

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	ชื่อผานม: “การพั้วพันทางวัฒนธรรม” ในพื้นที่ท่องเที่ยว	
	แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	
ชื่อผู้เขียน	นายสันติพงษ์ ช้างเผือก	
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาการพัฒนาสังคม	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	อาจารย์ คร.อภิญา เพ็องฟูสกุล	ประธานกรรมการ
	อาจารย์ คร.อนันท์ กาญจนพันธ์	กรรมการ
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คร.จามะรี เชียงทอง	กรรมการ

### บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานศึกษาที่พยายามทำความเข้าใจต่อกระบวนการสร้างให้ชุมชนแห่งหนึ่งให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีจุดเน้นอยู่ที่ปฏิบัติการเชิงนโยบายของรัฐที่พยายามเชื่อมโยงการท่องเที่ยว การนิยามอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์และการพัฒนาเข้าไว้ด้วยกัน รวมถึงการพิจารณากระบวนการในการก่อสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และการพั้วพันทางวัฒนธรรมของคนอาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น โดยอาศัยกรอบมโนทัศน์หลักสองกรอบมาช่วยในการวิเคราะห์ คือ การเมืองในการนำเสนอภาพแทนความจริง และการเมืองวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว และเลือกบ้านผานม ในแขวงหลวงพระบางของลาวเป็นกรณีศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการสร้างบ้านผานมให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขเชิงนโยบายของรัฐ การพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และต้นทุนทางวัฒนธรรมของบ้านผานมเอง ทว่าการรับรู้ของคนภายนอกเกี่ยวกับสถานภาพใหม่นี้เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตสร้างความหมายให้กับผู้คน สถานที่ และวัฒนธรรมให้มีความน่าสนใจ น่าบริโภค นำท่องเที่ยวผ่านตัวบทต่างๆ ในโลกของข้อมูลข่าวสาร วงจรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและรูปแบบวัฒนธรรมมวลชนในท้องถิ่นที่ต่างฝ่ายต่างเข้ามาประชันขันแข่งกันเสนอภาพของผานมอย่างหลากหลายทั้งเสริมกันและขัดแย้งกัน โดยความหมายที่ผลิตสร้างขึ้นไม่ได้เป็นคำถ่ายสะท้อนความจริงของผานมอย่างตรงไปตรงมาหรือเป็นไปตามเจตจำนงอย่างหนึ่งอย่างใดของผู้เขียนโดยสมบูรณ์ แต่เป็นความหมายที่ผลิตสร้างขึ้นเพื่อจัดระเบียบและสร้างขอบเขตทางสัญลักษณ์ให้กับพื้นที่ผานมหรือใช้

พื้นที่ผานมเป็นอาณาบริเวณของการปฏิบัติกรวาทกรรมหรือปฏิบัติกรอำนาจชุดอื่นๆ แทรกลงไปในการนำเสนอด้วย

ปลายทศวรรษที่ 1990 รัฐได้แสดงบทบาทอย่างชัดเจนมากขึ้นในการเข้ามาจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวผานม ด้วยการดำเนินนโยบาย “บ้านวัดตะนะท่า”(บ้านวัฒนธรรม)เพื่อเชื่อมโยงมิติการท่องเทียว การนิยามอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ และการพัฒนาระดับขั้นรากฐานเข้าไว้ด้วยกันท่ามกลางการแข่งชันที่เข้มข้นของตลาดค้าผ้าทอ และของที่ระลึกภายในเมืองหลวงพระบางและโดยรอบ

การดำเนินนโยบายดังกล่าวได้กลายเป็นเงื่อนไขในการเปิดพื้นที่ให้ *ไทบ้านผานม* เข้าไปต่อรองเพื่อนิยามและประดิษฐ์สร้างประเพณีที่แสดงความเป็นสื่อในเวทีการแสดงทางวัฒนธรรม

ส่วนการจัดการพื้นที่ค้าขายตามแนวทางสังคมนิยมของรัฐได้นำไปสู่การเผชิญหน้ากันระหว่างกลุ่มสมาชิกศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมกับกลุ่มผู้ค้าในบ้านที่สูญเสียผลประโยชน์จากการจัดการแบบใหม่ และข้อจำกัดทางเศรษฐกิจที่ทำให้ *ไทบ้าน* ต้องดิ้นรนในการเปลี่ยนย้ายตำแหน่งแห่งที่เพื่อนิยามตนเอง บ้าน และสินค้าที่ตนเกี่ยวข้อง รวมทั้งการหาทางเลือกในภาคเศรษฐกิจอื่นหรือพื้นที่การค้าขายใหม่ๆ เพื่อรองรับความไม่แน่นอนในพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ตามแต่ต้นทุนทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน

<b>Thesis Title</b>	Lue at Phanom: The Cultural Relations in Touristic Space, Luang Prabang Province, Lao P.D.R.	
<b>Author</b>	Mr. Santipong Changpuak	
<b>Master of Arts</b>	Social Development	
<b>Examining Committee</b>	Lecturer Dr. Apinya Feuangfusakul	Chairman
	Lecturer Dr. Anan Ganjanapan	Member
	Assistant Professor Dr. Jamaree Chiengthong	Member

### **Abstract**

The thesis focuses on the social process which transforms a community into touristic space. Such process involves political practices of the state that combines development policies with definitions of ethnic identity. Moreover, emphasis would also be on bargaining process of the people living in that area who also redefine their ethnic identity and involve in different modes of cultural relations. I will utilize two main concepts, namely the politics of representation and cultural politics in touristic space, and have chosen the community of Phanom in Luang Prabang as the area under study.

The study finds out that the process which transforms Phanom village into touristic space involves directly with state policies, international growth of tourism and also Phanom's own cultural capital. The outsiders' perceptions of the place result from the meaning construction process which makes the images of people, place and culture become interesting and fascinating turning them into the object for consumption. Such image construction appears through various kinds of text in the world of information, in the cycle of tourist industry and in the form of popular culture at the local level. These texts compete with one another trying to project various images of Phanom, sometimes they support one another or sometimes contradict with one another. These constructed meanings cannot directly reflect the reality of Phanom. Even the image producers also lose complete control of their own construction. The touristic space has

become the space of discursive practices involving complicated power politics which establish certain symbolic orders for Phanom.

By the end of the 1990s, the state had increasing roles in touristic management in Phanom. They initiated the policy called “Ban vatthanatham” (Cultural Village) in order to combine touristic policy with ethnic identification and also with basic development programs. This happened amid the atmosphere of intense competition in the market of hand-woven textiles and other souvenir goods within the area of Luang Prabang and its vicinity. Such state policy has set up the conditions for bargaining process in which re-definition and invention of traditions that express “Lue-ness” can be seen in public space. The intervention of state in managing the physical space for selling textiles in Phanom according to socialist ideal has resulted in tension and conflict between members of handicraft center and the villagers who lose interest from the new style of management. The study depicts struggling strategies of the villagers trying to find new alternatives in other economic sectors or in new market. Each strategy reflects capital each has in hand. These strategies of re-locations involve attempts of the villagers to redefine their own position, their village and also the meaning involved.