



กระแสนิยมไดโนเสาร์ในไทยและแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน แหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ในชุมชนภูคุ้มข้าว จังหวัดกาฬสินธุ์ ศุภฤกษ์ รักชาติ

Dinosaur Trend in Thailand and Dinosaur Discovery Site Communal Identity Formation Process in Phu Kum Khao Community, Kalasin Province Supparerk Ruckchart

สถาบันไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

Thai Study Institute, Chulalongkorn University, Patumwan, Bangkok 10330

Corresponding author. E-Mail address: Supparerk.r@chula.ac.th

Received: 22 May 2017; Accepted: 27 July 2017

บทคัดย่อ

ภูคุ้มข้าว จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นพื้นที่ที่มีการค้นพบซากดึกดำบรรพ์ไดโนเสาร์ที่มีความสมบูรณ์สูง ในปี พ.ศ.2533 การค้นพบดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในวงการวิทยาศาสตร์ แต่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับชุมชนโดยรอบพื้นที่เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านอัตลักษณ์ของชุมชน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษากระแสความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทย และในชุมชนภูคุ้มข้าว และทำการศึกษาระบวนการสร้างอัตลักษณ์เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ โดยทำการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตพื้นที่ชุมชน การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์เนื้อหาหาก่อนจะนำมาสังเคราะห์ข้อเสนอแนะจากข้อมูลที่ค้นพบ ผลการวิจัย พบว่า กระบวนการเกิดอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ได้รับอิทธิพลจากกระแสนิยมไดโนเสาร์ของโลก โดยเฉพาะภาพยนตร์และสื่อโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ณ เวลาดังกล่าว ชุมชนในพื้นที่ไม่ได้รับกระแสความนิยมเดียวกัน เพราะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อจากส่วนกลาง ดังนั้น กระแสนิยมไดโนเสาร์ในชุมชนจึงเป็นอิทธิพลมาจากบุคคลภายนอกที่เข้ามาเยี่ยมชมพื้นที่ขุดค้น หน่วยงานส่วนกลางและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น รวมถึงสมาชิกชุมชนที่ได้รับการศึกษาเป็นกลุ่มแรกที่มีการปรับตัวและก่อสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ที่เกิดขึ้นใหม่ โดยในช่วงแรกภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์พบปรากฏในรูปแบบการสร้างรูปปั้น ซึ่งส่งผลต่อการนำเสนอภาพสะท้อนของไดโนเสาร์มาผนวกรวมกับอัตลักษณ์ชุมชนในช่วงต่อมา ในระยะยาว พบว่ามีการปรับตัวในลักษณะของการผสมและผสานอัตลักษณ์ใหม่เข้ากับวิถีชีวิตเดิม ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้สำหรับการพัฒนาอัตลักษณ์ในอนาคต ได้แก่ การสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างวิถีชีวิต ความเชื่อและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับไดโนเสาร์โดยการผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมเดิม และการพัฒนานวัตกรรมเกี่ยวกับไดโนเสาร์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำสำคัญ: ไดโนเสาร์ อัตลักษณ์ ชุมชน ภูคุ้มข้าว กาฬสินธุ์

Abstract

Phu Kum Khao, located in Kalasin province in Thailand, is the area where nearly complete dinosaur fossils were found in the 1990s. This discovery not only had a significant effect on science, but also led to a major change in the community around the site; especially, community identity. The objective of this study is to study dinosaur trend in Thailand, in Phu Kum Khao community and analyze the dinosaur discovery site communal identity formation process to develop a suggestion for identity enhancement. The methods use in this study were document research, field observation, interview and content analysis. Prior data were used for suggestion synthesis. The study found that identity formation within the community was influenced by the world's trend toward increased interest in dinosaurs, especially in movies and media. At the time of the discovery, however, the local people in the area of the site were not following world trends due to the lack of access to mass media; therefore the response in the area was primarily impacted by outsiders who were attracted to the renowned discovery. A new identity was first adopted and formed by the local administrative organization and well-educated community members. In the first period, the reflection of identity adoption was found in the form of dinosaur sculpture building which represent the merge of dinosaur into community identity. In the long term, the integration process can obviously be observed in the mixed and merged forms of identity integration. Suggestions for future dinosaur discovery site communal identity development is to create a network for knowledge exchange, develop dinosaur related belief, culture, along with way of living by blending with the exist culture and develop dinosaur related innovations from indigenous knowledge.

Keywords: Dinosaur, Identity, Community, Phu Kum Khao, Kalasin

บทนำ

การขุดค้นพบไดโนเสาร์ในประเทศไทยได้สร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการบรรพชีวินไทย ทั้งในด้าน การวิชาการและในด้านการท่องเที่ยว โดยหลังจากมีการ ค้นพบซากไดโนเสาร์ที่สมบูรณ์ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ในพื้นที่ภูเก้าขาว อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ก็ได้มีการพัฒนาต่อยอดโดยการสร้าง พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ขึ้นภายในพื้นที่ เพื่อตอบรับความ สนใจของประชาชนจำนวนมากที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งขุดค้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญภายในชุมชน นำความ เจริญด้านกายภาพ อาทิ การพัฒนาถนนเพื่อเดินทางจาก ตัวเมืองมายังพิพิธภัณฑ์ มีการสร้างถาวรวัตถุที่เกี่ยวข้อง กับไดโนเสาร์ในพื้นที่ รวมไปถึงความพยายามผลักดันให้ เกิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในระดับจังหวัด ด้วยการปรับเปลี่ยนคำขวัญประจำจังหวัดกาฬสินธุ์ การ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระยะแรกเป็นการวางแผนและ ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐ หลังการขุดค้นพบซาก ดึกดำบรรพ์ ซึ่งก่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของประชาชนในพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงไป และการรับรู้ อัตลักษณ์ใหม่นั้นเป็นส่วนสำคัญที่จะกำหนดพฤติกรรม ของสมาชิกชุมชน (Quiñones-Rosado, 2010)

จากคำบอกเล่าของพัฒนาการชุมชน พื้นที่ชุมชนภูเก้าขาว เป็นพื้นที่ที่ผู้คนอพยพมาหลังจากการสร้างเขื่อนลำปาว ในช่วงปี พ.ศ.2510 (ค.ศ.1967) ย้ายมาอาศัยอยู่ในพื้นที่ จัดสรรที่ชาวบ้าน เรียกว่า ลีด (Log) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่จับแบ่ง เป็นลีดๆ เอาไว้ให้ผู้คนมาอาศัยอยู่ การย้ายถิ่นฐานของ ชุมชนขนาดใหญ่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของ ชุมชน ทำให้การรวมกลุ่มทางสังคมเปลี่ยนแปลง อัตลักษณ์ ชุมชนได้ก่อรูปแบบใหม่ตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ปัจจุบัน ชุมชนภูเก้าขาวมีผู้คนอาศัยอยู่ไม่หนาแน่นมากนัก แม้ว่าจะมีจำนวนประชากรต่อพื้นที่ในสำมะโนประชากร ค่อนข้างสูงกว่าอำเภออื่น ๆ รอบข้าง แต่ในความเป็นจริง นักเรียน นักศึกษา รวมถึงแรงงานที่มีทะเบียนบ้านในพื้นที่ จะย้ายถิ่นฐานไปอาศัยในพื้นที่อื่นเพื่อศึกษาและประกอบ อาชีพ เหลือเพียงผู้สูงอายุ และผู้คนที่ไม่มีความพร้อมใน การย้ายถิ่นฐานเนื่องจากมีฐานะยากจนที่ปักอาศัยอยู่จริง ในท้องถิ่น (D. Wichai, interviewed, March 8, 2017)

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นถึงการกำเนิดใหม่ ของอัตลักษณ์ทางสังคมในหมู่คนที่อพยพมาอาศัยร่วมกัน ในพื้นที่ที่จัดสรรขึ้น โดยในเชิงทฤษฎี การสร้างอัตลักษณ์ ที่เข้มแข็งจะช่วยให้ผู้คนรับรู้ “ตนเองเป็นใคร” ภายใต้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนกับคนอื่น ผ่านการมองตนเองและ คนอื่นมองเรา (Prasarnnam, 2007) ซึ่งอัตลักษณ์จะเป็น ตัวช่วยประสานสมาชิกในสังคมให้มีความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกัน มีทัศนคติ ความเชื่อ ความสนใจ ความคิด สร้างสรรค์ไปในทางเดียวกัน (Feungfusakul, 2013) ซึ่งตลอดช่วงเวลา 50 ปีที่ผ่านมา ชุมชนภูเก้าขาวได้ เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ตามระยะเวลา แต่ ด้วยข้อจำกัดหลาย ๆ ด้าน ทำให้การพัฒนาในพื้นที่ไม่ สามารถดำเนินได้อย่างรวดเร็ว กอปรกับสภาพความเป็นอยู่ เดิมของคนในพื้นที่ค่อนข้างยากจน จึงเกิดปัญหาการย้าย ถิ่นฐานอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการเกิดอัตลักษณ์ อาจอธิบายได้ด้วยทฤษฎี ที่หลากหลาย หนึ่งในทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมที่ได้รับ ความนิยม คือ ทฤษฎีของ Tajfel and Turner (1979) ที่ได้นำเสนอแนวคิดที่ว่า ความแตกต่างส่งผลต่อพฤติกรรม ทางสังคม ความแตกต่างทางพฤติกรรมทางสังคมที่ถูก กล่าวถึงในทฤษฎี ได้แก่ ความแตกต่างทั้งในระดับบุคคล (Interpersonal) และระดับกลุ่ม (Intergroup) โดยส่วนใหญ่ แล้วความแตกต่างจะเกิดขึ้นทั้งในสองระดับพร้อมกัน มากกว่าระดับใดระดับหนึ่งเพียงระดับเดียว ความแตกต่าง เหล่านี้จะส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในเชิงแนวคิด จิตวิทยา พฤติกรรม ฯลฯ ส่งผลให้เกิดการแสดงออกที่แตกต่างกัน แนวคิดดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในชุมชนภูเก้าขาว เมื่อพิจารณาว่าอัตลักษณ์เป็นการระบุ ตัวตนของตนเอง การที่สมาชิกในชุมชนแต่ละคนยอมรับ อัตลักษณ์กลุ่มแตกต่างกันย่อมจะส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง ทางจิตวิทยาขึ้นภายในกลุ่ม ลักษณะดังกล่าวมักจะไม่น่าจะเกิดขึ้น ในชุมชนที่มีประวัติความเป็นมาและผ่านกระบวนการสร้าง อัตลักษณ์มาช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่ในชุมชนที่มีการปลูกสร้าง อัตลักษณ์ใหม่ ย่อมจะมีคนที่รับรู้และยอมรับอัตลักษณ์ได้ เร็วและช้าแตกต่างกัน ระหว่างนั้นจะเกิดความขัดแย้งและ ผลักดันให้เกิดแบบแผนพฤติกรรมที่แสดงออกที่คาดเดา ได้ยาก การละทิ้งตัวตนเดิมก็เป็นรูปแบบหนึ่งของพฤติกรรม ที่แสดงออกมาเมื่อเกิดความขัดแย้ง หรือไม่สามารถยอมรับ อัตลักษณ์ได้



ด้วยเหตุนี้ การค้นพบซากดึกดำบรรพ์ของไดโนเสาร์ในพื้นที่ชุมชนภูภูมิข้าวจึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะช่วยสร้างอัตลักษณ์ให้ชุมชนเข้มแข็งมากขึ้น กอปรกับกระแสนิยมจากภายนอกที่มีบทบาทในการสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพในชุมชนเพื่อตอบสนองความสนใจไดโนเสาร์ของคนภายนอก ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีที่สำคัญในชุมชน หากมีการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันไดโนเสาร์ให้กับคนในพื้นที่ ย่อมจะช่วยสร้างผลประโยชน์ทั้งต่อชุมชนและต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับแหล่งชุดคันเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงในชุมชนถูกผลักดันจากกระแสความสนใจไดโนเสาร์จากคนนอกพื้นที่ แต่การศึกษาเชิงวิชาการในปัจจุบันยังไม่มีกระบวนที่มาของกระแสนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทยที่ชัดเจน ทำให้การศึกษาการเกิดกระแสนิยมไดโนเสาร์ภายในประเทศไทยถูกจำกัดอยู่ในกรอบของกระแสนิยมหลักของต่างประเทศ เช่น ในการศึกษาของ Cohen (2010) ที่ระบุว่า กระแสนิยมไดโนเสาร์ของประเทศไทยเกิดขึ้นมาจากภาพยนตร์เรื่องจูราสสิคปาร์คเป็นปัจจัยหลัก ทั้งที่จริงแล้วจากหลักฐานหลายอย่างสะท้อนให้เห็นกระแสนิยมไดโนเสาร์ที่เกิดขึ้นมาก่อน โดยกระแสนิยมนี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ในทุกระดับ

ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะทำการศึกษาระบวนการสร้างอัตลักษณ์ในระดับภาพรวมของชุมชนภูภูมิข้าว ที่มีกระแสไดโนเสาร์ของโลกและของประเทศไทยเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสังเคราะห์ข้อเสนอแนะ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันไดโนเสาร์ในชุมชนภูภูมิข้าวต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาที่มาของกระแสนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทยและในพื้นที่ชุมชนภูภูมิข้าว
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันไดโนเสาร์ในชุมชนภูภูมิข้าว
3. เพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันไดโนเสาร์ในชุมชนภูภูมิข้าว

ทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์

ความหมายของคำว่า “อัตลักษณ์”

อัตลักษณ์เป็นคำที่ถูกใช้และตีความหลากหลาย โดยรากศัพท์ในภาษาไทยนั้นมาจากภาษาบาลีคำว่า “อตุต” หมายถึง ตัวตน และ “ลักษณ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรมแต่ดาราหลายเล่ม รวมถึงนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของคำว่า อัตลักษณ์ สอดคล้องกันว่าเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัว ข้อบ่งชี้เฉพาะของลักษณะบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่น ๆ (Leary and Tangney, 2003) จากนั้นยามข้างต้นจึงจะสามารถพิจารณาได้ว่า คำว่าอัตลักษณ์เองนั้นก็ยังมีระดับของอัตลักษณ์ คือ มีอัตลักษณ์ในระดับบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศ โดยบุคคลหนึ่ง ๆ อาจจะยอมรับอัตลักษณ์หลายระดับพร้อมกันได้

คำว่า อัตลักษณ์ เป็นคำที่มีความหมายคลุมเครือ ถูกใช้แตกต่างกันไปในแต่ละศาสตร์ วาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับคำว่า อัตลักษณ์ในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์จึงมักแปรเปลี่ยนไปตามปัญหาที่นิยามขึ้น อย่างไรก็ตาม ลักษณะร่วมกันของอัตลักษณ์ตามแนวคิดแบบ Constructionism คือ มีการเปลี่ยนแปลงได้ (Mutable) ไม่แน่นอน (Contingent) เป็นผลผลิตจากความคิดเห็นของสังคม และเกี่ยวข้องกับแรงผลักดันภายในและภายนอก (Gotham, 1999)

อัตลักษณ์นั้นไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่งและวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ก่อสร้างทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมเองก็ไม่ได้หยุดนิ่งหรือตายตัว ดังนั้น อัตลักษณ์จึงมีกระบวนการถูกผลิต (Produce) ถูกบริโภค (Consume) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ตลอดเวลา

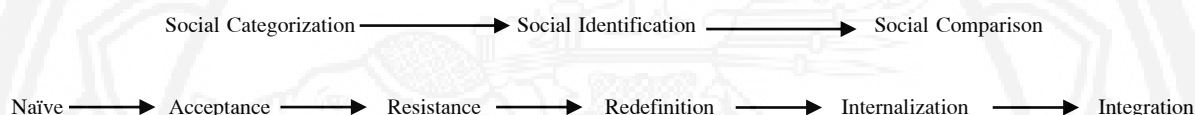
เนื่องจากการพิจารณาอัตลักษณ์เป็นเรื่องยาก จึงทำให้เห็นการตีความว่า สิ่งใดเป็นอัตลักษณ์หรือไม่เป็นอัตลักษณ์ เป็นเรื่องที่ไม่สามารถทำได้ชัดเจนมากนัก ยกตัวอย่างเช่น การทักทายด้วยคำว่า “สวัสดี” ในประเทศไทย ซึ่งแต่เดิมนั้นริเริ่มโดยพระยาอุปกิตศิลปสาร ในคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก่อนที่จอมพล ป.พิบูลสงคราม จะเห็นชอบให้ใช้คำว่า สวัสดี เป็นคำทักทายอย่างเป็นทางการในเวลาต่อมา (Thammawattano, 2011) จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของคนไทยในปัจจุบัน จะเห็นว่าอัตลักษณ์การทักทายของไทยนั้นถูกสร้างขึ้น และเมื่อเริ่ม

ใช้กันอย่างแพร่หลาย มุมมองของคนทั่วไปจึงยอมรับว่าเป็นอัตลักษณ์ แต่ในช่วงของการสร้างขึ้นและการแพร่กระจายแนวคิดนั้น ยากที่จะระบุจุดเริ่มต้นขอบเขตว่าเกิดเป็นอัตลักษณ์ขึ้นเมื่อใด

ด้วยเหตุที่อัตลักษณ์มีความหมายกว้าง และตีความแตกต่างกันไปเป็นอย่างมาก เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ผู้วิจัยจึงได้นิยามความหมายของอัตลักษณ์ที่กล่าวถึงในงานวิจัยนี้ ว่าเป็นอัตลักษณ์ในระดับชุมชน โดยคำว่าอัตลักษณ์นี้ คือ การยอมรับตัวตนในฐานะสมาชิกของชุมชนที่มีคุณลักษณะเดียวกัน กระบวนการยอมรับอัตลักษณ์สะท้อนผ่านพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน กระบวนการคิด การเห็นคุณค่า การแสดงออกที่แสดงให้เห็นความตระหนักในอัตลักษณ์ด้านนี้

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม

Tajfel and Turner (2004) ได้นำเสนอกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ กระบวนการจัดกลุ่มทางสังคม (Social Categorization) กระบวนการแยกแยะทางสังคม (Social Identification) และกระบวนการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) ซึ่งมีโครงสร้างคล้ายกับทฤษฎีการพัฒนาอัตลักษณ์ (Social Identity Development Theory) ของ Quiñones-Rosado (2010) ที่อธิบายขั้นตอนการเกิดอัตลักษณ์เป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นไร้เดียงสา (Naïve) 2) ขั้นยอมรับ (Acceptance) 3) ขั้นต่อต้าน (Resistance) 4) ขั้นนิยามใหม่ (Redefinition) 5) ขั้นทำให้เป็นกลาง (internalization) และ 6) ขั้นบูรณาการ (integration)



รูปที่ 1 (บน) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมตามทฤษฎีของ Tajfel and Turner (2004)
(ล่าง) ทฤษฎีการพัฒนาอัตลักษณ์ของ Quiñones-Rosado (2010)

ส่วนที่คล้ายคลึงกันของแนวคิดทั้งสองทฤษฎี คือ การมีจุดเริ่มต้นจากการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดกลุ่ม (Social Categorization) จากนั้นจึงแยกแยะว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือไม่ (Social Identification) ซึ่งในขั้นตอนนี้ Quiñones-Rosado (2010) ได้อธิบายว่า การยอมรับอัตลักษณ์จะมีการตั้งคำถามต่ออัตลักษณ์ที่รับเอามาและนิยามใหม่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของตนซึ่งเป็นที่ได้ในเชิงรู้สำนึก (Consciousness) และในเชิงไร้สำนึก (Unconsciousness) กระบวนการทางจิตวิทยาที่ทั้งสองท่านได้อธิบายเป็นกระบวนการเกิดอัตลักษณ์เช่นเดียวกัน แต่ในมุมมองหนึ่งเป็นการมองจากภาพกว้างในระดับของกลุ่มสังคม และในอีกมุมมองหนึ่งเป็นการมองจากภาพเล็กในระดับของบุคคล

ขั้นตอนหลังจากการเกิดอัตลักษณ์ Quiñones-Rosado (2010) มุ่งเน้นไปถึงกระบวนการทำให้เหตุผลต่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคล (Internalization) และการบูรณาการกับการกระทำในชีวิตประจำวัน (Integration) ซึ่งในส่วนสุดท้ายนี้จะเทียบเคียงได้กับขั้นตอนการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) ของ Tajfel and Turner (2004) แต่ต่างกันตรงที่มุมมอง โดยการ

บูรณาการในชีวิตประจำวันนั้นเป็นมุมมองของการปรับตัวในระดับบุคคล และการเปรียบเทียบทางสังคมเป็นการปรับตัวในมุมมองระหว่างกลุ่ม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Akraudom (2013) ได้ทำการวิเคราะห์อัตลักษณ์ในคำขวัญประจำเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คำขวัญเป็นแหล่งประกอบสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยจัดแบ่งรูปแบบอัตลักษณ์ได้เป็น 9 กลุ่ม คือ สถาปัตยกรรม สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ธรรมชาติ การประกอบอาชีพ สินค้าประจำถิ่น สถาบันพระมหากษัตริย์ สถาบันการศึกษา ประชากร และวัฒนธรรม โดยคำขวัญเป็นภาพสะท้อนการต่อรองทางวัฒนธรรมระหว่างเขตที่มีทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมกับเขตที่มีทุนวัฒนธรรมสมัยใหม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

เนื่องจากคำว่าอัตลักษณ์ เป็นคำที่สามารถตีความหมายและขอบเขตได้อย่างกว้างขวาง ในงานวิจัยนี้ มีการกล่าวถึง



อัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ ซึ่งหมายถึง การรับรู้และยอมรับตัวตนของสมาชิกชุมชนที่เป็นแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ โดยแสดงออกทางพฤติกรรม การสื่อสาร แนวคิด การเห็นคุณค่า

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้ 1) **ขอบเขตด้านการเก็บข้อมูล** การวิจัยนี้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ.2560 โดยผู้วิจัยให้น้ำหนักกับการยอมรับอัตลักษณ์และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่แสดงออกมาในเชิงพฤติกรรม โดยมีจุดเน้น คือ ขั้นตอนกระบวนการที่เกิดขึ้น และผลกระทบเชิงประจักษ์ที่สะท้อนมาจากการยอมรับอัตลักษณ์ของสมาชิกในชุมชน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะไม่ครอบคลุมถึงปัจจัยเชิงจิตวิทยาระดับบุคคล 2) **ขอบเขตด้านการวิเคราะห์ข้อมูล** ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ขั้นตอนการรับรู้อัตลักษณ์ในมิติของ Tajfel and Turner (2004) ในขั้นตอนของการจัดกลุ่มทางสังคม (Social Categorization) และการรับรู้อัตลักษณ์ (Social Identification) แต่จะไม่ทำการวิเคราะห์ในขั้นของการเปรียบเทียบทางสังคม (Social Comparison) เพราะไม่ใช่จุดมุ่งเน้นในการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะเชิงแข่งขันระหว่างกลุ่ม แต่จะพิจารณาด้านการบูรณาการ (Integration) ซึ่งเป็นการปรับตัวภายในชุมชนตามแนวคิดของ Quiñones-Rosado (2010)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยนี้ใช้วิธีวิทยาเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ ก่อนจะทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 3 ระยะ คือ 1) *การศึกษาการเกิดกระแสความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทย* โดยการศึกษาเอกสาร ด้วยการสืบค้นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระแสความนิยมไดโนเสาร์ของประเทศไทยในอดีต ทั้งในรูปแบบของเอกสารทางวิชาการและ วรรณกรรม เพื่อประกอบสร้างความทรงจำเกี่ยวกับกระแสความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทย 2) *กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ในชุมชนภูกุ่มข้าว* ทำการศึกษาโดยใช้การวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารทางราชการ เอกสารเกี่ยวกับการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ภูกุ่มข้าว สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับเรื่องเล่าในท้องถิ่น และทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้นำและสมาชิกชุมชน พัฒนาการ

ชุมชน เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ นักวิจัยที่ทำงานในพื้นที่ ช่างศิลปะของชุมชน ก่อนจะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์หากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนภูกุ่มข้าวในระยะที่ 3) *การวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ในชุมชนภูกุ่มข้าว* ในระยะนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลและหลักฐานที่พบมาสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ตามทฤษฎีการสร้างพัฒนาอัตลักษณ์เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้พัฒนาต่อไปอนาคต

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยพบว่า กระบวนการเกิดอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ของชุมชนภูกุ่มข้าว ไม่ได้เกิดขึ้นจากภายในชุมชนเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากแรงผลักดันของกระแสความนิยมไดโนเสาร์ของโลกที่มีต่อประเทศไทย และประชาชนภายนอกเข้าไปมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ให้กับคนในชุมชน โดยรายละเอียดจะนำเสนอเป็น 4 ส่วน คือ 1) กระแสความนิยมไดโนเสาร์ในระดับโลก 2) กระแสความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทย และ 3) การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ของชุมชนภูกุ่มข้าว และ 4) แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ของชุมชนภูกุ่มข้าว

1. กระแสความนิยมไดโนเสาร์ในระดับโลก

คำว่า “ไดโนเสาร์” (Dinosaur) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก คือ Deinos ที่แปลว่า น่ากลัว น่าเกรงขาม และ Saurus ที่แปลว่า สัตว์เลื้อยคลาน ก่อนจะมีการแปลงเป็นภาษาละติน คือ Dinosaurus และถูกบัญญัติในภาษาอังกฤษว่า Dinosaur ในช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 (Oxford English Dictionary, 2010) ซึ่งคำว่าไดโนเสาร์นี้ไม่ได้ถูกบัญญัติตั้งแต่แรกเริ่มค้นพบซากดึกดำบรรพ์ของสิ่งมีชีวิตจำพวกนี้ ในบันทึกของโรเบิร์ต พล็อต (Robert Plot) ภัณฑกรักษ์ประจำพิพิธภัณฑ์ออกซ์ฟอร์ดแอสโมเลียน ได้บันทึกในหนังสือ National History of Oxfordshire ว่ามีการจัดแสดงชิ้นส่วนแตกหักที่มีลักษณะคล้ายกระดูก ซึ่งพล็อตได้อธิบายว่า อาจจะเป็นของมนุษย์ที่มีขนาดใหญ่มาก ๆ หรืออาจเป็นสัตว์อื่น ๆ ต่อมา Brookes (1763) ได้ตีพิมพ์ชื่อวิทยาศาสตร์จากกระดูกชนิดนี้ว่า *Scrotum Humanum* ซึ่งถือเป็นชื่อวิทยาศาสตร์แรกที่มีการบันทึกว่าตั้งให้กับสัตว์ดึกดำบรรพ์ ภายหลังต่อมาชื่อนี้กลายเป็นชื่อที่ถูกลืม (Nomen Oblitum) (Sanz, 2002)

ในคริสต์ศตวรรษที่ 17 จนถึงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 มีการค้นพบฟอสซิลของสัตว์เลื้อยคลานขนาดใหญ่อีกจำนวนมาก แต่ยังไม่มีการนิยามความหมายที่ชัดเจนของสิ่งที่ค้นพบ จนเมื่อถึงปี ค.ศ.1830 ซึ่ง ณ เวลานั้นได้มีการค้นพบเมกาโลซอรัส (*Megalosaurus*) (Buckland, 1824), อิกัวโนดอน (*Iguanodon*) ในปี ค.ศ.1825 (Mantell, 1825) และไฮเลียวซอรัส (*Hylaeosaurus*) (Mantell, 1832) ซึ่งการค้นพบทั้งสามชิ้นทำให้ความเชื่อที่ว่าในอดีตมีสัตว์เลื้อยคลานขนาดใหญ่อาศัยอยู่ในโลกนั้นได้รับความเชื่อถือมากขึ้น ในปี ค.ศ.1842 ริชาร์ด โอเวน (Richard Owen) จึงได้ริเริ่มคำว่าไดโนเสาร์ (Dinosaur) ขึ้นมา โดยประกอบจากรากศัพท์ภาษากรีกตั้งที่กล่าวไปข้างต้น (Sanz, 2002)

หลังจากศึกษาต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ ทำให้มีการค้นพบไดโนเสาร์เพิ่มขึ้น และมีการแพร่กระจายข่าวสารในวงกว้าง เกิดเป็นกระแสความนิยมไดโนเสาร์ในลักษณะของการประกอบสร้างทางวัฒนธรรม (Cultural Depiction) ผ่านงานศิลปะ วรรณกรรม ภาพยนตร์ ฯลฯ โดยสาเหตุหนึ่งที่ไดโนเสาร์ได้รับความนิยมมากนั้น Glut and Brett-Surman (1997) ได้แสดงทรรศนะว่าไดโนเสาร์เป็นสื่อแสดงถึงลักษณะของสัตว์ประหลาดในโลกจริง ทำให้ผู้คนหลงใหลในพลัง และจินตนาการถึงความน่าเกรงขามของไดโนเสาร์ในอดีต ซึ่งสัตว์ประหลาดเหล่านี้ไม่ได้มีพิษภัยในปัจจุบันอีกต่อไป ทำให้ไดโนเสาร์ถูกนำเสนอใหม่ในรูปแบบของการ์ตูน ของเล่น พร้อมกับถูกนำไปใช้เป็นตัวละครในวรรณกรรม ภาพยนตร์ และโฆษณาสินค้าต่าง ๆ

การประกอบสร้างไดโนเสาร์ในสื่อต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมในแต่ละยุคสมัย ได้แก่ ภาพยนตร์เรื่อง *The Brute Force* ที่ผลิตขึ้นในปี ค.ศ.1914 และถือเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของโลกที่มีไดโนเสาร์ปรากฏบนแผ่นฟิล์ม ไล่เลี่ยกับภาพยนตร์เรื่อง *The Lost World* ในปี ค.ศ.1920 จากวรรณกรรมของอาเธอร์ โคนัน ดอยล์ (Conan Doyle, 1912) ซึ่งต่อมาได้มีภาพยนตร์เกี่ยวกับไดโนเสาร์ถูกผลิตขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ *The Land Unknown* ในปี 1957 *The Last Dinosaur* ในปี ค.ศ.1977 และ *The Land Before Time* ในปี ค.ศ.1988 เป็นต้น จนในปี ค.ศ.1960 การ์ตูนเรื่อง *มนุษย์หินฟลินท์สโตน* ได้ถูกเผยแพร่เป็นครั้งแรก ซึ่งการ์ตูนเรื่องนี้ได้สร้างภาพของไดโนเสาร์ในรูปแบบที่ลึกลับ ภาพอันตราย และสร้างภาพใหม่ให้เป็นสัตว์เลี้ยงที่เป็นมิตรกับมนุษย์ในยุคดึกดำบรรพ์ (Tanner, 2000)

2. กระแสความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทย

Cohen (2010) ได้ทำการศึกษาพิพจน์ที่ไดโนเสาร์ในประเทศไทย รวมถึงพิพจน์ที่ไดโนเสาร์ในภูมิภาคอื่นเพื่อตอบหนึ่งในคำถามวิจัยว่า กระแสไดโนเสาร์ในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นมาจากปัจจัยใด คำตอบที่ได้ในการศึกษาพบว่า กระแสความนิยมน่าจะเกิดขึ้นมาจากภาพยนตร์เรื่อง *จูราสสิคปาร์ค* (*Jurassic Park*) ที่เข้าฉายในปี พ.ศ. 2536 (ค.ศ.1993) และมีความเป็นไปได้ว่าความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทยจะเพิ่มสูงขึ้นหลังจากการเผยแพร่ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว แต่จากหลักฐานอื่นๆ ทำให้สามารถสันนิษฐานได้ว่าคนไทยน่าจะรู้จักและมีกระแสความนิยมไดโนเสาร์มาก่อนภาพยนตร์ เรื่อง *จูราสสิคปาร์ค* เข้าฉายภายในประเทศไทย

การค้นพบซากดึกดำบรรพ์ชิ้นแรกในประเทศไทยเกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2463 / ค.ศ.1920 โดยกรมทรัพยากรธรณี ซึ่งขณะนั้นยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านทรัพยากรธรณี จึงได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติ และได้ตีพิมพ์บทความทางวิชาการเกี่ยวกับการค้นพบสิ่งมีชีวิตดึกดำบรรพ์ชนิดใหม่ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดย Reed (1920) ชื่อบทความว่า ‘*Caboniferous Fossil From Siam*’ โดยสิ่งมีชีวิตชนิดแรกที่มีการตีพิมพ์ คือ *Posidonomya Becheri Siamensis* ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2565 / ค.ศ.1922 กรมทรัพยากรธรณี (ณ ขณะนั้น คือ กรมราชโลหกิจและภูมิวิทยา) ได้จัดให้มีการลงทะเบียนซากดึกดำบรรพ์ในประเทศไทย ซึ่งซากดึกดำบรรพ์ชิ้นแรกที่ค้นพบ คือ ซากดึกดำบรรพ์ของหอยสองฝา ที่ค้นพบโดย Wallace Lee และพระอุดมพิทยภูมิพิจารณ์ (Songtham and Department of Mineral Resource, 2006)

อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการค้นพบซากดึกดำบรรพ์ในประเทศไทย คือ การดำเนินกิจการเหมืองแร่ ทำให้มีการค้นพบซากดึกดำบรรพ์จำนวนมาก อาทิ ซากดึกดำบรรพ์ของช้าง ที่เหมืองแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ในปี ค.ศ.1959 (Von Koenigswald, 1959) และซากใบไม้โบราณที่อำเภอสี จังหวัดลำปาง ในปี ค.ศ.1966 (Endo, 1963) เป็นต้น นอกจากนั้น ยังมีการค้นพบเนื่องจากโครงการสำรวจของต่างประเทศ เช่นคณะสำรวจชาวเยอรมัน และคณะสำรวจชาวญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการสำรวจซากดึกดำบรรพ์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Kobayashi, Toriyama and Hashimoto, 1964)



อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของกระแสความนิยมไดโนเสาร์ในประเทศไทยครั้งแรก น่าจะเกิดขึ้นก่อนการค้นพบไดโนเสาร์ในประเทศไทย ซึ่งจากหลักฐานการบันทึกพบว่า ในปี พ.ศ.2504 สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอ เจ้าฟ้าวชิราลงกรณ และสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าอุบลรัตน์ราชกัญญาสิริวัฒนาพรรณวดี ได้เสด็จเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แร่และหินที่จัดโดยกรมทรัพยากรธรณี มีการบันทึกพระรูปเจ้าฟ้าทั้งสองพระองค์ทรงทอดพระเนตรรูปปั้นไดโนเสาร์ในพิพิธภัณฑ์ นับเป็นหลักฐานการเข้ามาของกระแสความนิยมไดโนเสาร์ภายในประเทศไทยขึ้นแรกที่ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลได้ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยได้สันนิษฐานว่าเกิดขึ้นจากนักเรียนไทยที่ศึกษาต่อในต่างประเทศ หรือนักวิชาการชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยได้นำกระแสความนิยมมาเผยแพร่

ไดโนเสาร์ได้ปรากฏในวรรณกรรมไทยที่ได้รับความนิยมระดับสูง คือ เรื่อง เพชรพระอุมา โดยในวรรณกรรมเรื่องนี้ถูกประพันธ์ขึ้นในปี พ.ศ.2507 / ค.ศ.1964 ใช้ระยะประพันธ์เป็นเวลา 25 ปี แบ่งเป็นทั้งหมด 2 ภาค ถูกเผยแพร่ครั้งแรกลงในหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ ซึ่งตอนที่มีไดโนเสาร์และสัตว์ดึกดำบรรพ์อื่นปรากฏอยู่นั้น คือ ตอนอาถรรพณ์ทรานคร เป็นเนื้อเรื่องช่วงท้ายของภาคแรก ซึ่งพิจารณาได้น่าจะถูกประพันธ์ขึ้นก่อนปี พ.ศ.2518 / ค.ศ.1975 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มตีพิมพ์เพชรพระอุมาภาคที่ 2 (ภาคสมบูรณ์) (Wisedsuvarnabhumi, 2003) และเป็นการกล่าวถึงไดโนเสาร์ในวรรณกรรม ก่อนการค้นพบไดโนเสาร์ครั้งแรกในประเทศไทย

หลักฐานของกระแสความนิยมไดโนเสาร์สอดคล้องกับการบัญญัติศัพท์คำว่าไดโนเสาร์ในประเทศไทย โดยคำว่าไดโนเสาร์นั้นเริ่มถูกบันทึกครั้งแรกในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ฉบับปี พ.ศ.2525 / ค.ศ.1982 โดยให้ความหมายว่า “สัตว์เลื้อยคลานยุคก่อนประวัติศาสตร์พวกหนึ่ง รูปร่างคล้ายกิ้งก่ายักษ์ แต่มีขนาดใหญ่กว่ามาก มีหลายชนิด บางชนิดกินพืช บางชนิดกินเนื้อสัตว์” (Office of the Royal Society, 1982) ซึ่งการบันทึกลงในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ที่มีใช้พจนานุกรมฉบับเฉพาะทางสะท้อนให้เห็นว่าคนไทยเริ่มรู้จักไดโนเสาร์อย่างแพร่หลายในช่วงระหว่าง พ.ศ.2493 ที่ยังไม่มีการบัญญัติคำศัพท์ลงในพจนานุกรม (Office of the Royal Society, 1950) ถึงปี พ.ศ.2525 ที่มีการเริ่มบัญญัติคำว่า ไดโนเสาร์ ในพจนานุกรม การบัญญัติคำว่าไดโนเสาร์ในพจนานุกรม

เล่มปัจจุบัน พ.ศ.2554 ได้มีการให้ความหมายที่ละเอียดมากขึ้น คือ มีการยกตัวอย่างไดโนเสาร์กินพืช และไดโนเสาร์กินเนื้อ โดยตัวอย่างที่หยิบยกมานั้นเป็นไดโนเสาร์ที่ค้นพบในประเทศไทย (Office of the Royal Society, 2011) การเพิ่มเติมบัญญัติศัพท์นอกจากจะสะท้อนให้เห็นการเติบโตของกระแสไดโนเสาร์ในประเทศไทยแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นว่ากระแสไดโนเสาร์ที่เกิดขึ้นก่อน พ.ศ.2525 นั้นน่าจะมีอิทธิพลมาจากองค์ความรู้และกระแสนิยมของต่างประเทศเป็นหลัก เพราะ ณ เวลานั้นยังไม่มี การค้นพบและตีพิมพ์วารสารทางวิชาการเกี่ยวกับไดโนเสาร์ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ

ช่องทางที่กระแสความนิยมไดโนเสาร์จากต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทย น่าจะผ่านทางสื่อที่สำคัญคือ ภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ โดยภาพยนตร์ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสามารถระลึกได้ว่าเคยได้รับชมเมื่อสมัยเด็กได้แก่ ก๊อตซิลลา ในปี ค.ศ.1954 มนุษย์หินฟลินท์สโตน ปี ค.ศ.1960 รายการโทรทัศน์ Land of The Lost ในปี ค.ศ.1974 ภาพยนตร์ The Land Before Time ปี ค.ศ.1988 ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วก๊อตซิลลา แม้ว่าจะได้รับแรงบันดาลใจจาก Rhedosaurus จากภาพยนตร์เรื่อง The Beast from 20,000 Fathoms ที่มีต้นแบบเป็นสัตว์เลื้อยคลานยักษ์ แต่ ณ เวลานั้นยังเป็นช่วงเวลาที่คุณไทยมีความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ที่จำกัด ยังไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานทางราชการเพื่อจัดการซากดึกดำบรรพ์อย่างเป็นทางการ คนส่วนใหญ่น่าจะชมภาพยนตร์เรื่องนี้ในมุมมองของสัตว์ประหลาดมากกว่าไดโนเสาร์ แต่ภาพยนตร์ในยุคหลัง เช่น Land of the Lost ในปี ค.ศ.1974 (พ.ศ.2517) ที่เป็นอนิเมชันจากดินน้ำมัน ฉายทางโทรทัศน์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับไดโนเสาร์ที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมากกว่า เพราะเป็นอนิเมชันที่ใช้ไดโนเสาร์ดำเนินเรื่องหลัก มีข้อสรุปประกอบย่อยดังเช่นในการ์ตูนมนุษย์หินฟลินท์สโตน หรือสัตว์ประหลาดในภาพยนตร์ก๊อตซิลล่า นับเป็นการสร้างมิติการรับรู้ไดโนเสาร์ที่เป็นนิยามตามวิทยาศาสตร์มากขึ้น และเป็นข้อบ่งชี้ที่สำคัญว่ากระแสไดโนเสาร์ในต่างประเทศนั้นเติบโตขึ้นจนสามารถผลิตรายการเชิงกึ่งสารคดีที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้

การเติบโตของกระแสนิยมทั่วโลก ส่งผลต่อการนำเข้าสื่อมายังประเทศไทย จากกระแสของสื่อต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย ส่งผลผลักดันให้ภาครัฐและภาคธุรกิจนำไดโนเสาร์มาใช้เป็นสื่อในการโฆษณาและสร้าง

ความสนใจ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายท่านได้ให้ข้อมูลสอดคล้องกันว่าในช่วงปี พ.ศ.2520-2525 ได้มีการจัดนิทรรศการไดโนเสาร์ขึ้นในหลายโอกาส ภายในกรุงเทพฯ เช่น แดนเนรมิต ท้องฟ้าจำลอง เป็นต้น

3. การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ในชุมชนภูมู่ข้าว

ประวัติพิพิธภัณฑ์ภูมู่ข้าว

การขุดค้นพบซากฟอสซิลไดโนเสาร์ในพื้นที่ภูมู่ข้าว มีการบันทึกเอาไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2521 (Department of Mineral Resource, 2007) โดยคณะสำรวจธรณีวิทยานำโดยนายวราวุธ สุธีธร ได้พบโครงกระดูกที่เก็บไว้โดยพระครูวิจิตรสหัสคุณ เจ้าอาวาสวัดสีกะวัน ภูมู่ข้าว แต่ไม่พบแหล่งที่มา ต่อมาในเดือนกันยายน ปี พ.ศ.2537 พระครูวิจิตรสหัสคุณ ได้พบท่อนกระดูกโผล่พ้นขึ้นมาจากพื้นดิน เนื่องจากฝนตกหนักกัดเซาะชั้นดินบริเวณถนนตัดใหม่รอบเชิงเขา (Department of Mineral Resource, 2007) สอดคล้องกับรายงานของศูนย์ภูมิอากาศ ที่รายงานถึงพายุไต้ฝุ่นลูค (Luke) ที่เคลื่อนตัวเข้ามาในประเทศไทยในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2537 พอดี (Department of Meteorological, 2013) เจ้าอาวาสวัดสีกะวันจึงได้ติดต่อให้เจ้าหน้าที่รัฐประสานงานให้คณะสำรวจกรมทรัพยากรธรณีจึงได้เข้ามาขุดค้นอย่างเป็นระบบ ซึ่งหลังจากเปิดหลุมขนาด 200 ตารางเมตร ในปี พ.ศ.2538 พบกระดูกไดโนเสาร์กินพืชมากกว่า 630 ชิ้น ประกอบไปด้วยไดโนเสาร์มากกว่า 6 ตัว หนึ่งในจำนวนนั้นเป็นโครงกระดูกไดโนเสาร์ที่สมบูรณ์ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งหลังจากตรวจสอบพบว่า เป็นไดโนเสาร์กินพืช สายพันธุ์ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน่ ที่เคยค้นพบในแหล่งขุดค้นภูเวียง จังหวัดขอนแก่น (Suteethorn, 2007)

วันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ.2538 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จมาทอดพระเนตรแหล่งขุดค้น ซึ่งในเวลานั้นชาวบ้านในพื้นที่รวมถึงบุคคลทั่วไปที่ได้ทราบข่าวการค้นพบก็ได้เดินทางมาชมหลุมขุดค้นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง (V. Suteethorn, interviewed, March 10, 2017) ในปี พ.ศ.2542 จึงได้มีการสร้างอาคารถาวรคลุมหลุมขุดค้น และเปิดเป็นพิพิธภัณฑ์แหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ภูมู่ข้าว โดยมีบุคคลสำคัญเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง เช่น ดร.ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ ดร.วิษณุ เครืองาม เอกอัครราชทูตประเทศสหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ และฝรั่งเศส ประจำประเทศไทย เป็นต้น ต่อมาจึงได้มีการ

ก่อสร้างอาคารพิพิธภัณฑ์สิรินธร ในปี พ.ศ.2544 แต่ขาดงบประมาณตกแต่งภายใน จนในปีต่อๆ มาได้รับงบประมาณในการสร้างส่วนนิทรรศการ และสามารถเปิดให้บริการครั้งแรกได้ในวันที่ 7 เมษายน 2550 มีพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2551 โดยมีสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเสด็จพระราชดำเนินเป็นองค์ประธานในพิธี (Department of Mineral Resource, 2007)

กระแสความนิยมไดโนเสาร์ในชุมชนภูมู่ข้าว

แม้ว่าการเข้ามาของไดโนเสาร์ในไทยจะเริ่มต้นขึ้นหลังปี พ.ศ.2500 แต่น่าจะจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มคนที่มีฐานะ มีการศึกษา และในด้านพื้นที่น่าจะจำกัดอยู่ในกรุงเทพฯ เป็นหลัก เนื่องจากปัจจัยด้านการเข้าถึงสื่อของพื้นที่รอบนอก ซึ่งในขณะนั้นการโทรทัศน์ของไทยเพิ่งจะเริ่มก่อตั้งขึ้น ในปี พ.ศ.2498 ก่อนจะพยายามปรับตัวอย่างต่อเนื่องจนสามารถเผยแพร่ภาพสีได้ในปี พ.ศ.2513 (Pinkaw, Nakweerayot, Wuttisithkulkit, and Pratum Siri, 2010) ณ เวลานั้นการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับไดโนเสาร์น่าจะมีย่อยอย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อพิจารณาหลักฐาน เรื่องเล่าเกี่ยวกับพื้นที่พบว่า ประชาชนในพื้นที่มีฐานะยากจนเป็นส่วนมาก การเข้าถึงสื่อต่างๆ น่าจะไม่แพร่หลายมากพอที่จะเกิดเป็นกระแสความนิยมไดโนเสาร์ได้ในช่วงเวลานั้น

ในปี พ.ศ.2519 มีการขุดค้นพบกระดูกไดโนเสาร์ชิ้นแรก ที่ภูเวียง จังหวัดขอนแก่น จากนั้นทีมวิจัยจากประเทศไทยและฝรั่งเศสได้ร่วมมือกันขุดค้น จนสามารถตีพิมพ์เอกสารทางวิชาการนำเสนอการค้นพบไดโนเสาร์พันธุ์ใหม่ตัวแรกของไทย คือ *Siamosaurus Suteethorni* ในปี พ.ศ.2529 (Buffetaut and Ingavat, 1986) ในช่วงเวลาเดียวกัน ในปี พ.ศ.2521 ทีมสำรวจได้พบโครงกระดูกที่ถูกเก็บเอาไว้โดยพระครูวิจิตรสหัสคุณ เจ้าอาวาสวัดสีกะวัน ซึ่งพระครูเข้าใจและได้เขียนป้ายติดเอาไว้ว่า “ไม่กลายเป็นหิน” แสดงให้เห็นว่า คนในพื้นที่น่าจะมีองค์ความรู้เกี่ยวกับซากดึกดำบรรพ์และไดโนเสาร์อยู่บ้างแล้ว แต่น่าจะยังจำกัดอยู่เฉพาะบางกลุ่มคน และไม่ได้มีกระแสความนิยมไดโนเสาร์เกิดขึ้นในพื้นที่ ภายหลังในปี พ.ศ.2536 ภาพยนตร์ Jurassic Park ได้เข้าฉายและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ในวงกว้าง เนื่องจากความนิยมของภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื้อหาตื่นเต้นน่าสนใจ ทำให้เกิดการเติบโตของกระแสความนิยม



โดโนเสาร์ในวงกว้าง ในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน คือ ปี พ.ศ. 2537 ได้มีการค้นพบฟอสซิลโดโนเสาร์หลายชิ้นในพื้นที่ วัดสักระวัน และมีการจัดตั้งทีมสำรวจชุดค้นอย่างเป็นทางการ มีการแพร่กระจายของข่าวสารและสื่อ รวมถึงบุคคลสำคัญของไทยหลายท่านได้เข้ามาชมพื้นที่ พร้อม ๆ กับบุคคลทั่วไปจำนวนมาก ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากกระแสความนิยมโดโนเสาร์ที่กระเพื่อมขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ความสนใจของคนนอกพื้นที่ได้นำองค์ความรู้และกระแสความนิยมโดโนเสาร์เข้ามาในชุมชนในช่วงเวลานั้น

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดค้นโดโนเสาร์ของชุมชนภูมู่ข้าว

การสร้างอัตลักษณ์ในชุมชนภูมู่ข้าวเริ่มมีจุดเริ่มต้นมาจากการค้นพบซากดึกดำบรรพ์โดโนเสาร์ในพื้นที่ชุมชน ซึ่งได้รับความสนใจจากบุคคลภายนอกจำนวนมาก โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาวางแผนพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ.2538 บริษัท วี อาร์คิเทค ได้รับมอบหมายให้ออกแบบและนำเสนอแนวทางในการสร้างพิพิธภัณฑ์ และนำเสนอต่อฝ่ายบริหารของจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งต่อมาได้มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ส่วนหนึ่งตามรูปแบบที่ได้วางแผนเอาไว้ (V Architech Company and Taweeta Architech Office, 1995) การรับรู้อัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดค้นโดโนเสาร์ของคนในพื้นที่จึงน่าจะเกิดขึ้นจากการกำหนดนโยบายของภาครัฐ ที่พยายามผลักดันให้อำเภอสหัสขันธ์กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญด้านโดโนเสาร์

เมื่อพิจารณากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ตามทฤษฎี ในขั้นกระบวนการจัดกลุ่มทางสังคม (Social Categorization) พบว่า ความเข้าใจเกี่ยวกับขอบเขตพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวโดโนเสาร์ในระดับอำเภอ ระดับจังหวัด มีความชัดเจนตามสภาพทางภูมิศาสตร์ แต่ในระดับชุมชนพบว่า มีพื้นที่ของภูมู่ข้าวขึ้นซ้อนทับอยู่ในอาณาเขตของ 4 ตำบล ตามแผนการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่ออกแบบโดยบริษัท วี อาร์คิเทค แต่ภายหลังเมื่อดำเนินการสร้างจริงได้

ดำเนินการสร้างตามแผนที่เสนอเพียงบางส่วน ซึ่งส่วนที่ก่อสร้าง และอาณาบริเวณโดยรอบยังคงอยู่ในรอยต่อระหว่าง 2 ตำบล การแยกแยะขอบเขตของพื้นที่ในระดับชุมชนจึงไม่สามารถกำหนดได้อย่างชัดเจน อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจึงมีขอบเขตเป็นอัตลักษณ์ประจำอำเภอ และประจำจังหวัด มิได้เป็นอัตลักษณ์ประจำชุมชนใด ชุมชนหนึ่ง

การสร้างอัตลักษณ์มีลักษณะเป็นนามธรรม ดังนั้นจึงต้องพิจารณาจากพฤติกรรมและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้อง กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ในช่วงแรกเน้นการปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อสร้างสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบของสิ่งปลูกสร้าง ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สิรินธร สวนโดโนเสาร์ และรูปปั้นโดโนเสาร์อยู่ตามเส้นทางไปพิพิธภัณฑ์ และสถานที่ทางราชการ ซึ่งเกิดขึ้นจากหน่วยงานย่อยดำเนินนโยบายตอบรับนโยบายส่วนกลาง รูปปั้นโดโนเสาร์ที่สร้างขึ้นเป็นฝีมือของช่างจากหน่วยงานภายนอกจำนวนหนึ่ง และเป็นฝีมือของช่างท้องถิ่นจำนวนหนึ่ง ในกระบวนการสร้างรูปปั้นนี้ได้เกิดกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้จากนักวิชาการสู่ท้องถิ่น ซึ่งจากการสัมภาษณ์นักวิจัยผู้ร่วมก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ พบว่า คนในชุมชนไม่ได้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับโดโนเสาร์อยู่ก่อน แต่เมื่อมีการค้นพบโดโนเสาร์ในภูมู่ข้าวและได้รับความสนใจจากบุคคลภายนอกและหน่วยงานบริหารส่วนกลางจำนวนมาก จึงได้มองเห็นโอกาสในการพัฒนา โดยในช่วงแรกได้ริเริ่มโครงการสร้างรูปปั้นโดโนเสาร์ขึ้น ซึ่งช่างปั้นได้ศึกษาลักษณะรูปร่าง ภายวิภาค รวมถึงอุปนิสัยของโดโนเสาร์แต่ละชนิด โดยได้รับคำแนะนำจากนักวิชาการ ก่อนจะปั้นโดโนเสาร์ชุดแรกไว้ในวัดสักระวัน แหล่งค้นพบโดโนเสาร์ องค์ความรู้ที่ถูกถ่ายทอดให้กับชุมชนได้ถูกนำมาต่อยอดจนทำให้รูปปั้นโดโนเสาร์กลายเป็นของตกแต่งที่ได้รับความนิยม โดยสามารถพบเห็นทั่วไปตามวัด โรงเรียน ร้านค้า บ้านเรือน การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนการยอมรับอัตลักษณ์ของคนในชุมชน (Identification) โดยสมาชิกในชุมชนยอมรับว่าตนเองเป็นสมาชิกของแหล่งท่องเที่ยวด้านโดโนเสาร์ที่สำคัญ



รูปที่ 2 รูปปั้นไดโนเสาร์ที่ถูกประดับตกแต่งตามถนน สถานที่ราชการ วัด ภายในชุมชน (ภาพโดยผู้วิจัย)

การปรับตัวที่สะท้อนให้เห็นการยอมรับอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ในอีกรูปแบบหนึ่งคือการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เดิมเข้ากับอัตลักษณ์ใหม่ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะพบในร้านค้าเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑสถาน เช่น ร้านอาหารหน้าพิพิธภัณฑสถานที่นำคำว่า “ไดโนเสาร์” มาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อร้าน แต่ในพื้นที่ที่ห่างจากพิพิธภัณฑสถานก็ยังคงพบการปรับตัวในลักษณะคล้ายคลึงกันอยู่บ้าง และลดลงเรื่อยๆ ตามระยะห่างจากแหล่งท่องเที่ยว

การปรับตัวทั้งในรูปแบบของการสร้างรูปปั้นและการปรับเปลี่ยนชื่อร้าน เป็นการปรับตัวในรูปแบบของการผสม (Mixed) คือ การนำอัตลักษณ์ใหม่เข้ามาผนวกกับอัตลักษณ์เดิมโดยไม่มีการปรับเปลี่ยนแบบแผน รูปแบบของอัตลักษณ์ที่เป็นองค์ประกอบ การปรับเปลี่ยนในลักษณะนี้แสดงให้เห็นชัดเจนในของที่ระลึกของชุมชนใน

พื้นที่ ที่มีการนำโปงลางซึ่งเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีอยู่ก่อนและหุ่นปั้นไดโนเสาร์ที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เกิดขึ้นมาใหม่มาผสมกันเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดค้นไดโนเสาร์ที่จำเพาะกับพื้นที่และสร้างความแตกต่างกับอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดค้นไดโนเสาร์ในพื้นที่อื่นๆ

การปรับตัวตามอัตลักษณ์ใหม่อีกรูปแบบหนึ่งที่พบในชุมชน คือ การปรับตัวในลักษณะของการผสม (Merged) โดยการนำอัตลักษณ์เดิมมาผสมผสานกับอัตลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้น มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของอัตลักษณ์ที่นำมาเป็นองค์ประกอบ โดยตัวอย่างที่พบ คือ ผ้าทอไดโนเสาร์ ซึ่งเป็นการนำอัตลักษณ์เดิมของชุมชน คือ การทอผ้าไหมแพรวา มาผสมกับอัตลักษณ์ใหม่ คือ ไดโนเสาร์



รูปที่ 8 การปรับตัวตามอัตลักษณ์ใหม่ (ภาพโดยผู้วิจัย)

ด้านวัฒนธรรมประเพณี ในพิธีเปิดพิพิธภัณฑ์สิรินธร ได้มีการจัดเตรียมการแสดงชุด “ออนซอน” ไคโนเสาร์ขึ้น ซึ่งในการแสดงชุดนี้แต่เดิมได้มีการพัฒนาขึ้นเพื่อจัดแสดงให้กับนักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์ และได้พัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ในการพิธีเปิดที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเสด็จมาเป็นองค์ประธานในพิธี จากการสัมภาษณ์ผู้ฝึกซ้อมการแสดง พบว่า การแสดงในชุดนี้ได้มีการประดิษฐ์ท่าร่ายขึ้นใหม่ จากความคิดจินตนาการของผู้คิดค้น ซึ่งมีองค์ความรู้เกี่ยวกับไคโนเสาร์ที่จำกัด แหล่งข้อมูลหลักเกี่ยวกับไคโนเสาร์ได้มาจากนิทรรศการที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งในการแสดงชุดนี้ประกอบด้วยภาพของไคโนเสาร์กินพืช ไคโนเสาร์กินเนื้อ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของไคโนเสาร์แต่ละชนิดที่ถูกดัดแปลงมาเป็นการทำ

การเปลี่ยนแปลงตามอัตลักษณ์ที่ชัดเจนอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การปรับตัวของสถานศึกษาในชุมชนเพื่อสร้างหลักสูตรการศึกษาที่มีการบูรณาการชุมชนเข้ามาในบทเรียน โดยพบว่า มีการบูรณาการในรายวิชาศิลปะ โดยการสร้างสรรค์ภาพวาดและผลงานหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับไคโนเสาร์ และในรายวิชาภาษาอังกฤษที่มีการสอนหลักสูตรมัคคุเทศน์ชุมชนในรายวิชา การปรับตัวของสถานศึกษาในชุมชนนี้แสดงให้เห็นถึงความชัดเจนของอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ เพราะการบูรณาการองค์ความรู้ท้องถิ่นเข้ามาใน

รายวิชานั้นจะต้องผ่านกระบวนการทางการศึกษา โดยจะต้องคัดสรรค้อัตลักษณ์ที่มีคุณค่าและโดดเด่นในชุมชนเข้ามา การบูรณาการลักษณะนี้เป็นหลักฐานที่ชัดเจนของการตัดสินใจคุณค่าผ่านกระบวนการทางวิชาการ ซึ่งแตกต่างจากการบูรณาการรูปแบบอื่นที่เกิดขึ้นจากความคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน

เมื่อพิจารณาลักษณะการปรับตัวในภาพรวม จะเห็นว่า พฤติกรรมที่แสดงให้เห็นการยอมรับอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจเป็นประเด็นหลัก นอกเหนือจากการปรับตัวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว ก็จะมีพบว่า มีการประดับบ้านเรือน วัด สถานที่ราชการ ภาพเขียนด้วยไคโนเสาร์ ซึ่งสามารถตีความได้สองประการคือสมาชิกชุมชนไม่ยอมรับและปรับตัวตามอัตลักษณ์ใหม่ หรือสมาชิกชุมชนยอมรับอัตลักษณ์ใหม่แต่ไม่สามารถแสดงออกในเชิงพฤติกรรมได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ไม่ได้ทำการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ ทำให้ไม่สามารถบอกสัดส่วนของการยอมรับอัตลักษณ์ที่แน่นอนได้ แต่จากการสัมภาษณ์ พบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่ยอมรับว่าพื้นที่อาศัยของตนเป็นแหล่งชุดค้นที่สำคัญทางบรรพชีวิน กอรปกับการลงความเห็นของประชาชนส่วนใหญ่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ เห็นพ้องต้องกันให้เพิ่มไคโนเสาร์เข้าไปในคำขวัญจังหวัด ผู้วิจัยจึงเชื่อว่าสาเหตุที่

พบการแสดงออกเชิงพฤติกรรมไม่มากนักน่าจะเป็นเพราะสมาชิกชุมชนขาดองค์ความรู้ในการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตเข้ากับอัตลักษณ์ใหม่

ความท้าทายในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ในชุมชนภูคุ้มข้าว

จากร่องรอยหลักฐานต่าง ๆ สามารถพิจารณาได้ว่าการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ในชุมชนภูคุ้มข้าวเกิดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน ในด้านการรับรู้ของชุมชนและบุคคลภายนอก โดยเฉพาะการรับรู้ภายในจังหวัดกาฬสินธุ์ จากบันทึกของ Google Trend ที่ทำการเปรียบเทียบคำค้นที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลาต่าง ๆ ของประเทศไทยพบว่า จังหวัดกาฬสินธุ์มีดัชนีการสืบค้นคำว่า “โดโนเสาร์” มากที่สุดจังหวัดหนึ่งในประเทศ (Google Trends, 2017) ความนิยมของคนในพื้นที่เองยังแสดงออกมาในรูปแบบของการปรับเปลี่ยนของชุมชนตามอัตลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น แต่เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของการผสมอัตลักษณ์ใหม่เข้ากับอัตลักษณ์เดิมเป็นส่วนมาก เช่น ป้ายร้านค้า ของที่ระลึกส่วนใหญ่ แต่การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ในรูปแบบของการผสมเข้ากับอัตลักษณ์เดิมยังไม่เด่นชัดเท่าใดนัก ซึ่งสิ่งที่สะท้อนปัจจัยสาเหตุหลักที่ทำให้การผสมอัตลักษณ์เกิดขึ้นไม่มากนักคือ องค์ความรู้ของคนในชุมชน ที่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโดโนเสาร์จากสื่อและการใช้ชีวิตประจำวัน ทำให้ไม่สามารถนำภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ท้องถิ่นเดิมมาผสานกับโดโนเสาร์ที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ได้

ตัวอย่างหนึ่งที่เป็นข้อยกเว้น คือ อาชีพช่างปั้นโดโนเสาร์ โดยช่างในชุมชนนั้นมียุทธศาสตร์ทางศิลปะเกี่ยวกับงานปั้นอยู่ก่อนแล้ว และได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับโดโนเสาร์จากนักวิจัยในเชิงลึก จึงสามารถสร้างรูปปั้นให้กับชุมชนและสื่อตอบสนององค์ความรู้เกี่ยวกับการปั้นโดโนเสาร์ให้กับทายาทต่อไป กระบวนการที่เป็นจุดพัฒนาให้เกิดความร่วมมือระหว่างนักวิชาการและปราชญ์ท้องถิ่น คือการสร้างความต้องการเดียวกัน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้กล่าวถึงความเห็นพ้องต้องกันขององค์การบริหารท้องถิ่นส่วนตำบลทุกตำบลในอำเภอสหัสขันธ์ให้จัดทำรูปปั้นโดโนเสาร์ที่พบในประเทศไทย โดยแบ่งให้แต่ละตำบลรับผิดชอบการบริหารจัดการการก่อสร้างตำบลละ 1 สายพันธุ์ ช่างฝีมือจึงได้มาขอข้อมูลจากนักวิชาการและได้ร่วมกันดำเนินการ ซึ่งสิ่งจำเป็นในความร่วมมือที่เกิดขึ้นนี้

คือ ช่างท้องถิ่นได้เรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะโดโนเสาร์จากนักวิชาการ และนักวิชาการใช้องค์ความรู้เดิมที่มีเกี่ยวกับรูปปั้น พร้อมกับเรียนรู้เรื่องข้อจำกัดในการปั้นจากการร่วมมือในกระบวนการทำให้สามารถผสมผสานองค์ความรู้ใหม่เกิดขึ้นมาได้

สิ่งที่ผลักดันให้เกิดกระบวนการดังกล่าว คือ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับทุกฝ่าย โดยองค์การบริหารส่วนตำบลเชื่อว่า หากสร้างรูปปั้นโดโนเสาร์แล้วจะสามารถผลักดันให้อำเภอสหัสขันธ์กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เช่นเดียวกับนักวิชาการที่เห็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับพิพิธภัณฑ์จากการสร้างรูปปั้นโดโนเสาร์ในพื้นที่ ในขณะที่รูปแบบการสร้างประโยชน์ร่วมกันลักษณะนี้ไม่ได้เกิดขึ้นในกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชนอย่างชัดเจน รูปแบบการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนนี้จะแตกต่างจากการสร้างอัตลักษณ์การตกทอดด้วยคำว่า “สวัสดี” ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงครามที่มีขับเคลื่อนพฤติกรรมโดยความตั้งใจที่จะสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ในขณะที่อัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์นี้ไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยความตั้งใจดังกล่าวได้โดยตรง แต่ต้องขับเคลื่อนผ่านกระบวนการพัฒนาในด้านที่เกิดประโยชน์ด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว หรือด้านอื่น ๆ ที่สำคัญเป็นประเด็นหลัก

อีกความท้าทายหนึ่งในการพัฒนาชุมชนภูคุ้มข้าวคือการสร้างประโยชน์จากโดโนเสาร์ให้กับชุมชน ซึ่งจากการวิจัยของ Cohen (2010) พบว่า ลักษณะพื้นที่ในอำเภอสหัสขันธ์นั้นมีความห่างไกลจาก การเดินทางมาที่อำเภอสหัสขันธ์ไม่ได้เป็นทางผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ มากนัก นักท่องเที่ยวที่เดินทางส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60 จึงเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ในขณะที่ร้อยละ 40 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ (Sritharet, 2008) เมื่อความสนใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งตรงมาที่พิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์จึงเป็นเสมือนศูนย์กลางของอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันโดโนเสาร์ในอำเภอสหัสขันธ์ แต่หลังจากพิพิธภัณฑ์ก่อตั้งมาช่วงเวลานี้ ชาวบ้านบางกลุ่มไม่สามารถปรับเปลี่ยนให้โดโนเสาร์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตได้ ทำให้ชาวบ้านบางกลุ่มยอมรับอัตลักษณ์น้อยลงเพราะตนเองไม่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตปัจจุบันได้

องค์กรและกลุ่มคนในชุมชน ได้รับทราบถึงปัญหาที่เชื่อมโยงกับการแสดงออกทางอัตลักษณ์ คือ มีพิพิธภัณฑ์เป็นจุดสนใจหลักเพียงแห่งเดียว ประชาชนทั่วไปสามารถ



มีส่วนร่วม และแสดงความเป็นเจ้าของอัตลักษณ์ได้อย่างจำกัด ชุมชนจึงได้พยายามแก้ปัญหาโดยการริเริ่มโครงการไดโนโรด (Dino Road) หรือถนนสายไดโนเสาร์ขึ้น โดยมีต้นแบบมาจากถนนคนเดินในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยกิจกรรมต่างๆ ในโครงการไดโนโรดที่ได้ดำเนินไปแล้ว คือ การตักบาตรในเช้าวันอาทิตย์ การทำความสะอาด และการสร้างโฮมสเตย์ในพื้นที่ การแข่งตำส้มตำลีลา ชาวจิ การอบรมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอผ้าไหมแพรวา การจัดแสดงสินค้า OTOP สร้างจุดถ่ายรูป จุดช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว การจัดถนนคนเดิน เป็นต้น จะเห็นว่าการกิจกรรมดังกล่าวเกือบทั้งหมดเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชน แต่ไม่ได้มีการบูรณาการองค์ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์เข้ามาในกิจกรรมส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาจากชื่อและลักษณะกิจกรรมบางอย่าง เช่นการแข่งขันไดโนเสาร์ หรือการตกแต่งพื้นที่ด้วยไดโนเสาร์ รวมถึงการตั้งชื่อโครงการแล้ว แสดงให้เห็นว่าชุมชนน่าจะมีความต้องการที่จะนำเอาอัตลักษณ์ใหม่เข้ามาผนวกรวมกับวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม แต่ยังมีข้อจำกัดที่จะผลักดันให้สัมฤทธิ์ผลได้

4. แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ในชุมชนภูมิคุ้มข้าว

แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งชุดคันไดโนเสาร์ในชุมชนภูมิคุ้มข้าวให้มีความชัดเจน ยังยื สามารถกระทำได้โดยการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์และส่งเสริมให้อัตลักษณ์ใหม่นี้สามารถผนวกเข้ากับวิถีชีวิตเดิมของชุมชน โดยชุมชนทุกภาคส่วนจะต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ร่วมกันเพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแกร่ง การสร้างกลยุทธ์แต่ละด้านจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของทุกส่วน ทั้งผลประโยชน์ในระยะสั้นและประโยชน์ในระยะยาว โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่จะเกิดกับชุมชน อธิบายให้เห็นภาพที่ชัดเจน เกิดความเข้าใจตรงกัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการส่งเสริมประเด็นด้านหนึ่งก่อให้เกิดปัญหาในประเด็นด้านอื่น ๆ ตามมา

ในด้านการส่งเสริมองค์ความรู้ให้กับคนในชุมชนนั้น เป้าหมาย คือ เพื่อทำให้สมาชิกชุมชนมีองค์ความรู้เพียงพอที่จะสามารถเข้าใจอัตลักษณ์ใหม่เพื่อนำไปสร้างเป็นตัวตนของตนเอง เติบโตเต็มศักยภาพพื้นฐานที่จำเป็นในการพัฒนาอัตลักษณ์ใหม่เข้ากับองค์ความรู้ ภูมิปัญญาเดิมของชาวบ้านในชุมชน โดยในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้

นั้นสามารถจำแนกได้เป็น 3 มุมมอง คือ 1) องค์ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ที่ถูกนำไปสู่ชุมชน 2) องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้านที่นำไปสู่นักวิชาการ และ 3) องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการบูรณาการจากบุคคลภายนอกและนำมาเผยแพร่ให้กับคนในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1) **การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ไปสู่ชุมชน** ภายใต้กระบวนการนี้ พิพิธภัณฑ์จะได้รับผลประโยชน์ในด้านการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ แต่จะต้องมีการพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่ชาวบ้านจะได้รับ โดยอาจจะเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับชาวบ้านทั่วไปในหลักสูตรผู้นำบรรยาย และจัดให้มีมัคคุเทศก์ชุมชน ทำหน้าที่บรรยายให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่โดยปกติต้องเดินชมพิพิธภัณฑ์ด้วยตนเอง เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ชัดเจน สร้างรายได้ให้กับชุมชน และเป็นช่องทางในการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ให้กับคนในท้องถิ่น และให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ การจัดโครงการลักษณะนี้จะช่วยสร้างเป้าหมายให้สมาชิกชุมชนต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์อย่างจริงจัง เพราะสามารถสร้างรายได้และเป็นผลให้เกิดการคิดต่อยอด ผสมกับภูมิปัญญาที่มีอยู่แล้วในภายหลังได้

2) **การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับนักวิชาการ** กระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่มีการดำเนินการอยู่ก่อนแล้ว ดังที่ปรากฏในโครงการไดโนโรด ของท้องถิ่น ซึ่งพิพิธภัณฑ์มีเจ้าหน้าที่ส่วนที่ทำหน้าที่ประสานงานชุมชนและฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นอยู่กลุ่มหนึ่ง จึงควรพิจารณาขยายขอบเขตการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างเครือข่ายขนาดใหญ่ขึ้น โดยการให้นักวิชาการด้านบรรพชีวินวิทยาและสาขาอื่น ๆ ทั้งหมดได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้านตามโอกาสเหมาะสม การแลกเปลี่ยนลักษณะนี้จะเป็นการช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างนักวิชาการและชุมชน สร้างความสัมพันธ์อันดี และเป็นการจุดประกายความคิดเพื่อนำการเปลี่ยนแปลงที่ชุมชนที่อาจจะเกิดขึ้นจากฝั่งนักวิชาการที่มีองค์ความรู้ด้านไดโนเสาร์มากกว่าคนในชุมชน

3) **การถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการบูรณาการโดยบุคคลภายนอก** ในการสร้างอัตลักษณ์อื่น ๆ มีรูปแบบกระบวนการนำคนนอกพื้นที่ที่มีองค์ความรู้มีประสบการณ์ด้านการบูรณาการ พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

เข้ามาศึกษากระบวนการตามระเบียบวิธี สร้างองค์ความรู้ใหม่ และถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นให้กับคนในชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบกระต๊อบข้าว “ไผ่ตะวัน” ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในโครงการเสวนาเครือข่ายการจัดการความรู้ ที่ได้นำนักวิชาการจากสาขาการออกแบบเข้าไปช่วยเหลือชุมชนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ภูมิปัญญาเดิมสามารถตอบโจทย์ความต้องการของสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ (Khon Kaen University, 2014) การบริหารจัดการลักษณะนี้นักวิชาการที่เข้าไปศึกษาจะสามารถผลิตผลงานวิจัยของตนเอง มีผลงานทางวิชาการ ขณะที่ชุมชนจะได้องค์ความรู้ใหม่ที่ถูกผลิตขึ้นพร้อมกัน

นอกจากการส่งเสริมองค์ความรู้แล้ว ควรจะมีกลยุทธ์ในการผนวกอัตลักษณ์ใหม่เข้ากับวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ระบุว่าอำเภอสหัสขันธ์เป็นอำเภอที่มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรมและค้าขาย มีภูมิปัญญาเดิมที่ยังมีผู้สืบทอดมา คือ การทอผ้าแพรวา มีการละเล่นดนตรีพื้นถิ่นแบบเดียวกับพื้นที่ภาคอีสานอื่นๆ วัยเด็กจนถึงวัยทำงานมีการศึกษาในระดับสูง แต่ส่วนใหญ่จะย้ายถิ่นฐานเข้าไปทำงานต่างพื้นที่ อัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่นอีกด้านหนึ่ง คือ เป็นแหล่งรวมวัดที่มีชื่อเสียงเอาไว้จำนวนมาก การบูรณาการโดโนเสาร์เข้ากับวิถีชีวิตเดิมสามารถดำเนินการได้ในหลายส่วน คือ ด้านการงานอาชีพ ด้านความเชื่อ และด้านวัฒนธรรมประเพณี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การบูรณาการโดโนเสาร์รวมเข้ากับอาชีพ เป็น การเปลี่ยนแปลงที่มีความต้องการของชุมชนเป็นฐานเดิมอยู่ก่อนแล้ว เพราะคนในพื้นที่ส่วนหนึ่งยังประสบปัญหาความยากจน การส่งเสริมอาชีพจะเป็นการแก้ไขปัญหาชุมชนพร้อมกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ใหม่ไปพร้อมกัน โดยแนวทางหนึ่งนอกจากที่ได้นำเสนอไปข้างต้น คือ การสร้างมัคคุเทศน์ชุมชนและการสร้างองค์ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญารูปแบบใหม่ รวมถึงโครงการการสร้างแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพิพิธภัณฑ์ได้เข้าชมต่อเนื่องกัน เช่น โครงการโดโนโรดที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน การส่งเสริมช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทำต่อเนื่อง โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานพิพิธภัณฑ์โดโนเสาร์ทั่วประเทศเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์จากแต่ละชุมชนเข้าไปยังชุมชนอื่นๆ น่าจะเป็นการสร้างช่องทางใน

การจำหน่ายที่เกิดประสิทธิผลได้มาก แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ดำเนินการหลายพื้นที่ จึงควรมีการวางแผนในระยะยาวประกอบด้วย

2) การส่งเสริมด้านความเชื่อเกี่ยวกับโดโนเสาร์

ในช่วงแรกที่ทำการศึกษาค้นพบโดโนเสาร์ มีชุดความเชื่อที่ถูกสร้างขึ้นว่าฟอสซิลสิ่งมีชีวิตดึกดำบรรพ์มีความศักดิ์สิทธิ์ จึงถูกนำไปทำวัตถุมงคล เช่น วัตถุดิบในการหล่อพระเครื่องหรือฮก ลก ชิว และพร้อมกับความเชื่อด้านอาถรรพณ์จากการขโมยซากดึกดำบรรพ์ รวมถึงความเชื่อเกี่ยวกับปาฏิหาริย์ การค้นพบซากดึกดำบรรพ์ของพระครูวิจิตรสหัสคุณ แต่เมื่อเวลาผ่านไปความเชื่อดังกล่าวก็ค่อยๆ เลือนหายไป เพราะไม่มีความผูกพันกับวิถีชีวิตอย่างใกล้ชิด การผลิตชุดความเชื่อเชิงวัฒนธรรมโดยการผนวกเข้ากับประเพณีเดิม เช่น ประเพณีทำบุญเดือนเก้า (บุญข้าวประดับดิน) หรือประเพณีทำบุญเดือนสิบ (บุญข้าวสาก) โดยในประเพณีทั้งสองจะมีการนำข้าว ปลา อาหาร หมาก พลู ในงานบุญประดับดิน หรือห่อข้าวสากในงานบุญข้าวสาก เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้บรรพบุรุษผู้ล่วงลับ หรือสัตว์นรก เปรต ตามความเชื่อแต่ละท้องถิ่น การสร้างประเพณีเฉพาะเพื่อทำบุญอุทิศให้กับซากดึกดำบรรพ์น่าจะเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน และสร้างความตระหนักในคุณค่าของซากดึกดำบรรพ์ได้มากขึ้น

3) การผนวกเข้ากับวัฒนธรรมประเพณี จังหวัด

ภาพลัทธิมหาวิทยาลัยนาฏศิลป์ประจำจังหวัดที่มีชื่อเสียงโดดเด่นในภาคอีสาน รวมถึงการพัฒนาชุดการแสดงออนซอนโดโนเสาร์ขึ้นมาในอดีต แต่ภายหลังไม่ได้มีการจัดการแสดงต่อเนื่อง เนื่องจากขาดความสนใจและโอกาสในการแสดง ประกอบกับมีความต้องการการแสดงกระแสหลักที่เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของภาคอีสานมากกว่า การผสมผสานโดโนเสาร์เข้ากับวัฒนธรรมประเพณีเดิมนั้นเคยได้ถูกผลิตมาแล้ว จึงควรจะสืบทอด พัฒนาต่อยอด รวมถึงสร้างโอกาสให้ได้มีการแสดงต่อเนื่อง เช่น จัดการแสดงในงานโปงลาง แพรวากาฬสินธุ์ การจัดประกวดขบวนพาเหรดโดโนเสาร์ ประกวดผ้าแพรวาลายโดโนเสาร์ เป็นต้น ทั้งนี้ อาจทำการบูรณาการวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีใหม่ที่สร้างขึ้น เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวิชาการ ด้วยแนวคิดพิพิธภัณฑ์มีชีวิต (Living Museum) โดยในช่วงแรกอาจจะต้องได้รับการสนับสนุนและผลักดันจากภาครัฐเป็นหลัก จนถึงจุดที่ประชาชนรับเอาอัตลักษณ์ชุดที่นำเสนอให้ไปเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและพัฒนาต่อเนื่องโดยภาคประชาชนได้



บทสรุปและข้อเสนอแนะ

อัตลักษณ์ คือ การรับรู้ตัวตนของบุคคล ว่าเป็นใคร ส่งผลต่อการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่นในสังคม อัตลักษณ์ชุมชนคือการรับรู้บทบาทของตนเองในฐานะสมาชิกของชุมชน การยอมรับอัตลักษณ์ของคนในสังคมจะก่อให้เกิด การคิด การกระทำ การสร้างสรรค์ในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดผลผลิตเป็นสิ่งปลูกสร้าง วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ ฯลฯ ที่สอดคล้องกับการรับรู้ตัวบุคคลของตนเอง โดยในชุมชนภูมิกุ่มชาวนั้นอยู่ในช่วงของการรับรู้ และยอมรับอัตลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่อันเนื่องมาจากการขุดค้นพบซากดึกดำบรรพ์ของไดโนเสาร์ และเกิดการลงความเห็นร่วมกันในระดับจังหวัดที่จะกำหนดให้เป็นอัตลักษณ์ประจำจังหวัด

กระบวนการเกิดอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ ในชุมชนภูมิกุ่มชาวนั้นหลังการขุดค้นพบซากดึกดำบรรพ์ในชุมชน เกิดขึ้นจากบุคคลภายนอกให้ความสนใจ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสื่อทั้งในไทยและต่างประเทศ ซึ่ง ณ เวลานั้นชุมชนภูมิกุ่มชาวยังไม่มีการรับรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์อย่างชัดเจน การเรียนรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์เกิดขึ้นจากการผลักดันของกระแสจากภายนอกชุมชน เมื่อมองเห็นประโยชน์และผลที่มีต่อชุมชนจึงได้เกิดการยอมรับอัตลักษณ์ใหม่ และปรับตัวในรูปแบบของการสร้างสิ่งปลูกสร้าง การพยายามผสมผสานไดโนเสาร์เข้ากับผลิตภัณฑ์ วิถีชีวิตเดิมแต่ยังสามารถทำได้อย่างจำกัดเนื่องจากชาวบ้านขาดความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์ในเชิงลึก รวมไปถึงความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบกับชุมชนในพื้นที่เป็นชุมชนที่อพยพมาใหม่หลังจากการสร้างเขื่อนในอดีต ทำให้เครือข่ายชุมชนและภูมิปัญญาดั้งเดิมไม่โดดเด่นเท่ากับชุมชนอื่นๆ

แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนแหล่งขุดค้นไดโนเสาร์ ในเบื้องต้นควรมีการส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันได้แก่ การส่งเสริมให้ชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับไดโนเสาร์มากขึ้น ส่งเสริมให้นักวิชาการมีความรู้เกี่ยวกับชุมชน และส่งเสริมให้หน่วยงานทางวิชาการภายนอกเข้ามาศึกษาและสร้างองค์ความรู้เฉพาะให้กับชุมชนมากขึ้น หลังจากมีองค์ความรู้แล้วควรมีการส่งเสริมให้เกิดการผนวกอัตลักษณ์ใหม่เข้ากับวิถีชีวิตเดิม ในด้านอาชีพ คติชน และวัฒนธรรม ประเพณี เพื่อให้อัตลักษณ์ใหม่คงอยู่ร่วมกับอัตลักษณ์เดิมได้อย่างกลมกลืน

การศึกษาในอนาคตควรมุ่งเน้นการศึกษาค้นคว้าเฉพาะชุมชน โดยทำการศึกษาให้ครอบคลุมตามที่ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การศึกษาในอนาคตควรมุ่งเน้นการศึกษารายด้าน และการศึกษาภาพรวม เพราะปัญหาแต่ละด้านเชื่อมโยงกันและส่งผลกระทบต่อกัน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูล จากพิพิธภัณฑ์สิรินธร พัฒนาการชุมชน อำเภอสหัสขันธ์ และศูนย์วิจัยและการศึกษาบรรพชีวินวิทยา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

References

- Akraudom, A. (2013). *An Analysis of Cultural Identity in Slogans for Districts of Bangkok: Cultural Capital and Negotiation*. Retrieved from <http://proceedings.bu.ac.th/>
- Brookes, R. (1763). *"The" Natural History of Waters, Earths, Stones, Fossils and Minerals with Their Virtues, Properties and Medicinal Uses (etc.): 5*. Austria: J. Newbery.
- Buckland, W. (1824). XXI.—Notice on the Megalosaurus or great Fossil Lizard of Stonesfield. *Transactions of the Geological Society of London*, 2(2), 390–396.
- Buffetaut, E., & Ingavat, R. (1986). Unusual theropod dinosaur teeth from the Upper Jurassic of Phu Wiang, northeastern Thailand. *Revue de Paléobiologie*, 5(2), 217–220.
- Cohen, E. (2010). Dinosaurs in Thai culture and tourism. *Tourism Culture & Communication*, 10(2), 117–135.
- Conan Doyle, A. (1912). *The Lost World*. London: Hodder & Stoughton.



- Department of Meteorological. (2013). *Tropical cyclone that moves into Thailand*. Retrieved from https://www.tmd.go.th/programs%5Cuploads%5Ccy clones%5CTC_track_63y.pdf
- Department of Mineral Resource. (2007). *Phu Kum Khao Dinosaur Site, Sahasakan, Kalasin Province*. Bangkok: Department of Mineral Resource.
- Endo, S. (1963). Some older Tertiary plants from northern Thailand. *Japanese Journal of Geology and Geography*, 34(2-4), 33-34.
- Feungfusakul, A. (2013.) *Identity*. Bangkok: National research council of Thailand.
- Glut, D. F., & Brett-Surman, M. K. (1997). Dinosaurs and the media. In *The Complete Dinosaur* (pp. 675-706). IN: Indiana University Press.
- Google Trends. (2017). *Dinosaur*. Retrieved from <https://trends.google.com/trends/explore?geo=TH-46&q=%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C>
- Gotham, K. F. (1999). Political opportunity, community identity, and the emergence of a local anti-expressway movement. *Social Problems Berkeley*, 46(3), 332-354.
- Khon Kaen University. (2014). *24th Knowledge Management Network Project*. Retrieved from <https://www.kku.ac.th/news/v.php?q=0005394&l=th>
- Kobayashi, T., Toriyama, R., & Hashimoto, W. (1964). *Geology and palaeontology of Southeast Asia (Vol. 1)*. Japan: University of Tokyo Press.
- Leary, M. R., & Tangney, J. P. (2003). *Handbook of self and identity*. New York: Guilford Press.
- Mantell, G. (1825). Notice on the Iguanodon, a newly discovered fossil reptile, from the sandstone of Tilgate Forest, in Sussex. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London*, 115, 179-186.
- Mantell, G. (1832). *The Geology of the South-East England*. London: Longman Ltd.
- Office of the Royal Society. (1950). *Royal Institute Dictionary 1950 Editions*. Bangkok: Satsanapan.
- Office of the Royal Society. (1982). *Royal Institute Dictionary 1982 Editions*. Bangkok: Aksorn CharoenTat.
- Office of the Royal Society. (2011). *Royal Institute Dictionary 2011 Editions*. Bangkok: Nanmeebooks Publisher.
- Oxford English Dictionary. (2010). *Oxford Dictionary of English* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Pinkaew, P., Nakweerayot, S., Wuttisithkulkit, T., & Pratum Siri, T. (2010). *Boardcast Technology and Television Broadcasting*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Prasarnnam, N. (2007). *Gender Ethnic and Identity Problem in movie Touch of Pink*. Retrieved from <http://www.midnighthuniv.org>
- Quiñones-Rosado, R. (2010). Social identity development and integral theory. *Integral Leadership Review*, 10(5), 1-21.
- Reed, F. C. (1920). Carboniferous fossils from Siam. *Geological Magazine*, 57(3), 113-120.
- Sanz, J. L. (2002). *Starring T. rex!: dinosaur mythology and popular culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Songtham, W., & Department of Mineral Resource. (2006). *Thai Fossils Catalog: Individual Praised Name*. Bangkok: Department of Mineral Resource.



- Sritharet, P. (2008). *The Study of tourist's satisfaction towards dinosaur museum management in Thailand*. (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok.
- Suteethorn, V. (2007). *Thai Dinosaur*. Bangkok: Department of Mineral Resource.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*, 33(47), 74.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. Key readings in social psychology. In J. T. Jost, & J. Sidanius (Eds.), *Political psychology: Key readings, Key readings in social psychology* (pp. 276–293). New York, NY: Psychology Press.
- Tanner, R. (2000). Terrible lizard! The dinosaur as plaything. *The Journal of American Culture*, 23(2), 53–65.
- Thammawattano, C. (2011). *Dhamma Moralize varieties*. Retrieved from <https://www.gotoknow.org/posts/431021>
- V Architech Company, & Taweeta Architech Office. (1995). *Project Report. Development of the Million Years Stone Park World Heritage Center Wat Pa Sakkawan, Sahatsakhan, Karasin Province*. Bangkok: V Architech Company.
- Von Koenigswald, G. H. R. (1959). *A mastodon and other fossil mammals from Thailand*. Bangkok: Royal Department of Mines.
- Wisedsuvarnabhumi, C. (2003). *Behind Petch Pra Uma*. Bangkok: Nabaanwannagum.