

บทคัดย่อ

ชุดโครงการเมธีวิจัยอาวุโส สกว. เรื่อง “คติชนสร้างสรรค์” พลวัตและการนำคติชนไปใช้ในสังคมไทยร่วมสมัย (2554 - 2557) มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและศึกษาข้อมูลปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” ในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย, เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์วิถีคิดและวิถีการประยุกต์คติชนในบริบทต่างๆ ในสังคมไทยร่วมสมัย และเพื่อเปิดพรมแดนการวิจัยในวงการคติชนวิทยาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้คติชนในสังคมไทย

ชุดโครงการวิจัย “คติชนสร้างสรรค์ฯ” ใน พ.ศ. 2554 ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 10 โครงการ, ใน พ.ศ. 2555 เพิ่มนักวิจัยรุ่นที่ 2 อีก 4 โครงการ และใน พ.ศ. 2559 เมื่อสรุปผลวิจัยออกมาเป็น “ทฤษฎีคติชนสร้างสรรค์” ก็ได้เพิ่มนักวิจัยรุ่นที่ 3 ที่วิจัยโดยใช้ “ทฤษฎีคติชนสร้างสรรค์” ในการวิเคราะห์ข้อมูลอีก 6 โครงการ รวมโครงการย่อยในชุดโครงการนี้จำนวน 20 โครงการ อนึ่ง บางโครงการก็วิจัยโดยใช้ข้อมูลนิทานพื้นบ้าน แต่โครงการส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูลคติชนประเภทพิธีกรรม/ประเพณีพื้นบ้าน และมีบางโครงการที่ใช้คติชนหลากหลายประเภท เช่น อาหาร เครื่องกายผ้าทอ เพลง การแสดง ฯลฯ โครงการต่างๆ เหล่านี้ได้ศึกษา ปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” อันเป็นข้อมูลที่แสดงพลวัตของคติชนในบริบทสังคมต่างๆ ทั้งบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนนิยม การท่องเที่ยวและบริบทข้ามพรมแดน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า (1) **คติชนเป็น “ต้นทุนทางวัฒนธรรม”** ที่สำคัญที่สามารถนำมาปรับใช้เพื่อสนองวัตถุประสงค์ต่างๆ ในบริบทใหม่ๆ ทางสังคมโดยเฉพาะเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว (2) **วิถีคิดของคนไทย** ในการปรับใช้คติชนอันเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” นั้นมีทั้งการประยุกต์ การผสมผสาน การสร้างใหม่ หรือการสร้างความหมายใหม่ ด้วยวัตถุประสงค์ใหม่ ในบริบทใหม่ (3) ซึ่งเป็น **วิถีคิดที่อิงรากเหง้าวัฒนธรรมไทย** ไม่ว่าจะเป็นการอิงนิทานพื้นบ้าน นิยายประจำถิ่น เรื่องราวในพุทธศาสนา ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น หรือถ้าเป็นการสร้างเรื่องเล่าใหม่เพื่อนำมาอธิบายผลิตภัณฑ์หรือประเพณีก็จะทำให้ฟังดูว่า “มีที่มาจากอดีต”

อนึ่ง (4) ได้พบว่าในปัจจุบัน นิทานพื้นบ้านจำนวนมากถูกนำมาใช้ในบริบททุนนิยม/พุทธพาณิชย์/เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในการ **เป็นแหล่งอ้างอิงในการสร้างวัตถุมงคล ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สินค้าโอท็อปและสินค้าที่ระลึก** (5) ในการนำคติชนประเภท **นิทานพื้นบ้าน/เรื่องเล่าพื้นบ้าน** มาปรับใช้นั้น มีการใช้ทั้งชื่อเรื่องนิทาน ชื่อตัวละคร พฤติกรรมตัวละคร, ใช้อุปมาในนิทาน, ใช้บางตอนในนิทาน, ใช้นิทานทั้งเรื่อง และที่น่าสนใจคือ มีการ “ต่อยอด” จากนิทานโดยการสร้างความเชื่อและพิธีกรรมในการบูชาตัวละครและของวิเศษในนิทาน

(6) ส่วนในการนำคติชนประเภท **ประเพณีท้องถิ่น** มาปรับใช้ในสังคมปัจจุบัน มีทั้งการประยุกต์ประเพณีเดิมมาใช้ในบริบทใหม่ การผสมผสานหลายพิธีเข้าด้วยกัน การหยิบยืมประเพณีจากภาคอื่น การรื้อฟื้นประเพณีเก่า การสร้างประเพณีใหม่บนฐานความเชื่อเดิม (7) ซึ่งเห็นได้ว่า **การท่องเที่ยว** เป็นปัจจัยทางสังคมที่สำคัญที่ทำให้เกิด

“ประเพณีสร้างสรรค์” จำนวนมาก และ (8) มีประเพณีใหม่ๆ จำนวนไม่น้อยที่สร้างขึ้นโดยอิงพุทธศาสนาทำให้เห็นว่าพุทธศาสนาก็เป็นแหล่งอ้างอิงที่สำคัญในการสร้าง “ประเพณีใหม่ๆ” และ “ประเพณีใหม่ๆ” อีกส่วนหนึ่งก็สร้างขึ้นโดยอิงวัฒนธรรมเดิมในท้องถิ่น เช่น อิงฮีตสิบสองของอีสาน และสามารถนำประเพณีที่มีอยู่แล้วมาปรับใช้ในบริบทปัจจุบันได้อย่างชาญฉลาด

(9) ในประเด็นเรื่องการนำคติชนมาใช้เพื่อแสดงอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในบริบทข้ามพรมแดน พบว่า มีทั้งความพยายามในการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ผ่านคติชน อันได้แก่เรื่องเล่า วรรณกรรม เพลง การละเล่น การแสดง ประเพณีพิธีกรรม อาหาร ผ้าทอ เครื่องแต่งกาย และพบว่ามีการผลิตผสมผสานกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย และมีการนำเสนออัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในลักษณะใหม่ที่เป็นการแสดงความรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์และการยอมรับอำนาจของรัฐไทย

ในภาพรวม (10) อาจกล่าวได้ว่า **บริบทสังคมโลกและสังคมไทย** อันได้แก่ความเป็นสังคมโลกาภิวัตน์ สังคมทุนนิยมวัตถุนิยม สังคมการท่องเที่ยวและสังคมข้ามพรมแดนเป็นปัจจัยทางสังคมที่สำคัญที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” ซึ่งทำให้เกิดการนำคติชนในสังคมประเพณีมาปรับใช้ใหม่ในบริบทใหม่ๆ ทางสังคม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า “คติชนสร้างสรรค์” สัมพันธ์กับบริบทสังคมโลกและบริบทสังคมไทย นอกจากนั้น (11) ยังวิเคราะห์ให้ลึกลงไปได้อีกว่า **วัฒนธรรมไทย** อันได้แก่ วัฒนธรรมในประเพณีบอกเล่าที่ทำให้เกิดศักยภาพใน “การเต้น”, วัฒนธรรมในระบบอุปถัมภ์ที่สืบเนื่องมาเป็นวัฒนธรรมแบบราชการที่มีอำนาจสั่งการลงไปยังจังหวัดและชุมชน, วัฒนธรรมเชิงพิธีกรรมในระบบศาสนาในลักษณะที่ “พึ่งพา” อำนาจเหนือธรรมชาติ, ตลอดจนวัฒนธรรมการสื่อสารสมัยใหม่ในปัจจุบัน ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยทางวัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดปรากฏการณ์ “คติชนสร้างสรรค์” โดยเฉพาะการสร้างสรรค “คติชนใหม่ๆ” ในบริบทสังคมปัจจุบัน

โดยสรุป (12) คนไทยเป็นคนที่มีความสามารถในการ “การเต้น” ในการคิดประยุกต์ ในการปรับเปลี่ยน ในการคิดผสมผสาน และเป็นคนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สูง แม้จะดูเหมือนว่าคนไทยเป็นคนอนุรักษ์นิยมแต่ก็เป็น “อนุรักษ์เชิงพัฒนาอย่างสร้างสรรค์” เพราะคนไทยสามารถคิดเอาทุนในอดีตที่มีอยู่มาปรับใช้วัตถุประสงค์ต่างๆ ในบริบทสังคมปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจ

Abstract

The TRF Research Program entitled, *“Creative Folklore: Dynamics and Application of Folklore in Contemporary Thai society”* aims to collect and study field data concerning the phenomena of “creative folklore” in the context of contemporary Thai society, to analyze and synthesize the ways of Thai thinking in applying traditional folklore to serve new purposes in contemporary social context, and also to open Thai folklore research area in studying the dynamics and the application of folklore.

In 2011, the research program consisted of 10 research projects and in 2012, it included 4 more projects. In 2016, after the program launched its findings and introducing the “Theory of Creative Folklore” to Thai academia, it then included 6 more projects in which the researchers intend to apply the “Theory of Creative Folklore” as a conceptual framework to analyze their field data. All in all, the research program consists of 20 research projects. Some projects are interested in studying the application of folktales, a genre in verbal folklore, in present day context but most of the projects are interested in studying the application of rituals and traditions, performing folklore, while certain projects study several other genres of folklore as well, e.g., food, costume, folk songs, folk performances as their data. Regarding the social contexts behind the creative folklore data, they include creative economy, capitalism, tourism and also transnationalism.

The research findings are as follows : (1) Folklore is significant “cultural capital” that has been used to apply to serve new purposes in new social context, especially the context of creative economy and tourism. (2) Thai ways of thinking in applying folklore as “cultural capital” are: application, integration, creation, creating new meaning of traditional folklore with new purposes. (3) Thai way of thinking is operated by referring to and based on Thai cultural root, e.g., Thai folktale, legend, Buddhist narratives, local history. If it is a newly created story to promote a cultural product, the story will sound in such a way that it can be traced to “the historical past.”

It is found that (4) many traditional folktales are being used in the context of creative economy, capitalism, Buddhist commercialism and tourism, particularly as reference in creating local products, souvenirs and sacred objects. (5) In applying folktale/folk narrative to be used in new social contexts, the methods include : the use of the names of the tales, the tales’

characters and behaviors and the motifs in the tales. And, in certain cases, certain episodes or certain stories are selected to be used for certain purposes. Interestingly, it is also found that new tradition is created to conduct ritual to worship certain tale characters and certain magical objects from folktales.

Regarding the application of folk traditions, (6) Thai ways of thinking concern : applying old traditions to present in new context, combining or integrating several traditions together, borrowing tradition from another region, reviving old tradition, and creating new tradition though based on old belief. (7) It can be observed that tourism is a significant factor that enhances the “creative tradition.” (8) Many new traditions are created by claiming that they are “Buddhist tradition”; this then confirms that Buddhism is a significant source of reference in creating traditions. Other “creative traditions” are created by applying the transmitted local tradition, such as the Isan calendrical rites, and put them in contemporary social context. This reflects Thai wisdom in applying and re-interpreting old traditions in new context.

Concerning the use of folklore to express ethnic identity in the transnationalism context, (9) it is found that the ethnic groups who migrated to live in Thailand attempt to use folklore, e.g., folk narrative, literature, song, game, performance, food, textile, ethnic costume, as the cultural mechanism in transmitting their ethnic identity. In the meantime, it is also found that there is an attempt to integrate with Thai culture and that they present their new identity of being under the Thai royal patronage and under the Thai State.

Overall, (10) it can be indicated that the global and Thai social context, namely, globalization, capitalism, materialism, tourism and transnationalism are the significant factors enabling and enhancing the phenomena of “creative folklore.” In other words, the phenomena of “creative folklore” has to be perceived and analyzed in relation to these social contexts. It is further analyzed that Thai culture itself; first, that being an oral culture having the potentiality of improvisation thus easily applying and re-presenting new things; second, the past patron and client social system which transformed into today state system ordering top-down to provincial people under its official authority to construct provincial traditions; third, Thai ritual culture in which people tend to depend upon the supernatural power thus producing the kinds of today ritual traditions and fourth, new social media culture; all of these cultural factors are analyzed to be behind present day “creative folklore” phenomena.

In sum, (12) it can be stated that Thai people are very good at improvising, applying, adapting, combining, and creating things in interesting ways. Although it may seem that Thai people are conservative, they are “creatively conservative” since they have creative ways in applying cultural past as a resource to serve present day purposes and contexts.