเจ้า 5 พระองค์บนเส้นทางพะเยา – วังเหนือ – เชียงราย ได้เชื่อมโยงกับการอธิบายความสัมพันธ์ของพื้นที่กายภาพของเมืองต่างๆ ในตำนานด้วย กล่าวคือ สถานที่ที่แม่กาให้กำเนิดพระโพธิ์สัตว์ 5 พระองค์ ถูกกำหนดให้อยู่ในพื้นที่ อ.วังเหนือ จ.ลำปาง (วัดพระเกิด) สถานที่ที่แม่กาเผือกหลงเข้าไปขณะเดินทางไปหาอาหาร (จนกระทั่งไข่ทั้ง 5 ฟองถูกพายุพัดหายไป) ถูกกำหนดเป็น “เวียงกาหลง” เวียงโบราณในพื้นที่อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย สถานที่ที่แม่กาสิ้นใจเมื่อค้นพบไข่ผู้เป็นลูกของนางไม่เจอ ถูกกำหนดเป็นวัดอักษะชัยคีรี อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง

น่าสนใจว่าตำนานดังกล่าวได้เชื่อมโยงพื้นที่เวียงโบราณในเขตลุ่มน้ำวังตอนบนที่ต่อกับเขตลุ่มน้ำกก-อิงว้อย่างน่าสนใจ ทั้งนี้พื้นที่ดังกล่าวเป็นเส้นทางเศรษฐกิจการค้ามาตั้งแต่สมัยโบราณ<sup>29</sup> นโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันได้สร้างพื้นที่ใหม่ผ่านการผลิตซ้ำความทรงจำร่วมของผู้คนที่แสดงออกในการสถาปนาพระพุทธรูปบนเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งทับซ้อนบนความทรงจำว่าด้วยการอธิบายถึงโหล่งหรือพื้นที่<sup>30</sup> อย่างไรก็ดี พระพุทธรูป 5 พระองค์ในตำแหน่งดังกล่าวได้ย้ายจากพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ (วัดและเวียงโบราณ) มาสู่ข้างถนน จึงทำให้เกิดรูปแบบของการสถาปนาพื้นที่ใหม่เพื่อรอคอยการเข้าสู่พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ต่อไป

<sup>24</sup> อรรถจักร สัตยานุรักษ์, การเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของชนชั้นนำไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 – พ.ศ. 2475 (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้า 7 – 88.

<sup>25</sup> รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่งเรือง, ประวัติ แนวคิดและวิธีค้นคว้าวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะไทย (กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ, 2551), หน้า 135 – 145.

<sup>26</sup> สรัสวดี อ๋องสกุล, เรื่องเดิม, หน้า 19.

<sup>27</sup> ยงยุทธ ชูแว่น, ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไทยว่าด้วยความเป็นมา สถานภาพ แนวคิด วิธีการศึกษาและบทบาทในสังคมปัจจุบัน (กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2551.)

<sup>28</sup> รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่งเรือง, “พระพุทธรูปสุโขทัยภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง : ความเป็นไทยและเอกลักษณ์ไทย,” เมืองโบราณ ปีที่ 33, ฉบับที่ 4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2550) : 88 – 99.

<sup>29</sup> ศรีสักดิ์ วัลลิโกดม, “อิง ยม น่าน ความสัมพันธ์ทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมระหว่างสุโขทัย แพร่ น่านและพะเยา ” ในประวัติศาสตร์โบราณคดีของล้านนาประเทศ (กรุงเทพฯ : มติชน, 2545), หน้า 217 – 218.

<sup>30</sup> วิจิตร ว่องวาริทธิย์, “การจารึกความทรงจำของท้องถิ่น : สิ่งปรากฏในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์,” ไทยคดีศึกษา ปีที่ 4, ฉบับที่ 1 (ตุลาคม 2549 – มีนาคม 2550) : 84 – 131.

## 2.การผลิตซ้ำทางประวัติศาสตร์ : กรณีศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยพระแก้วมรกต

ข้อเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 4 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 4 เป็นต้น ได้เสนอกิจกรรม “เยือนเมืองเหนือ กราบรอยพระแก้วมรกต” โดยมีจุดเริ่มต้นจากกรุงเทพมหานคร เดินทางสู่กำแพงเพชร ลำปาง ปลายทางที่เชียงราย โดยมีที่มาจากตำนานพระแก้วมรกตที่พบในล้านนาคือ “ชินกาลมาลีปกรณ์” และ “รัตนพิมวงค์”<sup>31</sup> ดังนั้นจังหวัดเชียงรายจึงเป็นสถานที่ผลิตซ้ำรูปพระแก้วมรกต ตัวอย่างที่น่าศึกษาคือ การสร้างรูปพระแก้วมรกตขนาดใหญ่ของวัดใหม่เจดีย์ ต.ศรีดอนชัย อ.เชียงของ จ.เชียงราย โดยสร้างให้มีขนาดใหญ่และให้เด่นอยู่บนเส้นทางเข้าสู่เมืองเชียงของ แม้ว่าวัดแห่งนี้ไม่ปรากฏในชุดความรู้ของตำนานพระแก้วมรกตแต่อย่างใด แต่การสร้างความจริงใหม่ของพระแก้วมรกตบนพื้นที่ดังกล่าวได้เน้นย้ำความหมายของพระแก้วมรกตที่มีต่อสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเชียงรายและเชียงของเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 7 เส้นทางท่องเที่ยวกราบรอยพระแก้วและพระแก้วมรกตในวัดใหม่เจดีย์ อ.เชียงของ

### พระพุทธรูป : การท่องเที่ยวและการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม

“...การสร้างพระพุทธรูปขนาดใหญ่ขึ้นตามพื้นที่สาธารณะหรือสถานที่สำคัญของบางจังหวัด ส่วนหนึ่งมาจากนโยบายของผู้บริหารระดับรัฐบาลเป็นผู้สร้าง โดยสร้างในดินแดนบ้านเกิดของตัวเอง...หรือผู้มีอำนาจ...ตัวอย่างหนึ่งคือพระพุทธรูปที่สร้างริมน้ำโขงบริเวณสามเหลี่ยมทองคำ...ไม่มี

ความเหมาะสมในเรื่องที่ตั้ง...นอกจากนี้ยังมีการสร้างตำนานความเชื่อ สร้างสิ่งเคารพบูชาที่ปะปนกันหลายอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการใช้พระพุทธรูป สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อประโยชน์ทางพุทธพาณิชย์อย่างแท้จริง...”<sup>32</sup>

เมื่อพระพุทธรูปถูกกระทำให้เป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวมากขึ้น พระพุทธรูปได้สร้างความหมายใหม่ในเรื่องของวัตถุแห่งการบริโภคด้วย กล่าวคือ เมื่อการเคารพบูชาได้เป็นพิธีกรรมหนึ่งของการบริโภค การยอมรับพระพุทธรูปในพื้นที่ใหม่ได้ทำให้เราแสดงการบริโภค (การเคารพบูชา) โดยไม่พยายามตั้งคำถามต่อปฏิบัติการเหล่านี้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสถาปนาพระพุทธรูป การบริโภคพระพุทธรูปยังถูกทำให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวมากขึ้นเท่าใด ก็จะมีการสร้างความหมายใหม่เพิ่มทับซ้อนเข้าไปมากขึ้นจนกระทั่งเป็นมายาคติ

เมื่อพระพุทธรูปถูกขยายขนาดให้ใหญ่ขึ้นและเลือกที่จะตั้งบนถนน เพื่อสร้างยุทธศาสตร์ตอบสนองพื้นที่แห่งการท่องเที่ยว ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้ (A Functional Logic of Use Value) เป็นตรรกวิทยาเชิงปฏิบัติของวัตถุหรือเป็น Logic of Utility อาจอธิบายได้ด้วยการบริโภคทางสายตา (Visual consumption) เพราะการท่องเที่ยวมักเกี่ยวข้องกับมุมมองสิ่งต่างๆ เสียเป็นส่วนใหญ่ หากพระพุทธรูปเป็นส่วนหนึ่งของการมองเพื่อสร้างแรงจูงใจต่อการกระทำต่างๆ

ในขณะเดียวกัน พระพุทธรูปในฐานะสินค้านั้น ก็เป็นวัตถุที่อาจจำเป็นต้องสร้างเชื่อมโยงกับความหมายทางสังคมเข้ากับสินค้าที่เกิดขึ้นในตลาดการค้าสมัยใหม่จึงเกิดขึ้นผ่านสถาบัน (institution) ต่างๆ เช่น การโฆษณา การตลาด หรือองค์กรส่งเสริมการขาย หน้าที่หลักของโฆษณาจึงได้แก่การผลิตโครงสร้างของความหมาย (structures of meaning) สินค้าจึงถูกบริโภคทั้งในเชิงสัญลักษณ์ ที่เป็นเครื่องหมายทางสังคมหรือเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมและในเชิงวัตถุที่มีประโยชน์ในการใช้งานเสมอ สินค้าจึงได้เปลี่ยนวัตถุจากที่เคยเป็นสิ่งที่ไม่เจาะจงไปสู่สิ่งที่มีความหมายเฉพาะตัวสำหรับผู้บริโภคและกินพื้นที่เฉพาะในวิถีชีวิตของผู้บริโภค และผู้บริโภคสามารถใช้วัตถุนั้นในการกำหนดพื้นที่ทางสังคมของตนเอง ดังตัวอย่างของการโฆษณาคุณสมบัติของการบูชาพระพุทธรูปพระเจ้าอินทระ (พระสิงห์สกลนคร) ที่พยายามแสวงหากลุ่มลูกค้า เช่น วัยรุ่น โดยเน้นการโฆษณาเรื่องเมื่อมาบูชาแล้วจะทำให้ความ

<sup>31</sup> พระรัตนปัญญาเถระ,ชินกาลมาลีปกรณ์,พิมพ์ครั้งที่ 5, แสง มณวิฑูรย์ ผู้แปล (กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร,2518)

<sup>32</sup> ศักดิ์ชัย สายสิงห์,พระพุทธรูปสำคัญและพุทธศิลป์ในดินแดนไทย(กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ,2554),หน้า 404.

รักยืนยาว เป็นต้น อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การสถาปนา “พระพุทธรณมงคลสถิต” บนจุดชมวิวในเส้นทางเชียงราย – เวียงแก่น อ.เวียงแก่น ชายแดนริมน้ำโขง จ.เชียงราย โดยเทศบาลตำบลหลายาง ให้ความหมายว่า “หลวงพ่เพิ่มลาภ” เป็นต้น

องค์ที่ 1 โดย หลวงพ่อมั่งมี สมเด็จพระโคตะมะ สัมมาสัมพุทธเจ้า สีขาว

องค์ที่ 2 โดย หลวงพ่อมั่งคั่ง สมเด็จพระโกนาคะมะ สัมมาสัมพุทธเจ้า สีทอง



ภาพที่ 8 เส้นทางท่องเที่ยวกราบรอยพระแก้วและพระแก้วมรกตในวัดใหม่เจดีย์ อ.เชียงของ

ตามแนวทางการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ พฤติกรรมหนึ่งของนักท่องเที่ยวคือ การใช้พระพุทธรูปเป็นสถานที่บันทึกภาพของตนเองเพื่อทำการสื่อสารกับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนโลกออนไลน์(Social Network) ทำให้ผู้สร้างสรรค์จำเป็นต้องผลิตพระพุทธรูปที่ตอบสนองต่อความต้องการของการบริโภคหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น การสร้างพระเจ้าอินทรีสาน อ.แม่สาย เป็นต้น อีกตัวอย่างที่น่าสนใจคือพระเจ้า 5 พระองค์ วัดป่ากก อ.แม่จัน จ.เชียงราย (สร้างขึ้นในพ.ศ. 2552) ถูกอธิบายใหม่ (นอกเหนือจากชุดความรู้เรื่องพระเจ้า 5 พระองค์ในพื้นพิภพเยา-วังเหนือ-เชียงราย) พร้อมกับการใช้สร้างจุดดึงดูดความน่าสนใจ คือ

องค์ที่ 3 โดย หลวงพ่อมั่นคง สมเด็จพระกุกุสันธะ สัมมาสัมพุทธเจ้า สีแดง

องค์ที่ 4 โดย หลวงพ่อบุญทวีทรัพย์ สมเด็จพระกัสสะปะ สัมมาสัมพุทธเจ้า สีbronซ์เงิน

องค์ที่ 5 โดย หลวงพ่อบรมปรารถนา สมเด็จพระศรี อริยมตไตร สัมมาสัมพุทธเจ้า สีน้ำเงิน

น่าสนใจว่า การผลิตพระพุทธรูปและสร้างชุดคำอธิบายใหม่บนเงื่อนไขของสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคลหรือปัจเจกมากขึ้น กลายเป็นหน่วยการบริโภคที่ถูกทำให้เล็กลง (atomizing) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปเคารพบูชาหรือถ่ายภาพกับพระพุทธรูปได้หลากหลายรูป



ภาพที่ 9 พระเจ้า 5 พระองค์กับการสร้างสรรค์ใหม่

แบบและหลากหลายความหมายตามที่ตนเองต้องการ ในขณะที่เดียวกันพระพุทธรูปที่มีรากฐานจากวัฒนธรรมที่ผูกพันเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ก็ถูกเพิ่มระยะห่างให้ออกมาอยู่ในรูปของสินค้าที่จำเป็น ต้องอาศัยหลักการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐศาสตร์ ต้องแฝงด้วยคุณค่า มีความพิเศษเฉพาะตัว ไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถพบเห็นได้ในการดำรงชีวิตประจำวันทั่วๆ ไป แต่จะพบได้เฉพาะในช่วงเวลาแห่งการพักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

นโยบายการท่องเที่ยวที่พยายามโฆษณาถึงรายได้ที่จะเข้าสู่รัฐ เป็นปัจจัยพื้นฐานประการหนึ่งในการขยายเส้นทางการท่องเที่ยว โดยดูดซับเอาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมมาเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการทำให้เป็นสินค้า “พระพุทธรูป” ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นวัตถุแห่งสินค้านั้น โดยสถาปนาพระพุทธรูปให้บนพื้นที่วัดและพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “พระพุทธรูปข้างถนน” กลายเป็นมายาคติภาพต่อการสร้างสัญลักษณ์ใหม่ของชุมชนท้องถิ่น และการขยายขนาดของพระพุทธรูปให้มีความใหญ่ขึ้นพร้อมกับการผลิตซ้ำประวัติศาสตร์เพื่อสร้างชุดความทรงจำร่วมเพื่อนำมาอธิบายตัวตนของท้องถิ่น

ปฏิบัติการหลายด้านที่มีต่อพระพุทธรูปถูกสร้างความหมายใหม่ทับซ้อนขึ้นมากขึ้น ผ่านการโฆษณาบนฐานของทุนนิยม ประวัติศาสตร์บางชุดจึงถูกผลิตขึ้นเพื่อรองรับพระพุทธรูป(สินค้า) พุทธศิลป์ร่วมสมัยของพระพุทธรูปก็ถูกสร้างสรรค์ใหม่ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคได้บริโภคทางสายตา พระพุทธรูปที่ไม่จำเป็นต้องอยู่ในวัดหากแต่สร้างขึ้นบนพื้นที่ใหม่แต่ได้รับการรับรองโดยพิธีกรรมตามโลกทัศน์ของท้องถิ่น ก็ย่อมได้รับโอกาสและความชอบธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคพิธีกรรมและความเชื่อที่ถูกสร้างขึ้นได้ จึงทำให้พระพุทธรูปที่สถาปนากลายเป็นเพียงอนุสาวรีย์ (site of memory) ที่มีแต่ความศักดิ์สิทธิ์ชั่วคราว สอดรับกับกรอบการบริโภคที่เป็นตัวกำหนดหรือกระตุ้นอุปทานของการสถาปนาพระพุทธรูปตามเส้นทางท่องเที่ยว พระพุทธรูปจึงย้ายความหมายและหน้าที่จากรูปเคารพไปสู่การบริโภคเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ โครงการหรือกิจกรรมที่วางแผนโดยรัฐที่พยายามจัดรูปแบบเส้นทางการส่งเสริมท่องเที่ยว ทำให้วัดหรือสถานที่ทางวัฒนธรรมที่ถูกผนวกในกิจกรรมหรือโครงการดังกล่าวจึงมีจุดดึงดูด ตัวอย่างเช่น โครงการไหว้พระ 9 จอมในจังหวัดเชียงราย เป็นต้น ในขณะเดียวกันวัด

หรือสถานที่ทางวัฒนธรรมที่ไม่ถูกจัดไว้ ย่อมจำเป็นต้องสร้างพื้นที่ของตนเอง ดังนั้น การสถาปนาพระพุทธรูปขนาดใหญ่หรือใช้พระพุทธรูปเป็นจุดขายจึงเพิ่มมากขึ้น ในขณะเดียวกันกระบวนการสร้างหรือผลิตพระพุทธรูปก็นำไปสู่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมมากขึ้น รัฐ สงฆ์ หรือชุมชนท้องถิ่นจำเป็นต้องตั้งคำถามต่อรูปแบบและวิธีการจัดการต่อพื้นที่ พระพุทธรูป(ในฐานะสินค้า) และความทรงจำเหล่านี้ ก่อนที่พระพุทธรูปจะย้ายตำแหน่งแห่งที่ไปสู่ “ทุน” ของนายทุนที่พยายามเข้ามาจัดการต่อทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นให้เป็นพุทธพาณิชย์อย่างเต็มตัว

## บรรณานุกรม

- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, “การท่องเที่ยว : มิติแห่งศาสตร์บูรณาการ,” วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 7, เล่มที่ 1( ตุลาคม 2554 – มีนาคม 2555 ) : 1 – 4 .
- ชาตรี ประกิตนันทการ,การเมืองและสังคมในศิลปะและสถาปัตยกรรม : สยามสมัย ไทยประยุกต์ชาตินิยม. กรุงเทพฯ : ศิลปวัฒนธรรมฉบับพิเศษ,2547.
- ชูศักดิ์ วิทยาก็ค, การท่องเที่ยวกับการพัฒนา : พินิจหลวงพระบางผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. เชียงใหม่ : ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.
- ธนศ วงศ์ยานนาวา. ปฏิวัติบริโภค: จากสิ่งของฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งจำเป็น. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2550.
- เจียรชาย อักษรดิษฐ์.ตำนานพระเจ้าเลียบโลก : การศึกษาพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมล้านนา ภูมินาม ตำนาน ผู้คน. เชียงใหม่: ธารปัญญา.2552.
- พระโพธิ์รังสี. นิทานพระพุทธลีลิต, แสง มนวิทู, ผู้แปล.กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, 2506.
- พระรัตนปัญญาเถระ.ชินกาลมาลีปกรณ์,พิมพ์ครั้งที่ 5, แสง มณวิฑูร ผู้แปล .กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร,2518.
- พิศม มีถม และอุกฤษฏ์ อุปราสิทธิ์. “ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจไทยต่อชุมชนชนบท บ้านสักหลวง อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน” ใน มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ. ผลกระทบของวิกฤตเศรษฐกิจต่อชนบทไทย.กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2543.
- ม.ล.สุรสวัสดิ์ สุขสวัสดิ์ และฮันส์ เพนธ์.พุทธศิลปะในนิยายสี่หลักกษุ พ.ศ.1900 – 2000. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550.
- มติมหาเถรสมาคม ครั้งที่ 4/2545 เรื่อง การสร้างพระพุทธรูป ปูนียวัตถุ และรูปปั้นต่างๆ ที่ใช้ประดับตกแต่งสถานที่ อ้างถึงใน [http://www.songpak16.com/mati80\\_2545.html](http://www.songpak16.com/mati80_2545.html), สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2555.
- มนัส สุวรรณและคณะ. ปัญหาการว่างงานและการมีงานทำ : การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในภาคเหนือ อันเนื่องมาจากนโยบายและโครงการพัฒนาของรัฐบาลและเอกชนกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- ยงยุทธ ชูแว่น. ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไทยว่าด้วยความเป็มา สถานภาพ แนวคิด วิธีการศึกษาและบทบาทในสังคมปัจจุบัน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2551.
- ยศ สันตสมบัติ.อำนาจ พื้นที่ และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ : การเมืองวัฒนธรรมของรัฐบาลชาติในสังคมไทย.กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2551.
- ยอร์ช เซเดส์.โบราณวัตถุในพิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนคร. พระนคร : โรงพิมพ์โสภณพิพรรฒธนากร, 2471.
- รังสรรค์ ณะพรพันธุ์.ระบบเศรษฐกิจไทย : ลักษณะและปัญหา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- รายงานสัมมนาทางวิชาการเรื่องการพัฒนาเมืองหลักในภาคเหนือ : ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการพัฒนาในอนาคต. เชียงใหม่ : ธนบรรณการพิมพ์, 2529.
- รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่งเรือง. “พระพุทธรูปสุโขทัยภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง : ความเป็นไทยและเอกลักษณ์ไทย”. เมืองโบราณ ปีที่ 33 ,ฉบับที่ 4( ตุลาคม – ธันวาคม 2550) : 88 – 99.
- รุ่งโรจน์ ธรรมรุ่งเรือง.ประวัติ แนวคิดและวิธีค้นคว้าวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะไทย. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ, 2551.
- วิจิตร ว่องวาทิพย์. “การจารึกความทรงจำของท้องถิ่น : สิ่งปรากฏในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์,” ไทยคดีศึกษา ปีที่ 4,ฉบับที่ 1 (ตุลาคม 2549 – มีนาคม 2550) : 84 – 131.
- วิทยา อารณ. “ประวัติของชุมชนในบริเวณลุ่มน้ำแม่หล อำเภแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.
- วุฒิชัย ตั้งสมชัย และปิยพรรณ กลั่นกลิน. สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555.



- ศรีศักดิ์ วลิตโกดม. “อิง ยม น่าน ความสัมพันธ์ทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมระหว่างสุโขทัย แพร่ น่านและพะเยา” ใน **ประวัติศาสตร์โบราณคดีของล้านนาประเทศ**. กรุงเทพฯ : มติชน, 2545.
- ศักดิ์ชัย สายสิงห์. **พระพุทธรูปสำคัญและพุทธศิลป์ในดินแดนไทย**. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ, 2554.
- สนิท พลเยี่ยม.กวีนิพนธ์ “เชียงราย” : สะท้อนภาพเชียงรายอีกมิติหนึ่ง. เชียงราย : อินเทอร์เน็ต, 2539.
- สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ. **ตำนานพุทธเจดีย์สยาม**. พระนคร : โรงพิมพ์โสภณพิพรรฒธนาธร, 2468.
- สร้อยดี อ่องสกุล. **ประวัติศาสตร์ล้านนา**, พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินต์ติ้ง, 2553.
- อติคม โกมลวิยาธร. **วัฒนธรรมการบริโภค : แนวคิดและการวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก, 2538.
- อรรถจักร สัตยานุรักษ์. **การเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของชนชั้นนำไทยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 – พ.ศ.2475**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- A.B. Griswold, **Date Buddha Images of Northern Siam**, Artibus Asiae, Supplementum 16, Ascona Switzerland, 1957. p. 79.
- <http://board.palungjit.com/> เข้าถึงเมื่อ วันที่ 20 ธันวาคม 2555.