

การประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่อง “พญาลวง” เพื่อสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ธิตินัดดา จินาจันทร์

นักวิจัย

สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

thitichin.25@gmail.com

ศันสนีย์ กระจำจโนม

นักวิจัย

สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

mm_sansanee@yahoo.com

เผชญิวาส ศรีชัย

นักวิจัย

สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

dr.pachernwaat@gmail.com

รับบทความ: 1 กุมภาพันธ์ 2566

แก้ไขบทความ: 27 เมษายน 2566

ตอบรับบทความ: 8 พฤษภาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้คติความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลในชุมชนจำนวน 3 คน การสนทนากลุ่มและอบรมเชิงปฏิบัติการกับชาวบ้านในชุมชน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 จำนวน 16 คน และครั้งที่ 2 จำนวน 15 คน ผลการศึกษาพบว่า จากคติความเชื่อเรื่องพญาลวงที่ชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือสืบทอดมาจากบรรพบุรุษที่มีถิ่นฐานเดิมอยู่ในสิบสองปันนาผ่านวรรณกรรมมุขปาฐะนั้น เมื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 ประเภทตามความต้องการของชาวบ้านในชุมชน ได้แก่ 1) ถุงย่ามที่มีลวดลายพญาลวงประดับตกแต่ง และ 2) โคมไฟเส้นด้ายที่ตกแต่งด้วยลวดลายพญาลวงแล้วนั้น พบว่ามีการปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของพญาลวงให้มีความทันสมัยมากขึ้น สอดคล้องกับกระแสความสนใจของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบัน พร้อมกันนั้นยังมีการสร้างคุณค่าและให้ความหมายใหม่แก่ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภทนี้โดยอ้างอิงจากคติความเชื่อเดิมว่า

พญาลวงจะนำมาซึ่งความอุดมสมบูรณ์ มั่งคั่ง โดยใช้เรื่องเล่าที่เรียบเรียงขึ้นใหม่นั้นช่วยหนุนเสริมให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีความเด่นชัดและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอีกด้วย

คำสำคัญ: พญาลวง, คติความเชื่อ, ไทลื้อ, คติชนสร้างสรรค์, ชุมชนลวงเหนือ

An Application of Using Belief in “Phaya Luang” for Creating Value and a New Meaning in the Cultural Products of Tai Lue Community in Ban Luang Nua, Luang Nua Subdistrict, Doi Saket District, Chiang Mai Province

Thitinadda Chinachan

Researcher

Multidisciplinary Research Institute,

Chiang Mai University

thitichin.25@gmail.com

Sansanee Krajangchom

Researcher

Multidisciplinary Research Institute,

Chiang Mai University

mm_sansanee@yahoo.com

Pachernwaat Srichai

Researcher

Multidisciplinary Research Institute,

Chiang Mai University

dr.pachernwaat@gmail.com

Received: February 1, 2023

Revised: April 27, 2023

Accepted: May 8, 2023

Abstract

The purposes of this qualitative research were to study the beliefs in a mythical creature ‘Phaya Luang’ by the Tai Lue people and to implement the beliefs to create new values and meanings in cultural products for the Tai Lue Ban Luang Nua community, Doi Saket district, Chiang Mai province. The study was conducted via document analysis, in-depth interviewed three informants, two focus group meetings and workshops with 16 informants in the first meeting and 15 informants in the second one. The study found that, the belief in ‘Phaya Luang’ that the Tai Lue people in Ban Luang Nua inherited from their ancestors from

Sipsongpanna through oral literature, could be further developed into two types of the cultural products, corresponded to the villagers in the community's needs: 1) satchel bags decorated with 'Phaya Luang' patterns and 2) yarn lanterns decorated with 'Phaya Luang' patterns. The newly developed cultural products had the modernized appearances which were in accordance with the young generation's interests. Meanwhile, there were also value creation and new meanings to these two types of products based on the old belief that the mythical creature would bring abundance and wealth. The newly organized storytelling underpinned the value of the cultural products and bringing the myth of 'Phaya Luang' to create new values and meanings would increase the value of the community's products more remarkable.

Keywords: Phaya Luang, Beliefs, Tai Lue, Creative folklore, Luang Nua Community

บทนำ (Introduction)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่พหุวัฒนธรรมที่มีผู้คนหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันมายาวนานนับตั้งแต่พญามังรายสร้างเมืองเชียงใหม่ในปีพ.ศ.1839 และรวบรวมรัฐน้อยใหญ่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรล้านนา มีประชากรหลัก (Majority) คือชาวไทยวน ชาวไทยวนมีความสัมพันธ์กับคนในกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มอื่น ๆ มาตั้งแต่สมัยราชวงศ์มังราย นับตั้งแต่พญามังรายซึ่งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชาวไทลื้อเพราะพระองค์เป็นพระโอรสของนางเทพคำชาย ธิดาของท้าวรุ่งแก่นชายเมืองเชียงรุ่ง ซึ่งเป็นชาวไทลื้อ (สรสวดี อ่องสกุล, 2561: 41) เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์หลายครั้งได้แสดงให้เห็นถึงการอพยพเคลื่อนย้ายของชาวไทลื้อมาอยู่ในพื้นที่ล้านนาในประเทศไทยอยู่เป็นระยะในสมัยราชวงศ์มังราย แต่การโยกย้ายครั้งใหญ่ที่สุดเกิดขึ้นในช่วงที่พญาจำบ้านและพญาภาวิละได้กอบกู้เอกราชจากพม่าได้แล้ว และไปกวาดต้อนผู้คนจากเมืองต่าง ๆ ที่อยู่เหนือขึ้นไปมาไว้ในพื้นที่ล้านนา

ชาวไทลื้อคือกลุ่มชาติพันธุ์ไทที่อพยพมาตั้งรกรากอยู่ในหลายพื้นที่ใน 8 จังหวัดภาคเหนือของไทยมากที่สุด โดยกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพะเยา จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดน่าน เป็นต้น แม้ว่าการอพยพโยกย้ายครั้งใหญ่จะเกิดขึ้นในช่วงของการกวาดต้อนผู้คนจากเมืองเล็กเมืองน้อยมาไว้ในเมืองเชียงใหม่และเมืองอื่น ๆ ที่เคยเป็นอาณาจักรล้านนาแต่เดิม ดังที่ไกรศรี นิมมานเหมินท์ให้นิยามว่าเป็นยุค “เก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” ในช่วงปีพ.ศ.2325-2353 (สรสวดี อ่องสกุล, 2561: 242-243) แต่ชุมชนชาวไทลื้อในบางพื้นที่มีหลักฐานยืนยันว่ามีการอพยพมาตั้งรกรากก่อนหน้านั้นเป็นเวลานาน เช่น ชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีหลักฐานจากข้อความบนเสาไม้บ้าน มีใจความว่าสร้างบ้านเมื่อวันเสาร์ที่ 3 เมษายน พ.ศ.1932 อีกทั้งหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวถึงการเสด็จประพาสสิบสองปันนาของพญาแสนเมืองมา (พ.ศ.1928-1944) และเมื่อกลับมายังล้านนาในปีพ.ศ.1932 ชายาของพระองค์ได้ประสูติพระโอรส ให้ชื่อว่าสามประพญาฝั่งแกนตามชื่อดินแดนพินนาฝั่งแกนที่เสด็จมาถึง (เดวิด เค วัยอาจ, 2556: 116 และ ฌริสสร อีร์ทิป, 2543: 36) จึงสันนิษฐานว่า เมื่อครั้งพญาแสนเมืองมาเสด็จกลับมาถึงยังพินนาฝั่งแกน (สันนิษฐานว่าอยู่ในบริเวณพื้นที่ตำบลอินทิล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน) ในปีพ.ศ.1932 นั้น อาจจะมีชาวไทลื้อติดตามมาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่นี้ ต่อมาเมื่อพญาภาวิละได้กวาดต้อนกลุ่มคนจากเมืองต่าง ๆ มาไว้ในเชียงใหม่ในยุคเก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง จึงน่าจะมีชาวไทลื้อจากสิบสองปันนาอพยพมาอีกระลอกหนึ่งเพื่อสมทบกับญาติพี่น้องที่เคยมาตั้งรกรากอยู่ก่อนหน้านั้นหลายร้อยปี (เกษฎาวัลย์ ตันริยงค์ และคณะ, 2558: 58) และกระจายไปตั้งรกรากอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ในเวลาต่อมา

ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ชุมชนชาวไทลื้อที่ใหญ่ที่สุดคือชุมชนบ้านหลวงเหนือและบ้านหลวงใต้ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นชุมชนเดียวกัน แต่ต่อมาถูกแบ่งออกด้วยทางหลวงแผ่นดิน จึงทำให้แต่ละชุมชนมีการสืบทอดวัฒนธรรมไทลื้อของตนเองและมีการบริหารจัดการจนสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยว มีการผลิตสินค้า เช่น ผ้าฝ้ายทอมือจำหน่ายในชุมชน มีการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากทุกพื้นที่ โดยชุมชนไทลื้อบ้านหลวงได้มีการพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวมาก่อน แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือมีการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวขึ้นมาเช่นกัน และได้สร้างศูนย์เรียนรู้เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้วัฒนธรรมไทลื้อและการท่องเที่ยว เช่น ศูนย์การเรียนรู้ไต้ลื้อบ้านใบบุญ ตำบลหลวงเหนือ ประกอบกับในชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือมีวัดศรีมงคลเมืองซึ่งเป็นวัดโบราณที่มีประวัติความเป็นมาเกี่ยวโยงไปถึงพญาสามฝั่งแกนในราชวงศ์มังราย มีเสาไม้บ้านที่เป็นหลักฐานการตั้งถิ่นฐาน และมีผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมหลายแห่งอยู่ภายในชุมชน จึงทำให้ชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือพัฒนาอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม หลังจากเกิดวิกฤติการณ์โรคระบาดโคโรนาไวรัส-19 ในประเทศไทยตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 เป็นต้นมา ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วนอย่างรุนแรง ชุมชนท่องเที่ยวบ้านลวงเหนือก็ได้รับผลกระทบนี้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ชุมชนยังมีปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบดั้งเดิมที่ไม่มีการสร้างสรรค์ให้แปลกใหม่ จึงไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนในชุมชนมากนัก จึงทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์บางส่วนตกค้างและเสื่อมสภาพไป ไม่เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน คณะนักวิจัยจึงร่วมมือกับชาวบ้านและช่างฝีมือในชุมชนในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ ซึ่งมีการใช้คติความเชื่อเรื่องพญาลวงมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และทันสมัยมากขึ้น พร้อมกับการสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเหล่านั้นให้เป็นเชิงคติชนสร้างสรรค์

ความเชื่อเรื่อง “ลวง” หรือ “พญาลวง” ของชาวไทลื้อมีต้นกำเนิดจากความเชื่อเรื่องมังกรของชาวจีน ชาวไทลื้อในสิบสองพันนา รวมถึงรัฐฉานได้รับเอาความเชื่อนี้เข้ามาไว้ในวัฒนธรรมของตน และเมื่อมาตั้งรกรากอยู่ในพื้นที่วัฒนธรรมล้านนา จึงส่งต่อวัฒนธรรมความเชื่อเรื่องลวงหรือพญาลวงไปยังกลุ่มชาติพันธุ์ไทกลุ่มอื่น ๆ ในล้านนาด้วย (ธรร สิมกิง, 2560: 8) ในชุมชนบ้านลวงเหนือ อำเภอต๋อยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ นั้น มีการสืบทอดวัฒนธรรมความเชื่อเรื่องพญาลวงมาจากบรรพบุรุษ อีกทั้งชื่อหมู่บ้านมีคำว่าลวงประกอบอยู่ จึงมีการพยายามนำเอาคติความเชื่อนี้มาถ่ายทอดให้เป็นรูปธรรมโดยการออกแบบพญาลวงตามแต่จินตนาการของศิลปินแต่ละคน เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมาบ้างแล้ว แต่การใช้งานพญาลวงที่สร้างสรรค์นั้นยังจำกัด เนื่องจากรูปแบบของพญาลวงที่ศิลปินแต่ละคนสร้างสรรค์ขึ้นนั้นมีรายละเอียดความยากง่ายแตกต่างกันไป จึงทำให้รูปแบบของพญาลวงที่สร้างสรรค์มาแล้วนั้นเป็นเพียงต้นแบบที่นำไปใช้ผลิตซ้ำได้ค่อนข้างยาก และขาดการสื่อความหมายต่อสังคม

การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือเพื่อนำไปสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงถึงความหมายของพญาลวง หรือ การสร้างเรื่องเล่า (storytelling) เพื่อสื่อความหมาย เป็นต้น ซึ่งการประยุกต์คติความเชื่อไปใช้ในการนำเสนอในรูปแบบใหม่ เนื้อหาใหม่ หรือวัตถุประสงคิใหม่นั้น จัดเป็นกระบวนการหนึ่งในแนวคิด “คติชนสร้างสรรค์” แนวคิดใหม่ด้านคติชนวิทยา

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อ บ้านลวงเหนือ อำเภอต๋อยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) นี้เป็นการศึกษาข้อมูลความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อ บ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอต๋อยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำเอาองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาต่อยอดในการสร้างผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่มีฐานจากความเชื่อเรื่องพญาลวง

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ศึกษาความเชื่อเรื่อง “ลวง” หรือ “พญาลวง” ของชาวไทลื้อในชุมชนบ้านลวงเหนือ ประกอบกับความเชื่อเรื่องพญาลวงที่ปรากฏในเอกสารหรือในพื้นที่ต่าง ๆ ในพื้นที่วัฒนธรรมล้านนา และนำคติความเชื่อเรื่องพญาลวงไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อสร้างคุณค่าและให้ความหมายใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทใหม่ของสังคม

ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้ทำการศึกษาวิจัยในชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรมของคนในชุมชนลวงเหนือจำนวน 3 คน โดยคัดเลือกจากภูมิหลังของผู้ให้ข้อมูลว่ามีความรู้ ประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณีของชาวไทลื้อที่เหมาะสมจะเป็นผู้ให้ข้อมูล และ 2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มและฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 ครั้ง จำนวน 16 คน 1 ครั้ง และจำนวน 15 คน 1 ครั้ง โดยใช้วิธีรับสมัครผู้ที่มีทักษะฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมและมีความสนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขอบเขตด้านระยะเวลาศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้ศึกษาวิจัยตั้งแต่วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565 – 7 กุมภาพันธ์ 2566

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือวิจัย 2 ประเภทในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้ตอบคำถามผ่านรูปแบบการสนทนากลุ่ม 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อสอบถามข้อมูลในเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลที่มีความสำคัญ โดยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มในแต่ละครั้งใช้การบันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึกเสียงร่วมกับการจดบันทึกและการถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องพญาลวงจากเอกสารประเภทต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในชุมชนด้วยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อในชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ

นอกจากนั้น ได้จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Meeting) เพื่อเก็บข้อมูลความต้องการและศักยภาพของชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปออกแบบกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ชาวบ้านในชุมชนที่สนใจเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการทั้ง 2 ครั้ง โดยเน้นการประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลวงไปพัฒนาผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ความเชื่อเรื่องพญาลงของชาวไทลื้อ เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อเรื่องพญาลงของชาวไทลื้อบ้านหลวงเหนือ และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของการนำคติความเชื่อเรื่องพญาลงไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน การสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นโดยใช้แนวคิดคิดค้นสร้างสรรค์เป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

ประวัติศาสตร์ชาวไทลื้อบ้านหลวงเหนือ

ชาวไทลื้อมีถิ่นฐานที่ตั้งอยู่ในดินแดนสิบสองพันนา หรือพื้นที่ส่วนหนึ่งของมณฑลยูนนานทางตอนใต้ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในปัจจุบัน ชาวไทลื้อมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชาวไทยวนในล้านนา ตั้งแต่เมื่อครั้งก่อนการกำเนิดอาณาจักรล้านนา เนื่องจากพระมารดาของพญามังรายคือนางเทพคำชายเป็นพระธิดาของท้าวรุ่งแก่นชาย เจ้าเมืองเชียงรุ่ง พญามังรายจึงมีเชื้อสายไทลื้อจากพระมารดา (ณริสสร ชีรทีป, 2543: 22) หรือการนำตัวอักษรธรรมล้านนาไปพัฒนาเป็นตัวอักษรไทลื้อผ่านการเผยแพร่พระพุทธศาสนาจากล้านนาไปสู่เชียงตุง เชียงรุ่ง (สรสวดี อ่องสกุล, 2561: 166) เป็นต้น

ประวัติศาสตร์บอกเล่าของชาวไทลื้อในชุมชนบ้านหลวงเหนือได้เล่าสืบกันต่อมามีชาวไทลื้อจากสิบสองพันนาได้อพยพเข้ามาอยู่ในพื้นที่บริเวณบ้านหลวงเหนือและลงใต้ตั้งแต่ปีพ.ศ.1932 เนื่องจากมีหลักฐานตัวอักษรที่บันทึกไว้ที่ฐานของเสาโอบบ้านหลักใหม่ที่เปลี่ยนเป็นเสาคอนกรีตมีใจความว่า “ตั้งบ้านวันเสาร์ 3 เมษายน พ.ศ.1932” ซึ่งตัวอักษรที่บันทึกไว้นั้นเป็นตัวอักษรภาษาไทย สันนิษฐานว่าสร้างเป็นเสาคอนกรีตมานานกว่า 70 ปีโดยอ้างอิงจากคำสัมภาษณ์ของนางพรรษา บัวมะลิ ผู้ก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ไถลื้อบ้านใบบุญ ที่ให้ข้อมูลว่า เสาโอบบ้านที่เป็นปูนครอบนั้นมีมาก่อนตนเองเกิดแล้ว แต่เดิมเป็นเสาไม้มีตัวอักษรสลักไว้แต่ไม่รู้ว่าเป็นอักษรอะไร ต่อมาได้ผู้ฟังไปจึงทำเป็นเสาปูนครอบ แต่เสาปูนที่เห็นในปัจจุบันนี้เป็นเสาที่บูรณะมาแล้ว เป็นรอบที่ 3 (สัมภาษณ์นางพรรษา บัวมะลิ)

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ มีการกล่าวถึงพญาแสนเมืองมาได้เสด็จประพาสตามหัวเมืองต่าง ๆ โดยพาพระนางติโลกจุฑาเทวี พระชายาของพระองค์ซึ่งเป็นเจ้านายเชื้อสายสิบสองพันนาซึ่งทรงครรภ์ได้ 3 เดือนตามเสด็จประพาสด้วย ต่อมาอีก 7 เดือนจึงได้เสด็จกลับมาถึงพันนาฝั่งแกน พระนางติโลกจุฑาเทวีก็ได้ประสูติพระโอรส ในปั้มะเส็งเอกศก จุลศักราช 751 หรือปีพ.ศ.1932 พระโอรสซึ่งมีพระนามว่าพญาสามจึงมีสร้อยว่าฝั่งแกน หรือสามประญาฝั่งแกนตามชื่อดินแดนพันนาฝั่งแกน (เดวิด เค วัยอาจ, 2556: 116, สรสวดี อ่องสกุล, 2561: 166 และพระยาประชาภิจักรจักร, 2557: 315) จึงสันนิษฐานว่าในปีพ.ศ.1932 นั้นอาจจะมีชาวไทลื้อติดตามพญาแสนเมืองมามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่นี้ ต่อมาเมื่อพญากาวิละได้กวาดต้อนกลุ่มคนจากเมืองต่าง ๆ มาไว้ในเชียงใหม่ในยุคเก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง ซึ่งเป็นการอพยพโยกย้ายของกลุ่มชาติพันธุ์ครั้งใหญ่ที่สุด จึงน่าจะมีชาวไทลื้อจากสิบสองพันนาอพยพมาอีกระลอกหนึ่งเพื่อสมทบกับญาติพี่น้องที่เคยมาตั้งรกรากอยู่ก่อนหน้านั้นหลายร้อยปี โดยจำนวนชาวไทลื้อที่อพยพมาตั้งรกรากอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดอยู่ที่ตำบลหลวงเหนือ และตำบลลงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด (เกษภาวัลย์ ดันริยงค์ และคณะ, 2558: 58 และ ณริสสร ชีรทีป, 2543: 23)

ชื่อบ้านหลวงเหนือเป็นการตั้งชื่อตามเมืองหลวงในสิบสองพันนาเช่นเดียวกับชื่อของหมู่บ้านอื่น ๆ ที่ตั้งชื่อตามเมืองดั้งเดิมที่ได้จากมา เช่น เมืองสาตร(เมืองสาต) เมืองวะ เมืองเล็น เป็นต้น โดยเมืองหลวงดั้งเดิมนั้นตั้งอยู่ในตอนเหนือของสิบสองพันนา ใกล้กับเขตแดนพม่า แบ่งออกเป็น 2 เขต คือ หลวงเหนือและลงใต้

(โครงการพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมและชาติพันธุ์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551: 11) สำหรับหมู่บ้านลวงเหนือและหมู่บ้านลวงใต้ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ นั้น แต่เดิมเป็นพื้นที่ที่เชื่อมต่อกัน แบ่งอาณาเขตตามทิศที่ตั้ง แต่ต่อมาเมื่อมีการตัดถนนเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด จึงทำให้สองหมู่บ้านแยกออกจากกัน ทางกายภาพและตามการแบ่งเขตการปกครอง

ชาวไทลื้อในชุมชนบ้านลวงเหนือมีการสืบทอด ส่งต่อวัฒนธรรมไทลื้อจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีวัฒนธรรมที่สืบทอดอย่างเข้มแข็งคือวัฒนธรรมภาษา โดยเฉพาะภาษาพูด และวัฒนธรรมการแต่งกาย แต่อย่างไรก็ตาม ในอดีตประมาณ 30 ปีที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลและความเห็นว่า ชาวไทลื้อในชุมชนยังไม่มีวัฒนธรรมทอผ้าในวัฒนธรรมไทลื้อของตนเองมากนัก และยังมีความรู้สึกอายที่จะพูดภาษาไทลื้อในที่สาธารณะ แต่ต่อมาเมื่อมีการจัดงาน “สืบสานตำนานไทลื้อ” และพัฒนาไปเป็นงาน “สืบสานตำนานไทลื้อโลก” ในจังหวัดพะเยา ซึ่งได้รับการผลักดันจากนักการเมืองท้องถิ่นในขณะนั้น จึงทำให้ตนเองเริ่มสนใจสืบค้นว่าบรรพบุรุษวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของคนไทลื้อในชุมชนเป็นอย่างไร และมีความมั่นใจที่จะสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทลื้อให้เข้มแข็งมากขึ้นจนพัฒนามาเป็นศูนย์การเรียนรู้ไ้ลื้อบ้านใบบุญจนถึงปัจจุบัน (สัมภาษณ์นางพรรษา บัวมะลิ เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2564)

แนวคิดคติชนสร้างสรรค์ (Creative Folklore)

แนวคิดคติชนสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้นหลังจากเกิดปรากฏการณ์ทางสังคมที่นำเอาข้อมูลคติชนที่มีอยู่ในสังคมมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อตอบรับกับบริบทใหม่ ๆ ในสังคม อาทิ การท่องเที่ยว เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยนำเอาข้อมูลคติชนมาผลิตซ้ำ สร้างสรรค์ สร้างความหมายใหม่ในบริบทสังคมใหม่ โดยจากปรากฏการณ์คติชนสร้างสรรค์ในสังคมไทยที่ผ่านมา พบว่ามีการนำเสนอคติชนสร้างสรรค์ใน 3 ลักษณะคือ 1) การนำเสนอในรูปแบบใหม่ 2) การนำเสนอด้วยเนื้อหาใหม่ และ 3) การนำเสนอด้วยวัตถุประสงค์ใหม่ (ศิริพร ณ ถลาง, 2559: 121)

ข้อมูลคติชนส่วนใหญ่ที่ปรากฏในปรากฏการณ์คติชนสร้างสรรค์ของไทยคือเรื่องเล่าที่ได้จากนิทานหลากหลายประเภท ซึ่งเรื่องเล่าเหล่านั้นยังปรากฏร่วมกับความเชื่อดั้งเดิม ความเชื่อเป็นข้อมูลคติชนประเภทมุขปาฐะประเภทหนึ่งซึ่งส่งอิทธิพลต่อแนวคิดและวิถีชีวิต วิถีปฏิบัติของคนในสังคมนั้น ๆ (มัลลิกาคณานุรักษ์, 2550: 37) ในขณะที่นักคติชนบางท่านจำแนกความเชื่ออยู่ในประเภทข้อมูลคติชนแบบผสม (เรณู อรรถาเมศวร์, 2535: 158) ซึ่งความเชื่อจะสัมพันธ์กับประเพณีพิธีกรรมที่ดำเนินต่อเนื่องจากความเชื่อที่มีอยู่ในสังคมนั้น ๆ คติความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อในชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือก็ได้ส่งอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนเช่นกัน โดยปรากฏในรูปแบบของเรื่องเล่าที่เล่าสืบทอดกันมาในชุมชน ศิลปกรรมในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อชุมชนปรับตัวเป็นชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในช่วงเวลาประมาณ 15-20 ปีที่ผ่านมา คติความเชื่อเรื่องพญาลวงจึงถูกนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นอีกอัตลักษณ์ของชุมชนนอกเหนือไปจากวัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมด้านอาหาร หรือวัฒนธรรมภาษา

การนำเอาข้อมูลคติชนประเภทต่าง ๆ มาสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าในฐานะของทุนทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวที่จัดเป็น “คติชนสร้างสรรค์” (Creative Folklore) ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ทางคติชนวิทยาที่ศิริพร ณ ถลาง ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นการสืบทอดคติชนในบริบทใหม่ของสังคมไทย มีการนำคติชนไปสร้างใหม่ ผลิตซ้ำ ประยุกต์ ต่อยอด ตีความหมาย สร้างความหมายใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่น (ศิริพร ณ ถลาง, 2559: 19) และแนวคิดคติชนสร้างสรรค์

นี้มีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดในการประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลงของชาวไทลื้อบ้านหลวงเหนือเพื่อสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ความเชื่อเรื่องพญาลงของชาวไทลื้อ

लग หรือพญาลง เป็นความเชื่อของชาวล้านนาที่รับอิทธิพลผ่านมาจากกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ โดยมีต้นกำเนิดความเชื่อเรื่องมังกรมาจากจีน โดยมีคำเรียกว่า “หลง” ในภาษาจีนกลาง และ “เล้ง” ในภาษาจีนฮกเกี้ยน ชาวจีนเชื่อว่ามังกรเป็นสัตว์ที่สื่อถึงฟ้าฝนซึ่งเชื่อมโยงถึงความอุดมสมบูรณ์ มังกรจึงปรากฏเป็นสัญลักษณ์ของจักรพรรดิจีน และแผ่อิทธิพลความเชื่อนี้ไปยังประเทศต่าง ๆ ที่จีนมีอิทธิพลครอบคลุมไปถึง ไม่ว่าจะเป็น ญี่ปุ่น เกาหลี เวียดนาม อิเบต เป็นต้น รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อที่อาศัยอยู่ในสิบสองปันนา รวมถึงรัฐฉานในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ในปัจจุบันก็ได้รับอิทธิพลความเชื่อเรื่องมังกรมาจากจีน (วชรธร สิมกิง, 2560: 8) โดยออกเสียงเพี้ยนจากศัพท์เดิมว่า หลง หรือ เล้ง มาเป็นलगหรือพญาลง

ต่อมาเมื่อชาวไทลื้ออพยพโยกย้ายเข้ามาตั้งรกรากอยู่ในล้านนาจึงได้นำเอาวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ของชาวไทลื้อเข้ามาด้วย แต่สันนิษฐานว่าพญาลงที่ปรากฏในงานศิลปกรรมล้านนานั้น ได้รับอิทธิพลผ่านมาจากกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อโดยผ่านงานศิลปะของพม่าอีกทอดหนึ่งในยุคที่พม่าเข้ามาปกครองล้านนา โดยปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ ของงานศิลปกรรม เช่น นาคทนต์ คันทวย ไม้แกะสลัก งานปูนปั้น ชุมประตู่โขง โขงพระธาตุ (วชรธร สิมกิง, 2560: 11 และ ชมรมฮักตัวเอง สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัย เชียงใหม่, 2561, ออนไลน์)

ในภาษาล้านนามีคำว่า “लगหลั่นผ้า” ซึ่งหมายถึงตัวलगเล่นก่อนเมฆ ใช้เรียกปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเมื่อมีแสงฟ้าแลบอยู่ในกลุ่มเมฆโดยปราศจากเสียงฟ้าร้อง เปรียบได้กับพญาลงลงมาว่ายวนเล่นอยู่ในก้อนเมฆบนท้องฟ้า ในช่วงปีพ.ศ.2546-2547 กลุ่มเยาวชนหลายเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนที่รวมตัวกันดำเนินกิจกรรมทางดนตรีและการแสดงพื้นบ้านล้านนาได้ประดิษฐ์การแสดงชุดใหม่ชื่อว่า “लगหลั่นผ้า” โดยใช้คติความเชื่อเรื่องलगหรือพญาลงในล้านนามาเป็นต้นแบบ ใช้เครื่องดนตรีประเภทเครื่องกระทบหลายชนิดมาบรรเลงร่วมกันกับเครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่าเพื่อบรรเลงเพลงที่มีจังหวะรวดเร็ว คึกคัก โดยเสียงที่เกิดขึ้นจะแทนการเคลื่อนไหวของพญาลงในหมู่เมฆตามจินตนาการของผู้ประพันธ์เพลง

ในด้านวรรณกรรม लगหรือพญาลงปรากฏอยู่ในวรรณกรรมมุขปาฐะและวรรณกรรมลายลักษณ์หลายเรื่อง อาทิ นิทานเรื่องเสียวงาวเสียวหลั้ว นิทานที่ปรากฏการเล่าในเขตเมืองน่าน หรือปรากฏในคำกี่ยวสาวที่เปรียบเทียบงามของหญิงสาวในยามเยื้องย่างว่างดงามเหมือนलगหลั่นผ้า หรือปรากฏในเวสสันดรที่ปณี หรือ เวสสันดรชาดก กัณฑ์มัทรี ในตอนที่กล่าวถึงการสร้างเมรุบรรจุศพของนางมัทรีว่ามีลวดลายของพญาลงอยู่บนนั้น หรือในธรรมบทปลาช่อน ก็ได้บรรยายถึงบรรยากาศในช่วงฤดูฝนที่ฟ้าฝนคะนอง มีแสงแลบแปลบปลาบ เพราะพญาลงเล่นอยู่ในก้อนเมฆ (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์, 2542: 5834 และ ชมรมฮักตัวเอง สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัย เชียงใหม่, 2561, ออนไลน์)

लगในความเชื่อของชาวไทลื้อและชาวล้านนานั้น มีลักษณะร่วมของสัตว์หลายประเภท อย่างน้อย 5 ประเภท ซึ่งลักษณะของการผสมผสานรูปลักษณะของสัตว์หลายชนิดเช่นนี้มีชื่อเรียกว่า “ปญฺจรูป”

ตามศัพท์ทางโบราณคดี (เพ็ญสุภา สุขคตะ, 2563, ออนไลน์) ซึ่งในด้านศิลปกรรมพื้นถิ่นนั้น ลวงมีความใกล้ชิดกับนาค และมังกร

นอกจากพื้นผิววัฒนธรรมล้านนาแล้ว ความเชื่อเรื่องพญาลวงยังปรากฏในลาวและอีสาน ดังปรากฏการเรียกนาคในภาษาลาวโบราณว่าลวง และปรากฏในวรรณกรรมอีสานเรื่องสินไซ ซึ่งเรียกนางนาคว่านางลวง (โสวิทย์ บำรุงศักดิ์, 2557: 83)

สำหรับชาวไทลื้อในชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ นั้น ความเชื่อเรื่องพญาลวงมีการบอกเล่าสืบทอดกันมาว่าพญาลวงเป็นสัตว์มงคล สัตว์นำโชค หากพญาลวงบินอยู่บนท้องฟ้าจะทำให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล หากพญาลวงอยู่ในแม่น้ำ จะทำให้น้ำอุดมสมบูรณ์ พญาลวงเป็นสัตว์มงคลที่เชื่อมระหว่างมนุษย์กับสวรรค์ ดังนั้น หากมนุษย์ทำความดีจะสามารถได้พบเห็นพญาลวง และรูปลักษณะของพญาลวงนั้น ประกอบด้วยรูปลักษณะของสัตว์หลายชนิดมีมากกว่า 5 ชนิดขึ้นไป ซึ่งนางพรรษา บัวมะลิ ผู้ก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ไทลื้อบ้านไบบุญได้แต่งกลอนไว้ดังต่อไปนี้

“หน้าคล้ายวัววงและงาเหมือนดังช้าง
ลำตัวนั้นนาคมังกรเป็นหนึ่งเดียว
ปีกดุจหงษ์ทรงงดงามอร่ามยิ่ง
ผู้ใดเห็นจะเป็นผู้มีบุญญา

เขาเยี่ยงกวางสง่างามยามแลเหลียว
เอนคดเคี้ยวเยี่ยงงูเกล็ดปลา
เท้าก้าววิ้งดุจเหยี่ยวเกี่ยวเวหา
ลวงเหล่านี้นำไว้ในเมืองลวง”
(นางพรรษา บัวมะลิ-ผู้ประพันธ์)

จากบทกลอนที่นางพรรษาได้ประพันธ์ไว้นั้น ปรากฏชื่อสัตว์ถึง 8 ชนิดที่มารวมกันเป็นลักษณะของพญาลวง ได้แก่ หน้าวัว วงและงาของช้าง เขากวาง ลำตัวยาวคล้ายพญานาคและงู มีเกล็ดปลา มีปีกเหมือนหงษ์ และส่วนเท้าเหมือนเหยี่ยว ซึ่งรูปลักษณะของพญาลวงในจินตนาการของแต่ละคนนั้นมีลักษณะแตกต่างกันไป การรวมตัวดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทลื้อของชาวฝีมือนชุมชนครั้งหนึ่งจึงมีการออกแบบพญาลวงและประดิษฐ์ออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งสละข้างทำตุ๊กตาไม้ในชุมชนได้ออกแบบและประดิษฐ์ตุ๊กตาไม้รูปพญาลวงออกมาจนกลายเป็นต้นแบบของพญาลวงของชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ

2. การประยุกต์ใช้คติความเชื่อเรื่องพญาลวงเพื่อสร้างคุณค่าและความหมายใหม่ในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่ออกแบบใหม่ และการสร้างเรื่องเล่า (storytelling)

เมื่อชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของตนให้มีความทันสมัยมากขึ้น แต่ยังคงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน จึงนำเอาคติความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อในชุมชนบ้านลวงเหนือไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท ได้แก่ ถุงย่าม และโคมไฟเส้นด้าย โดยคณะนักวิจัยและชาวบ้านในชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือที่เข้าร่วมการประชุมกลุ่มและการอบรมเชิงปฏิบัติการได้ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลความเชื่อพญาลวงในประเด็นต่าง ๆ อาทิ รูปลักษณะของพญาลวงตามความเชื่อของชาวไทลื้อในชุมชน ความหมายของพญาลวง ความเหมาะสมในการใช้งานพญาลวงในบริบทต่าง ๆ ศักยภาพของชาวบ้านในการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน เป็นต้น แล้วจึงนำเอาข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้แนวคิดคติชนสร้างสรรค์เป็นกรอบคิดว่าจะนำเอาคติความเชื่อเรื่องพญาลวง ซึ่งเป็นข้อมูลคติชนประเภทหนึ่งไปนำเสนอในรูปแบบใดบ้าง

ผลการศึกษาพบว่ามีการปรับปรุงลักษณะของลวดลายพญาลงในถุงย่ามที่ทางชุมชนเคยออกแบบไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ปักลายพญาลงบนถุงย่ามในกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้ฯ ให้มีความทันสมัยมากขึ้น จึงมีการออกแบบรูปแบบการประดับตกแต่งถุงย่ามด้วยลวดลายพญาลงใหม่ โดยใช้เทคนิคการปะติดเศษผ้าแทนการปักลาย พญาลงที่ออกแบบมาจึงมีลักษณะที่เป็นลายเส้นเรียบง่าย ลวดทอนรายละเอียดของลวดลายพญาลง นำเสนอในลักษณะของงานศิลปะแบบมินิมอลลิสม์ (minimalism) ที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่ยังคงรูปลักษณะของสัตว์ชนิดต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นพญาลง และเพิ่มเติมด้วยองค์ประกอบอื่น เช่น รูปก้อนเมฆ เพื่อสื่อให้เห็นว่าพญาลงกำลังแหวกว่ายอยู่ในหมู่เมฆบนท้องฟ้า

เศษผ้าที่ใช้ปะติดเป็นรูปพญาลงนั้น นักออกแบบใช้เศษผ้าที่มีสีสันทันในโทนสีพาสเทล (pastel) ที่มีการใช้สีขาวเข้าไปผสมทำให้สีอ่อนลง ซึ่งโทนสีพาสเทลเป็นโทนสีที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เช่นเดียวกับศิลปะแบบมินิมอลลิสม์ การเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะของลวดลายพญาลงจากการปักลายที่มีความละเอียดสูงและสื่อถึงศิลปะไทยอย่างชัดเจนไปเป็นศิลปะร่วมสมัย เป็นการสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ถุงย่ามที่แต่เดิมอาจจะถูกมองว่าเป็นของใช้พื้นถิ่นที่คนในพื้นที่ชนบทใช้กัน ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย คนรุ่นใหม่สามารถใช้ถุงย่ามที่ตกแต่งด้วยการปะติดเศษผ้าสีพาสเทลลวดลายพญาลงแบบมินิมอลลิสม์นั้นได้อย่างเต็มใจ และส่งผลในทางบวกต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย โดยไม่จำกัดอยู่เพียงแค่งานกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น

สำหรับโคมไฟเส้นด้ายซึ่งในชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือมีการผลิตโคมไฟจากเส้นด้ายเป็นผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนอยู่ก่อนแล้วนั้น มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโคมและเพิ่มเติมด้วยลวดลายพญาลง ผลิตภัณฑ์โคมไฟเส้นด้ายของชุมชนแต่เดิมนั้นผลิตเป็นรูปทรงกลมและรูปทรงหัวใจเท่านั้น ซึ่งไม่แตกต่างจากโคมไฟเส้นด้ายที่ผลิตในพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ การปรับเปลี่ยนรูปแบบของโคมไฟเส้นด้ายด้วยการนำคติความเชื่อเรื่องพญาลงมาประดับตกแต่งจึงเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือเท่านั้น

แนวคิดในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโคมไฟเส้นด้ายนั้น ใช้ลักษณะของ “โคมผัด” ของชาวล้านนาที่นิยมใช้งานในพิธีตั้งธรรมหลวงหรือพิธีเทศน์มหาชาติมาเป็นเค้าโครง โคมผัด คือโคมที่หมุนได้ มีลักษณะคล้ายโคมเวียนของภาคกลาง มีโครงสร้างเป็นรูปทรงกระบอกซ้อนกันสองชั้น มีกระดาดเงินกระดาดทองที่ติดเป็นลวดลายรูปสัตว์ตามปັນักษัตรประดับอยู่โดยรอบโคมชั้นใน เมื่อจุดผางประทีปด้านใน ความร้อนจากผางประทีปจะส่งผลให้กลไกของโคมผัดชั้นในหมุนรอบตัว และแสงไฟจากผางประทีปจะส่องกระทบกับกระดาดลวดลายรูปสัตว์และทอดเงาออกมายังโคมชั้นนอก (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์, 2542: 1245-1248)

เมื่อพัฒนาโครงสร้างของโคมไฟเส้นด้ายโดยใช้โครงสร้างของโคมผัดนั้น ทำให้รูปแบบการใช้งานโคมไฟเส้นด้ายมีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นตั้งพื้นหรือห้อยแขวนประดับ ในส่วนของการประดับตกแต่งนั้นได้ใช้ลวดลายพญาลงที่ออกแบบขึ้นตามแต่จินตนาการของช่าง โดยตัดกระดาดเป็นรูปพญาลงที่ออกแบบไว้แล้วนำไปสอดไว้ระหว่างเส้นด้ายที่พันรอบกระดาดสองชั้น เมื่อเปิดโคมไฟ แสงไฟจากหลอดไฟข้างในจะส่องกระทบกระดาดที่ติดเป็นรูปพญาลงเห็นเป็นภาพเงา (silhouette) เด่นชัด

โคมไฟเส้นด้ายที่ออกแบบใหม่โดยใช้ลวดลายพญาลงมาตกแต่งนี้จะมีคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนไทลื้อบ้านหลวงเหนือเพิ่มเข้ามาเพื่อสื่อเรื่องราวความเชื่อของชาวไทลื้อ นอกจากจะผลิตเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายโดยทั่วไปแล้ว โคมไฟเส้นด้ายลวดลายพญาลงยังสามารถนำไปประดับตกแต่งภายในชุมชนในโอกาสพิเศษได้ อาทิ ในเทศกาลยี่เป็ง ซึ่งโคมไฟหลายชนิดถูกใช้

ประดับตกแต่งสถานที่ในช่วงเทศกาลยี่เป็ง หากนำโคมไฟเส้นด้ายลวดลายพญาลงไปประดับในชุมชน จะมีคุณค่าต่อชาวไทลื้อในชุมชนเพิ่มมากขึ้นเพราะมีเรื่องราวที่ยึดโยงกับความเชื่อและวิถีชีวิตของคนในชุมชนมาตั้งแต่อดีต

นอกจากคุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นมากับการใช้คติความเชื่อเรื่องพญาลงในผลิตภัณฑ์ของชุมชนแล้ว ยังมีการสร้างความหมายใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทนี้ด้วย กล่าวคือ ได้นำเอาความหมายจากความเชื่อเดิมของพญาลงที่ชาวไทลื้อเชื่อว่า หากผู้ใดทำความดีจะได้พบเห็นพญาลง ซึ่งจะบันดาลให้เกิดโชคดี มีความอุดมสมบูรณ์เนื่องจากพญาลงนั้นแหวกว่ายอยู่ในหมู่มะเมฆ จึงเกี่ยวข้องกับท้องฟ้า ก้อนเมฆ และสายฝนที่จะตกลงมายังพื้นดินเพื่อหล่อเลี้ยงพืชพันธุ์ธัญญาหารให้เจริญเติบโต เมื่อนำเอาลวดลายพญาลงมาตกแต่งในผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภท จึงมีการสร้างความหมายใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทนั้น อาทิ เมื่อใช้ถุงย่ามลวดลายพญาลง จะทำให้ผู้ใช้มีโชค มีชีวิตที่อุดมสมบูรณ์ หรือหากใช้โคมไฟลวดลายพญาลง ก็จะทำให้เกิดความโชคดี มั่งคั่ง บริบูรณ์พูนสุขทั้งตนเองและสถานที่เท่าที่แสงไฟจากโคมส่องไปถึง เป็นต้น



ภาพที่ 1-2 ภาพถุงย่ามปักลายพญาลงแบบเดิมที่ชุมชนประดิษฐ์ขึ้น เปรียบเทียบกับถุงย่าม

ที่ปรับเปลี่ยนเทคนิคการผลิตและรูปปลั๊กลวดลายพญาลงให้มีลักษณะของมินิมอลลิสม์
ที่มา: ศันสนีย์ กระจ่างโฉม (ผู้วิจัย) (5 กรกฎาคม 2565)



ภาพที่ 3 โคมไฟเส้นด้ายที่ตกแต่งด้วยลวดลายพญาลงที่ออกแบบตามจินตนาการของช่างฝีมือ

ที่มา: ศันสนีย์ กระจ่างโฉม (ผู้วิจัย) (12 พฤษภาคม 2565)

ความหมายใหม่ของผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทนั้น จะถูกหนุนเสริมด้วยเรื่องเล่า (storytelling) เรื่องพญาลงตามความเชื่อของชาวไทลื้อชุมชนบ้านลงเหนือ ซึ่งได้นำเอาข้อมูลความเชื่อที่เรียบเรียงแล้ว ไม่ว่าจะเป็นรูปร่างลักษณะของพญาลงตามคำบอกเล่า ความเชื่อในอิทธิฤทธิ์ของพญาลงที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ และบทกลอนที่นางพรรษา บัวมะลิ ได้ประพันธ์ไว้ เพื่อนำไปสื่อสารในสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่ออินโฟกราฟิกส์ (infographics) สื่อการตลาดออนไลน์ หรือการให้ข้อมูลแนบในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Research Discussion and Conclusion)

จากการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นในการอภิปรายดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลงในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน จากการดำเนินการวิจัยร่วมกับชาวไทลื้อในชุมชนบ้านลงเหนือ ได้ประยุกต์เอาความเชื่อเรื่องพญาลงที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นในรูปแบบของมุขปาฐะมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยามลายพญาลงและโคมไฟเส้นด้ายลายพญาลง โดยถอดเอาความเชื่อซึ่งเป็นนามธรรมมาสร้างเป็นพญาลงที่เห็นเป็นรูปธรรมสำหรับการตกแต่งในกล้วยามที่ผู้บริโภคทุกวัยสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องรู้สึกละอายใจ หรือล้าสมัย จึงสร้างลวดลายพญาลงในศิลปะแบบมินิมอลลิสม์ ซึ่งจะสัมพันธ์กับการเลือกใช้ประเภทของวัสดุและสี โดยการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ เลือกใช้ผ้าฝ้ายทอมือย้อมหม้อม ให้สีฟ้าอ่อนที่สามารถสื่อถึงสีของท้องฟ้าที่อยู่ของพญาลงที่เหาะมาว่ายวนในกลุ่มเมฆ

ลวดลายพญาลงที่ออกแบบมาเพื่อใช้ประดับตกแต่งกล้วยามนี้มีความทันสมัย อยู่ในสมัยนิยม สื่อถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วยรูปพญาลงและรูปก้อนเมฆ ซึ่งอาจจะต้องมีการให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับพญาลงเพิ่มเติมผ่านเรื่องเล่าและสื่ออินโฟกราฟิกส์ เนื่องจากลายเส้นและลวดลายพญาลงที่สร้างสรรค์ขึ้นนี้มีเทคนิคการสร้างคือการปะติดที่แตกต่างไปจากเทคนิคการทอผ้าที่ลวดลายบนผ้าทอนั้นมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต จึงทำให้ลวดลายพญาลงบนกล้วยามมีลายเส้นที่อิสระ ไม่อ้างอิงกับภูมิปัญญาการทอผ้าแต่เดิมของชาวไทลื้อ ทั้งนี้ ลวดลายบนผ้าทอของชาวไทลื้อ หรือกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ นั้นเป็นลวดลายเรขาคณิตเนื่องจากการใช้เทคนิคการทอผ้าเป็นตัวกำหนด แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์มีการสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าแตกต่างกันไปตามแต่โลกทัศน์ของชนแต่ละกลุ่ม อาทิ กลุ่มปกากะญอ ม้ง หรืออาข่าที่มีลวดลายรูปทรงเรขาคณิตเพื่อใช้ทอหรือเย็บบนเครื่องแต่งกายจำนวนมาก โดยลวดลายเหล่านั้นได้มาจากการถ่ายทอดเอาลักษณะทางธรรมชาติที่อยู่รอบตัว วิถีชีวิต อัตลักษณ์ชนเผ่ามาสร้างเป็นลวดลายบนเครื่องแต่งกาย เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงเหล่านี้อาศัยอยู่ร่วมกับธรรมชาติ เป็นต้น (กษิรา ภิวงศ์กูร บุญชู บุญลิขิตศิริ และภรดี พันธุภากร, 2562)

ส่วนโคมไฟเส้นด้ายนั้น แต่เดิมเป็นโคมไฟที่ใช้เส้นด้ายพันขึ้นรูปเป็นทรงกระบอกหรือรูปทรงหัวใจ ไม่มีการตกแต่งลวดลายใด ๆ เข้าไป คณะนักวิจัยจึงได้ร่วมกับชาวบ้านในชุมชนออกแบบลวดลายพญาลงเพื่อตกแต่งเข้าไปในโคมไฟ โดยลวดลายพญาลงนั้นมีการลดทอนรายละเอียดลง คงไว้แต่เส้นร่างที่สื่อให้เห็นรูปทรงเป็นวงของข้าง หางของปลา เขาของกวาง ปีกของนก หรือ เท้าของสิงห์ เป็นต้น

โคมไฟเส้นด้ายลวดลายพญาลงสามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งบ้านหรือตกแต่งชุมชนในเทศกาลต่าง ๆ โดยนอกจากจะให้แสงสว่าง ความสวยงามแล้ว ยังทำให้เกิดคุณค่าทางอารมณ์ ทำให้ผู้ใช้เกิดความอบอุ่นใจ มีความหวัง เพราะความหมายใหม่ที่สร้างขึ้นนั่นเอง การสร้างคุณค่าและความหมายใหม่แก่ผลิตภัณฑ์อาจจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ที่มากขึ้น เพราะสอดคล้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่จำหน่ายในพื้นที่อื่น ๆ

2. การประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลวงเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

คุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะเลือกหรือไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ หรือไม่ การศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์จึงเกี่ยวข้องกับคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันนั้นได้เปลี่ยนไป โดยนำมิติด้านอารมณ์เข้ามาเพิ่ม จึงทำให้องค์ประกอบการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคตามแนวคิดการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ประกอบด้วย คุณค่าด้านการใช้งาน (functional value) คุณค่าทางสังคม (social value) คุณค่าทางอารมณ์ (emotional value) คุณค่าทางความรู้ความคิด (epistemic value) และคุณค่าที่มีเงื่อนไข (conditional value) (นฤมล กิมภากรณ์ และคณะ, 2562: 9-10 และกฤตนันท์ เต็มเกียรติสกุล และดวงกมล ชาติประเสริฐ, 2565: 36-37)

เมื่อนำแนวคิดการรับรู้คุณค่าการบริโภคมาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ถุงย่ามและโคมไฟเส้นด้ายของชุมชนซึ่งนำเอาความเชื่อเรื่องพญาลวงมาประดับตกแต่งด้วยนั้น พบว่าปรากฏคุณค่าหลายด้านตามแนวคิดการรับรู้คุณค่า ได้แก่ 1) คุณค่าทางสังคม เป็นคุณค่าที่มีมากที่สุดเนื่องจากรูปแบบของพญาลวงนั้นเชื่อมโยงถึงกลุ่มไทลื้อในชุมชนโดยตรง เมื่อมีรูปพญาลวงปรากฏบนผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนไทลื้อบ้านลวงเหนือ เนื่องจากสร้างขึ้นมาจากฐานความเชื่อของชุมชน 2) คุณค่าทางความรู้ความคิด รูปพญาลวงที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นพญาลวงที่สร้างขึ้นด้วยรูปแบบมินิมอลลิสม์บนถุงย่าม หรือรูปพญาลวงบนโคมไฟเส้นด้ายนั้น เป็นรูปลักษณะที่มีความแปลกใหม่ ซึ่งน่าจะกระตุ้นความสนใจใคร่รู้ของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี และความสนใจนั้นจะนำมาซึ่งการค้นคว้าเพื่อเรียนรู้ว่ารูปพญาลวงนั้นคืออะไร มีประวัติความเป็นมาอย่างไร ซึ่งผู้บริโภคสามารถค้นคว้าหาความรู้เหล่านี้ได้ผ่านเรื่องเล่าและสื่ออินโฟกราฟิกส์ที่ผลิตขึ้นเพื่อหนุนการรับรู้คุณค่าความรู้ความคิดนี้ 3) คุณค่าทางอารมณ์ รูปพญาลวงที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์จะก่อให้เกิดให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์ต่าง ๆ ตามแต่ประสบการณ์และการรับรู้ของแต่ละคน อาทิ ความรู้สึกชอบในรูปลักษณะของพญาลวงแบบมินิมอลลิสม์ ความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย มีความหวัง เมื่อใช้งานโคมไฟเส้นด้ายที่มีรูปพญาลวงที่มีการให้ความหมายใหม่แก่ผลิตภัณฑ์ รวมถึงความรู้สึกภาคภูมิใจของคนในชุมชนเมื่อได้เห็นรูปพญาลวงที่ตนเองเคารพไปปรากฏในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำหรับคุณค่าด้านการใช้งานและคุณค่าที่มีเงื่อนไขนั้น อาจจะไม่ปรากฏชัดในการใช้ความเชื่อพญาลวงในผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดนี้

จากการดำเนินงานวิจัย ได้สร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ จากเดิมที่ถุงย่ามมีคุณค่าด้านการใช้งานเป็นหลัก การนำเอาความเชื่อพญาลวงไปประดับตกแต่งบนถุงย่ามด้วยศิลปะแบบมินิมอลลิสม์จึงทำให้เกิดคุณค่าใหม่แก่ผลิตภัณฑ์ดังที่อภิปรายไว้ข้างต้น หรือจากเดิมที่โคมไฟเส้นด้ายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงามให้แสงสว่าง แต่ไม่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์โคมไฟเส้นด้ายของชุมชนอื่น ๆ แต่อย่างใด เมื่อนำเอาความเชื่อพญาลวงไปประดับตกแต่งเป็นโคมไฟเส้นด้ายลวดลายพญาลวง จึงมีคุณค่าใหม่เพิ่มขึ้น มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่นของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือ เมื่อผลิตภัณฑ์เกิดคุณค่าในหลายมิติ จะส่งผลต่อการสร้างมูลค่าให้เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต

3. การประยุกต์ใช้ความเชื่อเรื่องพญาลวงเพื่อสร้างความหมายใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

การอภิปรายในหัวข้อนี้ จะอภิปรายถึงการสร้างความหมายใหม่ของผลิตภัณฑ์หลังจากการนำเอาความเชื่อเรื่องพญาลวงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท แต่เดิมนั้น ผลิตภัณฑ์ถุงย่ามและโคมไฟเส้นด้าย มีความหมายในฐานะของผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานในชีวิตประจำวัน ถุงย่ามใช้ใส่ของ โคมไฟให้แสงสว่าง ความสวยงามแก่สถานที่ แต่เมื่อนำเอาความเชื่อเรื่องพญาลวงมาประยุกต์ใช้โดยตกแต่งลวดลายพญาลวงเพิ่มเข้าไปในผลิตภัณฑ์ จึงเกิดการสร้างความหมายใหม่ขึ้นมา กล่าวคือ แต่เดิม ชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือเชื่อว่า

หากผู้ใดทำความดีจะได้พบเห็นพญาลวง ซึ่งจะบันดาลให้เกิดโชคดี มีความอุดมสมบูรณ์เนื่องจากพญาลวงนั้น แหวกว่ายอยู่ในหมุ่เมฆ จึงเกี่ยวข้องกับท้องฟ้า ก้อนเมฆ และสายฝนที่จะตกลงมายังพื้นดินเพื่อหล่อเลี้ยงพืชพันธุ์ธัญญาหารให้เจริญเติบโต เมื่อนำลวดลายพญาลวงไปประดับตกแต่งถุ้งยาม จึงสร้างความหมายใหม่ว่า เมื่อใช้ถุ้งยามลวดลายพญาลวงแล้ว จะทำให้ผู้ใช้ถุ้งยามนั้นมีโชค มีความมั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์ เหมือนได้เก็บเอา โชคลาภไว้ในถุ้งยาม หรือ โคมไฟเส้นด้ายที่ประดับตกแต่งด้วยลวดลายพญาลวง นั้น มีการสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาว่า เมื่อเปิดไฟฟ้าใช้งาน แสงไฟที่ส่องสว่างแผ่ออกมาจากโคมไฟ จะทำให้ความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งคั่ง บริบูรณ์พูนสุขทั้งผู้ใช้โคมไฟ และสถานที่ที่เอาที่แสงสว่างนั้นจะส่องไปถึง

การให้ความหมายกับผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดที่ประดับตกแต่งด้วยรูปพญาลวงนั้นเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์คติชนสร้างสรรค์ที่หลายชุมชนมีการสร้างความหมายใหม่ให้แก่ข้อมูลคติชนเดิม เช่น การนำเอาความเชื่อเรื่องผีบั้งเต้าไปสร้างสรรค์เป็นส่วนประกอบของธงเพื่อใช้ในขบวนแห่ประเพณีสงกรานต์พระพุทธรูป นาวาบรรพตในอำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ก็มีการให้ความหมายของการนำเอาผีบั้งเต้ามาใช้ประกอบนี้ว่าจะช่วยปกป้องผู้คนจากสิ่งไม่ดี ช่วยให้อร่าราญ เกิดโชคดี มั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์ เป็นต้น (ไทยโรจน์ พวงมณี คชสิทธิ์ เจริญสุข และสุภาวดี สำราญ, 2565: 79)

4. ความสำคัญของเรื่องเล่าต่อการสร้างการรับรู้ในสื่อโซเชียล มีเดีย

ในยุคปัจจุบันที่โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้คนอย่างสูงนั้น การถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านสื่อจึงมีการปรับเปลี่ยนให้ไปเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้อ่าน/ผู้ฟังหรือผู้รับสาร อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตได้เปิดโอกาสให้เกิดการตลาดในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น การสื่อสารจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอ จึงเกิดการสร้างเรื่องเล่าซึ่งมีรูปแบบแตกต่างจากการเขียนสื่อสารในยุคเดิม เนื่องจากมีปัจจัยที่แตกต่างกันมาก ไม่ว่าจะเป็นประเภทของสื่อที่นำเสนอ ผู้อ่าน/ผู้ฟังที่มีความหลากหลายมากขึ้นเนื่องจากสื่อโซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่เปิดกว้าง ไม่จำกัดคุณสมบัติของผู้รับสารเหมือนสื่อในรูปแบบเดิม

การเล่าเรื่องเป็นกลยุทธ์การจัดการความรู้ที่สำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานขององค์กร (ลักษณะสุภา พึงผล, 2560: 21) เช่นเดียวกับการนำเสนอคติความเชื่อ และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ออกแบบใหม่ให้ผู้บริโภคที่มีพื้นฐานความรู้ ความสนใจที่หลากหลายนั้น จึงต้องคำนึงถึงหลักการของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ซึ่งปัจจุบันได้กลายมาเป็นเครื่องมือของการสื่อสารที่รวมเอาแนวคิดการเล่าเรื่อง การตลาด และการผลิตสื่อโดยกระบวนการบูรณาการ โดยหลักการของการเล่าเรื่องข้ามสื่อจะต้องเล่าเรื่องหลักผ่านเรื่องย่อยหลายเรื่องที่มีความเกี่ยวเนื่องกันโดยที่เรื่องเล่าย่อยเหล่านั้นจะต้องมีความสมบูรณ์ในตัวเอง ต้องคำนึงถึงเทคนิคการนำเสนอที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบของสื่อที่ต่างกัน และต้องคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท พฤติกรรมของผู้อ่าน/ผู้ฟัง รวมถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับสื่อ เรื่องราวต่าง ๆ จะมีการเชื่อมโยงกันด้วยความตั้งใจสื่อสารของผู้ผลิตและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร และผู้ส่งสารจะผลิตเรื่องราวหลักและพัฒนาต่อไปพร้อมกับผู้รับสารโดยผ่านประสบการณ์และจินตนาการของผู้ส่งสาร (ธาม เชื้อสถาปนศิริ, 2558: 59)

การสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับคติความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อที่ปรากฏในผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่นี้ มีจุดประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นบนฐานความเชื่อเรื่องพญาลวงของชาวไทลื้อบ้านลวงเหนือบนสื่อออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ ซึ่งเน้นกลุ่มผู้รับสารที่เป็นคนรุ่นใหม่ จึงผลิตอินโฟกราฟิกส์เพื่อถ่ายทอดเรื่องเล่าที่ได้จากการระดมความคิดของชาวบ้านในชุมชนและผ่านการเรียบเรียงมาแล้ว ข้อความที่เขียนในอินโฟกราฟิกส์จึงไม่ยาวมากนัก เนื้อหากระชับ บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา

ของกลุ่ม/ชุมชน ความเชื่อเรื่องพญาลวง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และพัฒนาขึ้นบนฐานของคติความเชื่อของชุมชน นอกจากข้อความที่สื่อสารโดยตรงแล้ว ยังมีการใช้ภาพถ่าย ภาพลายเส้น และตกแต่งภาพอินโฟกราฟิกส์ด้วยลวดลายและสีสันที่ดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

เรื่องเล่าและสื่ออินโฟกราฟิกส์ที่ผลิตขึ้นนี้เป็นการหนุนเสริมให้เกิดคุณค่าทางความรู้ความคิดแก่ผลิตภัณฑ์ สามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้บริโภค และกระตุ้นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดีหากนำไปใช้ในการตลาดออนไลน์

จากการอภิปรายผลการศึกษาค้างต้น จะเห็นว่าการนำเอาคติความเชื่อและเรื่องราวของชุมชนไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น นอกจากจะเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างคุณค่าและสร้างความหมายใหม่แล้ว การนำเอาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนไปสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวนั้นจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนภายใต้บริบทของการท่องเที่ยว หรือบริบททางสังคมในยุคปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตาม ควรตระหนักด้วยว่า การพัฒนานั้นยืนหยัดอยู่บนฐานคติชนเดิมมากน้อยเพียงใด หรือควรมีขีดจำกัดเท่าใดจึงจะไม่บิดเบือนคติชนหรือวัฒนธรรมเหล่านั้นจนกลายเป็นคติชนเทียม (Fakelore) ซึ่งไม่มีความจริงแท้ (Authentic) แต่เดิมหลงเหลืออยู่

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ศักยภาพและทักษะฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมของชาวไทลื้อ บ้านลวงเหนือยังมีอีกหลากหลาย อาทิ การทอผ้าไทลื้อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะด้วยการใช้สีและลวดลายผ้าทอของไทลื้อ จึงอาจจะนำเอารูปแบบการประยุกต์ใช้คติความเชื่อเรื่องพญาลวงกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งต่อไปศึกษาวิจัยการใช้ความเชื่อเรื่องพญาลวงไปออกแบบลวดลายผ้าทอประจำชุมชนได้ในอนาคต แต่ต้องมีการศึกษาวิจัยที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น เทคนิคการออกแบบลายผ้าทอด้วยการพล็อตกราฟ หรือศึกษาความเหมาะสมในการนำเอาคติความเชื่อเรื่องพญาลวงไปใช้ในผ้าทอหรือเครื่องแต่งกายแต่ละประเภท เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤตนัน ดิเตนกีรติสกุล และ ดวงกมล ขาติประเสริฐ. (2565). การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมไทยของผู้บริโภคภายในประเทศ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 17(2), 31-58. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscrru/issue/view/17291>
- กษิรา ภิวงศ์กูร, บุญชู บุญลิขิตศิริ และ ภรดี พันธธุภากร. (2562). การศึกษาลวดลายชาติพันธุ์ชนเผ่าในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกหมู่บ้านกระเหรี่ยงรวมมิตร. *วารสารมังรายสาร*. 7(2), 123-140. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mrsj/article/view/192149>
- เกษภาวัลย์ ตันริยงค์ และคณะ. (2558). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม(ไทลื้อ)โดยกรมมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น.
- ชมรมอภิตัวเมือง สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (29 พฤษภาคม 2561). *ลวงเหล่านฝ่า*. สำนักพิมพ์มติชนสุดสัปดาห์. https://www.matichonweekly.com/column/article_102481

- ณริสสร ชีรทีป. (2543). *ความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทลื้อ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัด เชียงใหม่ พ.ศ.2460-2540: ศึกษาผ่านลักษณะและเครือข่ายความสัมพันธ์ของผู้นำที่เป็นทางการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่). CMUDC. <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:97319>*
- เดวิด เค วัยอาจ. (2556). *ประวัติศาสตร์ไทยฉบับสังเขป*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำรามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์.
- ไทยโรจน์ พวงมณี, คชสิทธิ์ เจริญสุข และสุภาวดี สำราญ. (2565). *อัตลักษณ์และสุนทรียภาพของหน้ากาก ผีบั้งเต้าที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านไฮตาก อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย. วารสารมังรายสาร, 10(2), 67-81. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mrsj/article/view/260436>*
- ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). *เล่าเรื่องข้ามสื่อ. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร, 2(1), 59-88. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/42386>*
- นฤมล กิมภรณ์ และคณะ. (2562). *การรับรู้คุณค่าหลายมิติจากประสบการณ์การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม. วารสารวิทยาการการจัดการ, 36(2), 1-30. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu/article/view/192791/156165*
- พระยาประชาภิกรจักร. (2557). *พงศาวดารโยนก*. นนทบุรี: ศรีปัญญา.
- เพ็ญสุภา สุขคตะ. (26 พฤศจิกายน 2563). *นาค มกร กิเลน ปัญจรูป วิวัฒนาการของศิลปะทวารวดี ขอม ลังกา พุกาม จีนในล้านนา (จบ). สำนักพิมพ์มติชนสุดสัปดาห์. https://www.matichonweekly.com/column/article_374305*
- มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์. (2542). *สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ เล่ม 11. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย.*
- มัลลิกา คณานุกัษ. (2550). *คติชนวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.*
- เรณู อรรถาเมศวร์. (2535). *คติชนวิทยา. เชียงใหม่: ภาควิชาภาษาไทย คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.*
- ลักษณ์สุภา พิงผล. (2560). *การใช้เรื่องเล่าในการพัฒนาทักษะการขาย. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:126509*
- วรชธร สิมกิง. (2560). *มกร นาค พญาลวง. เชียงใหม่ : ภาควิชาศิลปะไทย คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ศิริพร ณ ถลาง. (2559). *คติชนสร้างสรรค์: บทสังเคราะห์และทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.*
- สรสวดี อ่องสกุล. (2561). *ประวัติศาสตร์ล้านนา (ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง.*
- โสวิทย์ บำรุงภักดิ์. (2557). *เป็น อยู่ คือ : พญาใหญ่ พญานาค พญาลวง และพญามังกร. วารสารพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 21(2), 79-89. http://www.cubs.chula.ac.th/old/index.php?option=com_content&view=article&id=118:-21-2-2557&catid=9:2012-04-29-09-31-55&Itemid=5*

ข้อมูลสัมภาษณ์

1. นางพรธชา บัวมะลิ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2564