



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่
IDENTITY AND IMAGE OF CHANGRAI PROVINCE
PROJECT

โดย

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์

และ

จิราพร ขุนศรี

30 กันยายน 2549

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
IDENTITY AND IMAGE OF CHAINGRAI PROVINCE
PROJECT

คณะผู้วิจัย

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์

และ

จิราพร ขุนศรี

โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดล้านนา

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยที่ท่านถืออยู่นี้ ได้รับแรงบันดาลใจจากการเข้าร่วมประชุม เพื่อระดมความคิดเกี่ยวกับการสร้างข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เมื่อประมาณกลางปี 2547 ก่อให้เกิดประกายแห่งความตั้งใจที่ต้องการค้นหาคุณลักษณะสำคัญ เอกลักษณะ และความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงราย รวมถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่สะท้อนพร้อมทั้งต้องการทราบถึง ภาพลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นเชียงรายที่บุคคลอื่นๆ สามารถรับทราบและรับรู้ได้นั้น เป็นไปตามอัตลักษณ์แห่งจังหวัดเชียงรายมากหรือน้อย สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นที่มาแห่งประเด็นปัญหาหลักของการวิจัย

กลุ่มผู้วิจัยได้จัดแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ข้อมูลที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และข้อมูลที่สะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน เมื่อนำมาสรุปภาพรวม พบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมิได้แตกต่างกัน

การวิจัยครั้งนี้ก่อร่างสร้างตัวขึ้นได้ จากทุนอุดหนุนการวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และจัดเป็นการวิจัยภายใต้ชุดโครงการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งได้รับความร่วมมืออย่างดีจากผู้ให้ข้อมูลทั้งในส่วนของกรมสามัญศึกษาและโรงเรียนมัธยมศึกษา และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มผู้วิจัยตระหนักถึงความกรุณาจากทุกท่านที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่ประโยชน์อย่างยิ่งมา ณ ที่นี้ด้วย

สำหรับกลุ่มผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยจะสร้างประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดเชียงราย ตลอดจนผู้สนใจทุกฝ่ายได้พอสมควร ส่วนข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น กลุ่มผู้วิจัยพร้อมน้อมรับฟังความคิดเห็นจากทุกท่าน เพื่อจากได้นำไปปรับปรุงสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์

จิราพร ชุนศรี

ผู้วิจัย

30 กันยายน 2549

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งศึกษาภาพสะท้อนของอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เหล่านั้น โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณในการศึกษารั้งนี้

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อแนวทางนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวด้วยอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย 3 แนวทาง คือ
 - 1) นำอัตลักษณ์ดั้งเดิมหรืออัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนาสร้างเป็นจุดขาย อาทิ ศิลปวัฒนธรรมแบบล้านนา วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร และประเพณี เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจที่จะสัมผัสลักษณะความเป็นเชียงราย ที่มีกลิ่นอายแห่งล้านนาอบอวลอยู่ในตัวทุกสารทิศ
 - 2) นำจุดเด่นของภูมิประเทศที่มีความสวยงาม และได้เปรียบของเชียงราย อาทิ พื้นที่ติดลำน้ำโขง หรือแหล่งท่องเที่ยวตามยอดดอย เพื่อเปิดโอกาสให้สัมผัสทัศนียภาพที่สวยงามนอกเหนือจาก ภูเขาไฟ เพราะจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง
 - 3) สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้แก่จังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างที่สวยงาม และมีคุณค่าทางจิตใจ ยกตัวอย่างที่วัดร่องขุนประสบความสำเร็จ ในด้านดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ผลดีของการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ ทำให้ทราบถึงจุดยืนของชาวเชียงราย ที่วางตำแหน่งพื้นที่ของตัวเองไว้ในจุดที่เป็นคนล้านนาที่เป็นรูปแบบของชาวเชียงรายนั่นคือการวางจุดขายทางการท่องเที่ยว จึงต้องเข้าใจความนึกคิดและความรู้สึกร่วมของชาวเชียงรายด้วย เพราะจะเป็นแนวทางนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

3. นำผลการวิจัยข้างต้นไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย จำแนกเป็นการดำเนินงานเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

เชิงนโยบาย

- 1) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้น โดยการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวไปข้างต้น บรรจุในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อปลุกเร้าให้เกิดความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะยาว โดยบำรุงรักษาอัตลักษณ์ของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็น อัตลักษณ์อย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งประกอบสร้างอัตลักษณ์รูปแบบใหม่ที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมภาคเอกชน ในการนำเอาอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะสำคัญ เช่น อัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ร่วมสมัย นำมาสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้สร้างและขยายตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) ภาครัฐควรสร้างมาตรการสนับสนุนภาคเอกชน โดยการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ด้วยการมุ่งเน้นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพื่อเปิดตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม

3) ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกัน ทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมถึงอนุรักษ์ลักษณะสำคัญที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสืบต่อไปอย่างยาวนาน และเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติติดรายนานเท่านาน

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0011

ชื่อโครงการ : อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ , จิราพร ขุนศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

E-mail Address : kkn23@hotmail.com, jao_mfu@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 – 30 มิถุนายน 2549

การวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งศึกษาภาพสะท้อนของอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เหล่านั้น

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพในส่วนของอัตลักษณ์ โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม การสังเกต และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณในส่วนของภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 รูปแบบ คือ อัตลักษณ์แห่งล้านนา กับอัตลักษณ์ของเชียงรายเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการหาสิ่งที่เป็นจุดร่วมของคนเชียงราย ขั้นตอนการเผยแพร่ และขั้นแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย อัตลักษณ์ทั้งหมดนี้มีปัจจัยด้านการจำแนก การสร้างจุดร่วมของสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

สำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ลักษณะของภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถจำแนกลักษณะที่แตกต่างของเชียงรายจากกลุ่มล้านนาได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถจำแนกได้

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั้น พบว่า แต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีเพียงปัจจัยส่วนตัวที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่อนข้างสูง

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งหมายความว่า ภาพลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์มีลักษณะ และรูปแบบไปในทิศทางเดียวกัน

คำหลัก : อัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย, กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย, ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย

Abstract

Project Code : RDG48O0011

Project Title : Identity and Image of Chiangrai Province

Investigators : Katekanok Chumpradit, Jiraporn Khunsri Chiangrai Rajabhat University

E-mail Address : kkn23@hotmail.com, jao_mfu@hotmail.com

Project Duration : 1 September 2006 - 30 August 2007

Identity and image of Chiangrai Province aimed to find out the identity and the process of the constructing identity and the factors of the cause of identity of Chiangrai. The study also examined the identify reflection which was image of Chiangrai Province and the factors influenced on the image perception.

The research was divided into 2 parts, qualitative and quantitative research. The first part was the qualitative research on the identity. The instruments used were an in-depth interview, focus group, observation and documentary, while the second was the quantitative research on the image of Chiangrai. The sample used in this study comprised of 800 tourists which consisted of 400 Thai tourists and 400 foreign tourists. The results of the study were as follows; there were two kinds of identity of Chiangrai Province which were Lanna and Chiangrai style. The three processes of the identity forming were finding the unity of Chiangrai people, publishing, and accepting the identity of Chiangrai Province. The discrimination, the social unity, environment the public and economics sectors were the important factors on the constructing identity of Chiangrai Province.

Regarding to the image of Chiangrai Province, it was found that the tourists acknowledged the characteristics of the image of Chiangrai Province in the same direction. However, Thai tourists could discriminate the difference of Chiangrai from Lanna identity, while the Foreigners could not.

Regarding to the factors influenced on the image perception, It was found that each factors highly influenced on Thai tourists, whereas the personal factors highly influenced on foreign tourists.

Moreover, the difference between the identity and the image of Chiangrai Province was not found. It could be interpreted that the image which was the reflection of identity had the same characteristics and form.

Keyword: Identity of Chiangrai Province, Identification of Chiangrai Province, Image of Chiangrai Province

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	5
วัตถุประสงค์ของโครงการ	6
คำถามการวิจัย (Research Question)	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Output)	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)	7
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	8
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
อัตลักษณ์: พัฒนาการแห่งการศึกษาตัวตน	9
อัตลักษณ์: นิยามแห่งความ “เหมือน” และความ “ต่าง”	10
อัตลักษณ์: สังคมกำหนดการกระทำ	12
อัตลักษณ์: วิถีทางแห่งการค้นหาตัวตนเชิงวัฒนธรรมศึกษา	14
กระบวนการสร้างอัตลักษณ์: จุดกำเนิดแห่งตัวตนของมนุษย์	17
ภาพลักษณ์: ภาพสะท้อนแห่งอัตลักษณ์	22
สรุป: กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)	24
กรอบการวิจัย	24
วิธีการศึกษา	27

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	37
สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย	37
บทที่ 4 ผลการศึกษา	39
ผลการวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	39
ผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	68
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการวิจัย	81
อภิปรายผลการวิจัย	110
องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย	117
ข้อเสนอแนะ	118
บรรณานุกรม	121
ภาคผนวก	124
ภาคผนวก ก. บทความการวิจัย	125
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	140
ภาคผนวก ค. ภาพกิจกรรม	150
ประวัติผู้วิจัย	153

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	เพศของกลุ่มตัวอย่าง	28
ตารางที่ 3.2	อายุของกลุ่มตัวอย่าง	29
ตารางที่ 3.3	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	30
ตารางที่ 3.4	อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	31
ตารางที่ 3.5	รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	32
ตารางที่ 3.6	แหล่งที่มาของกลุ่มตัวอย่าง	33
ตารางที่ 5.1	จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	70
ตารางที่ 5.2	ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	70
ตารางที่ 5.3	แผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	71
ตารางที่ 5.4	การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนบน(กลุ่มล้านนา)	73
ตารางที่ 5.5	เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย	74
ตารางที่ 5.6	การรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	75
ตารางที่ 5.7	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย กับจังหวัดในกลุ่มล้านนา	78
ตารางที่ 5.8	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	80

สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 2.1	วงจรแห่งวัฒนธรรม	19
ภาพที่ 2.2	วงจรแห่งพัฒนาการทางวัฒนธรรมเชิงลบและเชิงบวก	21
ภาพที่ 3.1	กรอบการวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	26
ภาพที่ 4.1	แผนที่จังหวัดเชียงราย	46
ภาพที่ 4.2	คูโบตวอร์ดรองขุน	50
ภาพที่ 4.3	แผนที่วัดร่องขุน	51
ภาพที่ 6.1	ลักษณะของอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับชาวเชียงราย	93
ภาพที่ 6.2	กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	98
ภาพที่ 6.3	ปัจจัยที่ผลักดันทำให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย	103

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประมาณอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2543 ถึง 2553 เท่ากับร้อยละ 4.2 และได้คาดคะเนอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เท่ากับ ร้อยละ 7.7 สำหรับประเทศไทย WTO คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 7.8 และในปี 2549 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน ส่วนการท่องเที่ยวของคนไทยในปี 2549 จะมีสูงถึง 59 ล้านคนครั้งต่อปี

ตัวเลขที่กล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการเติบโตด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับที่น่ายินดี เพราะการท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ประเทศ โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยด้านเสถียรภาพของดุลการชำระเงิน นอกจากนี้การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติยังก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งธุรกิจบริการโดยตรงและโดยอ้อม เป็นการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค อีกทั้งกระตุ้นให้เกิดการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นบทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการสร้างงานให้แก่คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ดังผลการศึกษาของ Young (1973) สรุปเป็นสาระสำคัญของการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่นด้วย
2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดงานต่างๆ โดยเฉพาะงานที่ไม่ต้องอาศัยฝีมือและความชำนาญเฉพาะด้าน
3. การท่องเที่ยวสามารถเป็นนโยบายหลักของการพัฒนา โดยมีจุดมุ่งหมายที่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างพื้นที่ที่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมหลักกับพื้นที่ที่ไม่เป็นแหล่งอุตสาหกรรมของประเทศ

4. การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้ เช่น หัตถกรรม สินค้าประเภทเครื่องหนัง เสื้อผ้า เพชรพลอย เครื่องแก้ว อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องมือเกี่ยวกับการ สันทนาการต่างๆ เป็นต้น

5. การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ในสายตาของคนทั่วโลก และยังช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านอื่นๆ ด้วย

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กระนั้นการท่องเที่ยว อาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชน หากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่ดีเท่าที่ควร อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์

ปัญหาที่มักพบอีกประการหนึ่ง คือ คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ยังไม่ได้มีการเตรียมพร้อมที่จะทำให้ชุมชนของตนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ได้เตรียมความพร้อมด้าน ความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง เมื่อเปิดรับ นักท่องเที่ยวแล้วอาจส่งผลทำให้เกิดการทำลายลักษณะของชุมชนไปอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่ง เท่ากับเป็นผลด้านลบของการท่องเที่ยว

ทั้งนี้เพราะการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ก้าวหน้าไปเร็วกว่าที่สาธารณูปโภคจะ รองรับทัน ทำให้แหล่งเที่ยวและบริการเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความนิยมของชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยถดถอยลงไปถึง 18 ตลาด สาเหตุอาจเกิดจากการแข่งขันด้าน การตลาดที่รุนแรงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรืออาจเกิดจากความเสื่อมโทรมของสิ่งดึงดูดใจใน ประเทศไทย หรือทั้งสองอย่างรวมกัน (มิ่งสรรพและคณะ, 2544)

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (อ้างถึงในมิ่งสรรพและคณะ, 2544) ยังได้แสดงความเห็นว่า การโฆษณาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดงามและบริสุทธิ์ภายใต้ แผนรณรงค์ “Amazing Thailand” ได้ถึง “จุดอิ่มตัว” แล้ว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า สินค้าไทยใน ความเป็นจริงเริ่มที่จะไม่เป็นไปตามความคาดหวังที่จะเกิดจากภาพลักษณ์ที่โฆษณาออกไป ฉะนั้น ความพยายามที่จะเสนอภาพลักษณ์ที่ดงามของสินค้าท่องเที่ยวไทยในอนาคต ต้องมีการลงทุน ดูแล และฟื้นฟูอย่างจริงจังไปพร้อมๆ กัน

บทเรียนดังกล่าว ทำให้ผู้เกี่ยวข้องกับการวางนโยบายด้านการท่องเที่ยวของไทยหันมา ทบทวนบทบาทการท่องเที่ยว โดยมีการปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่ก่อนหน้านี้เน้น แต่เพียงการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพียงเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ไปเยี่ยมชม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำลายแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณวัตถุ โบราณสถาน ตลอดจน แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติอย่างคาดไม่ถึง และก่อให้เกิดปัญหาตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

แนวทางที่ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวต้องปรับตัวและแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม จากการศึกษาของมิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ (2544) ในด้านการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้เสนอแนวทางวางนโยบายไว้ดังต่อไปนี้

- ต้องกำหนดให้ “การท่องเที่ยวยั่งยืน” เป็นวาระแห่งชาติ
- ตั้งหน่วยงานประสานงานการปฏิบัติการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ
- ตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง”
- พัฒนากลุ่มธุรกิจเชิงพื้นที่
- ลงทุนด้านความรู้และสารสนเทศ

พร้อมทั้งได้จัดทำวิสัยทัศน์ของการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชาติระยะยาว ซึ่งได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เรื่อง “การมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล ในพุทธศักราช 2555” เป้าหมายนี้ มิใช่แค่การรักษามรดกท่องเที่ยวให้ยั่งยืนสถาพร แต่ยังคงเป็นความยั่งยืนที่ระดับคุณภาพการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะข้างต้น ได้นำมาสู่ภาคปฏิบัติ โดยคณะกรรมการหลายฝ่ายที่เร่งหาข้อมูลของพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หันมาปรับเปลี่ยนนโยบายนับแต่ปี 2546 เป็นต้นมา โดยได้ปรับแผนเพื่อให้สอดคล้องกับการก่อตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยปรับบทบาทมาเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นหน้าที่ด้านการบริการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นหลัก โดยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2546 – 2549 (<http://www.tkc.go.th/index.aspx?pageid=157&parent=111>) ดังนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

2. ส่งเสริมและพัฒนากิจการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน

3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันขจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้ง พัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (E-TOURISM) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้ง การดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกันปราชัยเพื่อเป็นหลักประกันในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

สำหรับจังหวัดเชียงรายเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวมากอีกจังหวัดหนึ่ง เนื่องจากมีองค์ประกอบของภูมิอากาศ และภูมิทัศน์ที่สวยงาม อีกทั้งที่ดินแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ คือ ลาว และพม่า นอกจากนี้ยังเป็นประตูหน้าด่านไปสู่ประเทศจีนอีกประเทศหนึ่ง

ด้วยเหตุผลดังกล่าว กลุ่มผู้บริหารจังหวัดเชียงรายจึงได้ร่วมกันประชุมหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ซึ่งมี นางรัตนา จงสุทธานามณี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ.) เป็นประธาน และมี นายอุดม อ่อนนวล ผอ.ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ จ.เชียงราย, นางธัญภา นิโครธานนท์ ผอ.ททท.ภาคเหนือเขต 2, นายสมเกียรติ ชื่นธีระวงศ์ นายกสมาคมท่องเที่ยว จ.เชียงราย และสื่อมวลชน ร่วมหารือกัน ณ โรงแรมเลเจนด์ อ.เมือง จ.เชียงราย เมื่อวันที่ 5 มิ.ย.2549

ที่ประชุมได้ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวของเชียงรายว่า เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน ซึ่งจะมีการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิมและเชื่อมโยงกิจกรรมต่อเนื่อง ในลักษณะ OTOP Tourism Village พัฒนามาตรฐานบริการและบุคลากร เตรียมการพัฒนาเมืองเก่าเชียงแสนเป็นมรดกโลก ซึ่งจะเร่งเข้าไปพัฒนาและดึงนักท่องเที่ยวมาเยือนให้มากขึ้น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) พัฒนาความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

การประชุมของกลุ่มผู้บริหารจังหวัดเชียงรายต่างมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันที่จะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งถึงเป็นรายได้หลักของจังหวัดอีกแหล่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการระดมความคิดเห็น เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์

การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสู่ความยั่งยืน ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่อังคารที่ 26 ตุลาคม 2547 ณ โรงแรมวังคำ จังหวัดเชียงราย

การประชุมในครั้งนั้น ประกอบด้วย นักวิชาการ ศิลปิน และผู้เกี่ยวข้องของจังหวัดเชียงรายหลายฝ่าย ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า จังหวัดเชียงรายจัดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมากจังหวัดหนึ่ง เพียงแต่ขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมไปถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายเอง สิ่งเหล่านี้ล้วนกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายโดยตรง ดังนั้นจึงการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายสู่ความยั่งยืนในอนาคต โดยในที่ประชุมเสนอว่า ควรเร่งคืนสถานภาพ ความเป็นตัวตน เอกลักษณ์และวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมให้กลับมาโดยเร็วที่สุด

ดังนั้นหากต้องการพัฒนาจังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะการเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวแถบอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน จึงจำเป็นต้องพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต ซึ่งสิ่งที่จะทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งท่องเที่ยวลักษณะนั้นได้ จึงควรศึกษาถึงลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย ตลอดจนมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเชียงราย ซึ่งจะเป็นแนวทางสร้างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นที่มาที่สำคัญ ทำให้เกิดการศึกษาลึถึง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงรายอันเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญอีกประการหนึ่ง อันจะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของจังหวัดเชียงรายต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อค้นหาและรวบรวมมโนทัศน์(concept) ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย

* จากการระดมความคิดเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสู่ความยั่งยืน ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่อังคารที่ 26 ตุลาคม 2547 ณ โรงแรมวังคำ จังหวัดเชียงราย. มปป.

4. เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
6. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์กับอัตลักษณ์ที่เป็นจริงของจังหวัดเชียงราย
7. เพื่อหาแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

1.3 คำถามการวิจัย

1. อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ อะไร
2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายมีอะไรบ้าง
4. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างไร
5. ปัจจัยใดมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
6. อะไร คือ ความเหมือนหรือความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายกับอัตลักษณ์ของคนเชียงราย
7. อะไร คือ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่จะนำไปสร้างเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

อัตลักษณ์(identity) หมายถึง ความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่า “เราเป็นใคร และเราแตกต่างจากคนอื่นตรงไหน” โดยความแตกต่างนี้เกิดจากการบูรณาการจากประสบการณ์ในอดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่ง คือ ความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน(self-ascription) และในอีกด้านหนึ่ง คนอื่นต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย(ascribe by others)

ภาพลักษณ์(image) หมายถึง ภาพฉายของอัตลักษณ์ที่ส่งผลให้บุคคลได้รับรู้ รับทราบ (perceive)ว่า บุคคลหรือสิ่งของมีคุณลักษณะเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างไร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณลักษณะที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่ปรากฏในอดีตจนถึงปี 2548 เท่านั้น
2. การเก็บข้อมูลภาคสนามช่วงเดือนธันวาคม 2547 – พฤษภาคม 2548 เท่านั้น

1.7 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outcomes)

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย คาดว่าจะได้รับผลการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อจะได้มีข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์อันเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงรายที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
2. เพื่อทราบถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ดังกล่าวให้ดำรงอยู่ในสังคม
3. เพื่อรับรู้ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
4. เพื่อรับรู้ถึงมุมมองของบุคคลภายนอกหรือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่รับรู้ถึงภาพลักษณ์อันเป็นภาพสะท้อนจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
5. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
6. เพื่อจำแนกความเหมือนและความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย (Outcomes)

หลังจากที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ ผู้วิจัยคาดหวังว่า ผลวิจัยจะนำไปสร้างประโยชน์ ดังนี้

1. ผลของการวิจัย จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการนำไปเป็นแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
2. ข้อมูลจากการวิจัยจะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับนิสิต นักศึกษา นักวิชาการ และผู้สนใจ ที่จะนำไปประยุกต์เพื่อประโยชน์ในทุกๆ ด้าน

1.7 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องกับการวางยุทธศาสตร์สำหรับการวางรากฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นการรวบรวมลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของเชียงราย ปัจจัยการเกิด รวมถึงการส่งเสริมและป้องกันเอกลักษณ์ที่สำคัญของเชียงราย อันเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย” เป็นการศึกษาเพื่อตอบคำถามที่ว่า อะไร คือ อัตลักษณ์(ตัวตน) และภาพลักษณ์(สิ่งที่สะท้อนจากตัวตน) ของจังหวัดเชียงราย รวมถึงกระบวนการสร้างและปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์และภาพลักษณ์เหล่านั้นเป็นอย่างไร ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจถึงปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับคำถามการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเป็นกรอบในการอธิบายถึงคุณลักษณะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีดังต่อไปนี้

2.1 อัตลักษณ์: พัฒนาการแห่งการศึกษาตัวตน

การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคล มักจะเกี่ยวข้องกับคำว่า “เอกลักษณ์” และต่อมาได้ผันแปรมาเป็นคำว่า “อัตลักษณ์” ซึ่งทั้ง 2 คำ ได้รับการแปลมาจากภาษาอังกฤษ คือ “identity” ส่วนการเปลี่ยนมาใช้คำว่า อัตลักษณ์ แทน เอกลักษณ์ นั้นเป็นผลมาจากแนวคิดแห่งยุคหลังสมัยใหม่ (postmodernism) ที่เปลี่ยนวิธีการศึกษาตัวตนของมนุษย์จากที่เคยเป็นในยุคก่อนหน้านั้น ส่งผลให้เกิดการบัญญัติศัพท์ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวการศึกษาตัวตนของมนุษย์

เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว อภิญา เฟื่องฟูสกุล(2546) ได้อธิบายถึงจุดแห่งการเปลี่ยนของการศึกษาที่เดิมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” มาเป็น “อัตลักษณ์” ไว้ในหนังสือชื่อ อัตลักษณ์ ว่า การศึกษาความหมายของมโนทัศน์ “อัตลักษณ์” (identity) มักเป็นการศึกษาในแนววัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) มักจะถูกกล่าวควบคู่ไปกับมโนทัศน์อำนาจ การนิยามความหมาย หรือการสร้างภาพแทนความจริง (representation) เมื่อนำไปสัมพันธ์กับคำเหล่านี้จึงทำให้ “อัตลักษณ์” จะมีความหมายที่แตกต่างไปจากความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไป

เนื่องจากเรารู้สึกว่า อัตลักษณ์ของใคร หรืออะไรบางอย่างน่าจะ หมายถึง คุณสมบัติที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือสิ่งนั้น โดยอภิญาได้กล่าวอ้างถึงคำแปลของ identity ของพจนานุกรมภาษาไทย-อังกฤษหรืออังกฤษ-ไทยของวิทย์ เทียงบูรณะธรรมที่แปลได้สอดคล้องกับ Oxford Advance Learner's (1978) และ Collins Dictionary (1996) ที่ให้ความหมายว่า คือ สิ่ง

ที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่ง และมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น

นอกจากนี้ทฤษฎียังได้อธิบายถึง การเปลี่ยนจาก “เอกลักษณ์” มาเป็น “อัตลักษณ์” เนื่องมาจากเหตุผลในการศึกษาสังคมศาสตร์ปัจจุบันที่แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา โดยเฉพาะเมื่อแนวโน้มทางทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่(postmodernism) เข้ามามีบทบาทต่อการศึกษาเชิงวัฒนธรรม ที่มักตั้งคำถามเกี่ยวกับวิธีการเข้าถึง “ความจริง” ของสิ่งต่างๆ รวมทั้งสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นความจริงที่เป็น “แก่นแกน” ของปัจเจกบุคคล วิธีคิดในกระแสนี้หรือถอนความเชื่อเกี่ยวกับความหมาย ซึ่งสามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงไปตามบริบท มันมิได้หมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวอีกต่อไป ดังนั้นคำว่า “อัตลักษณ์” จึงดูจะเหมาะสมกว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายของ identity ในยุคปัจจุบัน

จากเหตุผลข้างต้นจึงมีการเปลี่ยนการใช้คำว่า “เอกลักษณ์” มาเป็นคำว่า “อัตลักษณ์” ในการศึกษาเกี่ยวกับ identity เชิงวัฒนธรรมศึกษา เนื่องจากวิธีการศึกษาในยุคหลังสมัยใหม่ ที่เน้นหาแก่นของความเป็นปัจเจกบุคคล หรือลักษณะร่วมของกลุ่มคน ตามบริบททางสังคมที่กลุ่มคนนั้นๆ สังกัดอยู่

2.2 อัตลักษณ์: นิยามแห่งความ “เหมือน” และความ “ต่าง”

การนิยาม “อัตลักษณ์” มักจะแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะ 2 ประการที่เคียงคู่กันอยู่เสมอ นั่นคือ สิ่งที่เหมือนกันกับสิ่งที่แตกต่างกัน อาทิ การนิยามของ Barthers (1967) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์ต้องเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่ง คือ ความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน (Self – Ascription) ขณะที่ในอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย (Ascribe By Others) อัตลักษณ์จึงเป็นความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล คือ ตอบคำถามให้ได้ว่า “เราเป็นใคร และแตกต่างจากคนอื่นตรงไหน” นอกจากนี้ยังมีคำถามย่อยๆ อื่นตามมา เช่น มีใครเป็นพวกเดียวกับเราบ้าง เราอยู่ที่ไหน เรามีที่ทางอย่างไร เรามีความสัมพันธ์กับใคร หรือคนอื่นสัมพันธ์กับเราอย่างไร ฯลฯ

การให้ความหมายดังกล่าวสอดคล้องกับ Hault (1974) ที่อธิบายถึง “อัตลักษณ์” ในทางจิตวิทยาสังคม หมายถึง ความสำนึกของแต่ละบุคคลว่า ตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร ส่วนทางจิตวิทยาการแพทย์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของแต่ละบุคคล ซึ่งแสดงออกต่อผู้อื่น

ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้บุคคลนั้นๆ ได้ หรือตอบคำถามว่า “ฉัน เป็นใคร” และ “ฉัน คือ ใครในสายตาคอนอื่น”

จากการนิยามของ Barthers และ Hault ต่างแสดงให้เห็นว่า อัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของบุคคล และมีความแตกต่างจากบุคคลอื่น นั้นเป็นเพราะว่า อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ และพัฒนาโดยการขัดเกลาทางสังคม ตั้งแต่วัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ เด็กๆ ได้เรียนรู้ว่าพวกเขามีความแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร เด็กๆ รับรู้ว่ามีใครที่ “ไม่ใช่พวกเรา” (not our kind) และ ใคร คือ คนที่แปลกหน้า (Valentine, 1994)

ส่วนของความเหมือนและความแตกต่างที่จำแนกโดยอัตลักษณ์นั้น ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคม เนื่องจาก “อัตลักษณ์” คือ สิ่งที่ทำให้เรารู้ตัวตนเองว่า “เรา คือ ใคร” และเราจะดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในสังคม ตลอดจนโลกที่แวดล้อมรอบๆ ตัวเราได้อย่างไร ดังนั้น อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่กำหนดทางเดินให้แก่เรา เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา (Woodward, 1997)

นอกจากนี้ Woodward(1997) ยังได้อธิบายความหมายของ “อัตลักษณ์” ว่าเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดโดยความแตกต่าง ซึ่งอาจเห็นได้จากลักษณะของการแบ่งแยกออกจากกัน เช่น อัตลักษณ์ในรูปแบบของความแตกต่างระหว่างชนชาติ หรือความขัดแย้งด้านความเชื่อ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่แล้ว อัตลักษณ์ มักถูกสร้างขึ้นในลักษณะของสิ่งตรงกันข้าม เช่น คนผิวขาว-ผิวสี ความปกติ-ความเบี่ยงเบนจากปกติ และความเป็นชาย-หญิง ดังนั้นในความแตกต่างจะทำให้เรามองเห็นภาพของความเหมือนได้ ฉะนั้น อัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของความตระหนักรู้ว่า เรา “เหมือน” หรือ “ต่าง” จากคนอื่นอย่างไร ความรู้สึกถึงของความเหมือนและความแตกต่างกัน โดยมี “อัตลักษณ์” เป็นปัจจัยสำคัญในการจำแนกนั้นมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิต อุดมการณ์ สำนึก กฎเกณฑ์ พิธีกรรม ฯลฯ ที่ทำให้ “ฉัน”(I) และ “พวกเรา”(US) แตกต่างไปจาก “คนอื่น” (Others) และ “พวกเขา” (Them)

ส่วน Edgar และ Sedgwick (1999) ได้สรุปข้อถกเถียงกันในประเด็นปัญญาเกี่ยวกับคำว่า “อัตลักษณ์” ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ตัวตน คือ ลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล ที่มีความคงที่และอาจถูกรอบงำจากอิทธิพลภายนอก พร้อมกับตั้งคำถามตามแนวทางการศึกษาเชิงวัฒนธรรมว่า อัตลักษณ์จะต้องสนองต่อปัจจัยและความแตกต่างที่มาจากภายนอกได้อย่างไร ซึ่งจัดเป็นการตั้งคำถามที่ส่งผลต่อการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ในยุคที่มีความหลากหลายทางความคิด และการพยายามสร้างลักษณะเฉพาะตัว โดยใช้ความเหมือนกันของกลุ่มเป็นตัวเชื่อมโยง เพื่อกีดกันลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มออกไป

ฉะนั้น อัตลักษณ์ จึงเป็นเสมือนตัวแทนของการต่อสู้ เพื่อผดุงลักษณะที่เหมือนกันของกลุ่ม ในขณะที่เดียวกันจะพยายามต่อต้าน กีดกันสิ่งที่แตกต่างออกไป จากแนวคิดดังกล่าว ส่งผลให้การศึกษารื่องอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายจำเป็นต้องจำแนกให้สิ่งที่เหมือนกัน ซึ่งเป็นลักษณะร่วมของชาวเชียงราย เพื่อบ่งบอกว่า สิ่งนี้ คือ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พร้อมกับต้องแยกแยะสิ่งที่แตกต่างออกไป พร้อมกับในคำจำกัดความว่า สิ่งนั้นไม่ใช่ลักษณะของชาวเชียงราย หรือไม่ใช่อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั่นเอง

2.3 อัตลักษณ์: สังคมกำหนดการกระทำ

ดังที่กล่าวมาข้างต้นว่า “อัตลักษณ์ทางสังคม” เป็นสิ่งที่ก่อกำเนิดขึ้นจากการรวมตัวของบุคคลในสังคม คำกล่าวดังกล่าวได้รับการอธิบายจาก Erik Erikson ซึ่งชี้ให้เห็นว่า “อัตลักษณ์” เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงตัวตน (self) แล้วเผยออกมาเป็นบุคลิกภาพ แม้ว่าแต่ละบุคคลจะมีอัตลักษณ์ส่วนตัวที่แต่ละบุคคลพึงมี แต่เมื่อต้องมาอยู่รวมกันในสังคมหนึ่งๆ ก่อให้เกิดกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ (identification) ของสังคมนั้นๆ ด้วยการเชื่อมต่อกันของว่างระหว่างบุคคลแล้วพัฒนาขึ้นเป็นจุดร่วมของคนในสังคม (อ้างถึงใน Breger, 1974)

นอกจากจะมีลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว ในระดับกลุ่ม หรือในสังคมหนึ่งๆ จะมีอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) กันของคนในสังคม อันส่งผลให้เกิดกระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคม ส่งผลต่อสมาชิกได้ตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่ม และเข้าใจว่า “พวกเรา” มีลักษณะแตกต่างไปจาก “พวกเขา” อย่างไร สำนึกร่วมดังกล่าว สามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม เช่น การจัดงานเทศกาลสงกรานต์ที่ถนนข้าวสาร หรือการจัดทำหนังสือประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนถนนข้าวสาร ฯลฯ ดังนั้นสังคมและวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้าง ดำรงรักษา และการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์โดยตรง (Schlesinger, 1993)

แนวคิดดังกล่าวส่งผลให้ การศึกษาอัตลักษณ์ คือ การศึกษาผลผลิตทางสังคม เช่น ประเพณี ขนบธรรมเนียม ฉะนั้นหากต้องการทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวมนุษย์แต่ถูกแสดงออกให้เห็นในรูปของตัวแทน (representation) ส่งผลให้อัตลักษณ์ไม่มีเป็นสากล มีแต่ลักษณะที่เป็นส่วนร่วมกันของคนในสังคม ดังนั้นสังคมแต่ละแห่งจึงมีการแสดงออกที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละสังคมออกมาปรากฏแก่สายตาของคนทั่วไป (Barker, 2004)

ดังนั้นอัตลักษณ์ทางสังคม อาทิ ขนบธรรมเนียม ประเพณี กฎเกณฑ์ในสังคม คือ ลักษณะร่วมที่แสดงออกของแต่ละสังคม สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล ดังเช่น การอธิบายของ Moghadam (1994) ที่บ่งบอกว่า อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ และพัฒนาโดยการขัดเกลาทางสังคม ตั้งแต่วัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ เด็กๆ ได้เรียนรู้ว่าพวกเขา มีความแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร เด็กๆ รับรู้ว่ามีใครที่ “ไม่ใช่พวกเรา” (not our kind) ใคร คือ คนที่แปลกหน้า

สำหรับ อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (individual identity) คือ การรวบรวมเอาความรู้สึกตระหนักว่า ตนเป็นคนของกลุ่มใดไว้แล้ว สามารถมองได้หลายมิติ อาทิ ความเป็นคนเพศใด ความเป็นคนของครอบครัวใด ความเป็นคนของกลุ่มญาติใด ความเป็นคนของศาสนาใด ความเป็นคนของเชื้อชาติใด และความเป็นคนของสัญชาติใด โดยอัตลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่ยากจะเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ Moghadam ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า มีอัตลักษณ์บางประการที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา เป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากแรงกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งมักจะเป็นไปตามสิ่งแวดล้อม อาทิ การเปลี่ยนแปลงตนเองเมื่อต้องเข้าไปอยู่ในสังคมใหม่ กลุ่มการเมืองใหม่ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการสร้างความผันแปรแก่อัตลักษณ์ หรืออาจจะเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ แล้วเกิดการพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ขึ้นอีก

อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลอาจจะคงที่ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง พร้อมกับมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับบางอัตลักษณ์ เพื่อสนองตอบต่อสถานการณ์หนึ่งๆ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้เพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์จะเกิดขึ้นจากการจัดระบบของสังคม โดยกลุ่มสถาบันต่างๆ ได้แก่ สถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมือง ล้วนส่งผลต่อสมาชิกในสังคม ดังนั้นบุคคลจึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเมื่อเข้าไปเป็นสมาชิกสังคมนั้นๆ

ดังนั้นอัตลักษณ์จึงเป็นผลผลิตมาจากสังคมที่กล่อมเกลาในคนในสังคมมีลักษณะ วิถีชีวิต แนวคิดในการดำรงชีวิต ตลอดจนพฤติกรรมและการแสดงออกที่คล้ายคลึงกันของคนในสังคมนั้นๆ เนื่องจากต้องแสดงอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงการเป็นสมาชิกในสังคม ฉะนั้นการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมและอัตลักษณ์ต่างๆ จึงเป็นไปตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับของสังคมที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าบางสิ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลและเทศะ อย่างไรก็ตามถือได้ว่า สังคมเป็นจุดกำเนิดสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่และเป็นสิ่งที่บ่งบอกตัวตนของสังคมนั้นๆ

2.4 อุตลักษณ์: วิถีทางแห่งการค้นหาตัวตนเชิงวัฒนธรรมศึกษา

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ อุตลักษณ์ นั้น เริ่มจาก Descartes (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999) ได้กล่าวถึง ความเป็นตัวตนไว้เมื่อศตวรรษที่ 17 ว่า ตัวตน (self, ego or subject) คือ สิ่งที่ยังบอกลักษณะของบุคคลตามที่ผู้กระทำ (agency) Descartes ยังพบว่า เขาไม่อาจคาดเดาถึงสิ่งที่เป็นอยู่ และสิ่งที่ดำรงอยู่นั้นมาจากการคิดว่าเป็นสิ่งที่มีอยู่จริง (thinking substance) แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลได้ปกคลุมแนวการศึกษาไม่เฉพาะด้านปรัชญาเท่านั้น แต่ยังขยายไปสู่การศึกษาทางการเมือง และจิตวิทยา

ในช่วงศตวรรษที่ 18 David Hume (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) ได้นำแนวคิดข้างต้นมาสานต่อ โดยได้สังเกตเนื้อหาที่เป็นองค์ประกอบที่รวมกันเป็นภาพลักษณ์ (หรือความรู้สึกประทับใจ) เมื่อคิดถึงหรือระลึกจากความทรงจำ Hume ได้เสนอทฤษฎีการอยู่ร่วมกันแห่งตัวตน (bundle theory of the self) ที่กล่าวว่า ตัวตนนั้นเป็นที่ไม่มีอะไรมากไปกว่าการรวบรวมความรู้สึกที่ประทับใจ อีกทั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องเป็นเพราะว่า ปัจเจกบุคคลจะรับเอาประสบการณ์ใหม่ พร้อมกับการเรียกใช้ประสบการณ์เก่าที่มีอยู่ในตัวตลอดเวลา

จนช่วงปลายศตวรรษที่ 19 Emile Durkheim (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) เสนอว่า ปัจเจกบุคคล คือ ผลผลิตของสังคม (แต่สังคมไม่ใช่ผลผลิตที่เกิดจากปัจเจกบุคคล) ซึ่งต้องเข้าใจว่าปัจเจกบุคคลสมัยใหม่เป็นผลผลิตจากวัฒนธรรม สำหรับสังคมยุคก่อนอุตสาหกรรม สมาชิกในสังคมจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของทัศนคติ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม เนื่องจากสังคมยังอยู่ร่วมกันอย่างไร้สิ่งปรุงแต่ง จึงมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตรงกันข้ามกับสังคมอุตสาหกรรม ที่ปรากฏแนวคิดเรื่องปัจเจกบุคคลนิยมขึ้น เนื่องจากมนุษย์มีความเป็นอยู่และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ฉะนั้นจึงมีค่านิยมและทัศนคติที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ Durkheim มองว่า อุตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลมิได้ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เริ่มแรก แต่เป็นผลผลิตตามโครงสร้างทางเศรษฐกิจ

ด้าน George Herbert Mead (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) เสนอว่า ตัวตน เป็นสิ่งที่ก่อกำเนิดขึ้นจากความสัมพันธ์กับสิ่งอื่นๆ พร้อมกับทำการแยกแยะระหว่าง “ตัวฉัน” (I) ออกจาก “ของฉัน” (me) โดย ตัวฉัน เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อมุมมองของผู้อื่น ในขณะที่ ของฉัน เป็นการจัดตั้งขึ้นจากมุมมองของผู้อื่นที่มีต่อตัวเรา วิธีคิดดังกล่าวเป็นรากฐานไปสู่การศึกษาเรื่อง ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (symbolic interactionist) ซึ่งเป็นการศึกษาอีกแนวหนึ่งในทางสังคมวิทยา

ส่วน Erving Goffman (1959) กล่าวถึง ตัวตนเป็นผลผลิตของการปฏิสัมพันธ์ จัดเป็นความสามารถของปัจเจกบุคคลในการแสดงทัศนคติและพฤติกรรม โดยจะเปลี่ยนแปลงไปตามบุคคลที่อยู่รอบข้าง สิ่งที่เป็นตัวตนจะไม่คงที่ สามารถลื่นไหลได้ ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่ตรงกับ Hume

ด้านนักจิตวิเคราะห์ที่สนใจศึกษาด้านอัตลักษณ์ ได้แก่ Freud (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) ที่เสนอว่า อัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความกลมกลืนให้แก่เด็กที่มีต่อบุคคลภายนอก ตัวตน ได้รับการสร้างขึ้นจากความสัมพันธ์ของ ego id และ super-ego ในขณะที่ id เป็นสัญชาตญาณเดิมที่ซ่อนอยู่ในตัวตน ส่วน super-ego จะเป็นความสำนึกด้านศีลธรรมที่มีอยู่ในตัวเกิดจากกระบวนการพัฒนาการด้านจิตวิทยาในตัวบุคคล ที่ส่งผลให้ ego ซึ่งเป็นส่วนผสมผสานระหว่าง id กับ super-ego แนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ego เป็นสิ่งที่ไม่ใช่การแสดงออกถึงลักษณะสำคัญที่เป็นตัวตน (the ego is never self-identical)

ส่วนทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ Erik Erikson (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) แสดงถึงกระบวนการระหว่างอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม Erikson ได้บัญญัติคำว่า “วิกฤติทางอัตลักษณ์” (identity crisis) ขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1940 เริ่มจากการที่บุคคลสูญเสียความรู้สึกของสิ่งที่เหมือนกันและความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์ ส่งผลให้ปัจเจกบุคคลนั้นต้องแยกตัวออกจากวัฒนธรรมที่เป็นมรดกตกทอดมาสู่พวกเขา หลังจากนั้นจะเริ่มพัฒนาลักษณะเด่นอย่างอื่นขึ้นมาแทนที่ ทำให้เป็นปัจเจกบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง

ต่อมา Lacan (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) ได้นำแนวคิดของ Freud มาตีความพร้อมกับอธิบายว่า ความรู้สึกที่เป็นตัวตนนั้นจะเริ่มก่อตัวอยู่ในขั้นกระจกเงา (mirror stage) อยู่ในช่วงอายุ 6 - 18 เดือน เป็นช่วงที่ทารกเริ่มจำตัวเองได้ พร้อมกับเริ่มใช้ภาษาเพื่อบอกถึงตำแหน่งของตัวเอง

สำหรับแนวคิดเชิงโครงสร้างนิยมตามแนวคิดของมาร์กซิส อาทิจิ Althusser (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) มองว่า ตัวตน เป็นผลผลิตของการขึ้นนำจากสถาบันทางสังคม อาทิ ศาสนา การศึกษา การเมือง ครอบครัว และสื่อมวลชน เพื่อนำมาจัดตำแหน่งของบุคคลต่างๆ ที่อยู่ภายในสังคม

ด้านผลงานของ Foucault (อ้างถึงใน Edger และ Sedgwick, 1999, อ้างแล้ว) ได้ตีความเรื่อง อัตลักษณ์ ในงานเขียนเรื่อง ความบ้าคลั่ง (madness) ในปี 1971 ที่วิเคราะห์ว่า ความบ้าคลั่งนั้นเกิดจากความแตกต่างด้านเวลา ที่สร้างขึ้นจากสังคมและตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ

ประวัติศาสตร์ โดยมองว่า อัตลักษณ์ของกลุ่มในสังคมจะขึ้นอยู่กับกรอบร่างสร้างตัวจากกลุ่มคนที่ เป็นเจ้าของสังคมนั้นๆ

ต่อมา Foucault ได้เขียนงานเรื่อง วาทกรรม (discourses) ขึ้นเมื่อปี 1981 เสนอถึงปัญหา ด้านการร่างตัวตน และการหาตำแหน่งของตัวตน เนื่องจากตัวตนจะเขียนหรือกล่าวถึง เป็นเพียง บริบทที่เป็นไปตามความคาดหวังและความต้องการของสังคม

นอกจากงานเขียนของ Lacan, Althusser และ Foucault ที่อธิบายถึง อัตลักษณ์เชิง โครงสร้างนิยมในยุคหลังสมัยใหม่แล้ว ยังมีการนำศึกษาถึงอัตลักษณ์ในเชิงการเมือง ฉะนั้น การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ ไม่เพียงแต่จะก่อตัวขึ้น ยังเป็นอีกแนวทางหนึ่งนำมาอธิบายลักษณะของ กลุ่ม รวมไปถึงกระบวนการครอบงำด้านต่างๆ อาทิ อัตลักษณ์ด้านเชื้อชาติ อัตลักษณ์ของเกย์ และเลสเบียน รวมถึงอัตลักษณ์ของอิสตรี ตลอดจนการศึกษาถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองอีกด้วย

จากวิวัฒนาการของการศึกษา “ตัวตน” ตั้งแต่ยุคก่อนอุตสาหกรรมและพัฒนาเป็น “อัต ลักษณ์” ในยุคหลังสมัยใหม่ นักปรัชญาแต่ละยุคจะพยายามหาความหมาย และพยายามสร้าง จุดยืน เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ในแง่มุมต่างๆ มาถึงปัจจุบันได้มีการ กำหนดแนวทางการศึกษาอัตลักษณ์ โดยใช้ชื่อว่า “การวิเคราะห์โครงสร้างทางอัตลักษณ์” (Identity Structure Analysis) หรือ ISA ที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อการสืบค้นด้านลักษณะสำคัญของ ตัวตน หรืออัตลักษณ์ อีกทั้งเพื่อหาความหมายที่เป็นเอกภาพของบุคคล หรือสิ่งสำคัญที่เป็น ลักษณะเฉพาะของบุคคลแต่ละประเภท (Weinreich and Saunderso)

วิธีการ ISA เป็นแนวทางที่บุคคลเป็นผู้ประเมินสถานการณ์ที่พวกเขามีส่วนร่วม หรือเป็น ส่วนหนึ่งของเหตุการณ์นั้นๆ ฉะนั้น ISA จึงเป็นวิธีการที่มีจุดมุ่งหมายที่จะเฝ้าติดตามดูพัฒนาการ ของอัตลักษณ์ ทั้งในส่วนของความรู้สึกที่รับรู้ถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน(unique) และ ความรู้สึกที่เป็นลักษณะที่มีอยู่ทั่วไป(generic) ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาถึงประวัติความเป็นมา และ อัตชีวประวัติของบุคคล ใจความสำคัญของการศึกษา ISA คือ บุคคลจะประเมินสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว พร้อมกับใส่ความหมายให้แก่สิ่งเหล่านั้น ด้วยการแสดงออกมาเป็นลักษณะเด่นของพวกเขา นั่น คือ อัตลักษณ์ของพวกเขานั่นเอง

การศึกษาแบบ ISA จะให้เน้นหนักไปที่ผู้มีบทบาทในสถานการณ์นั้นๆ (subjectivities) อาทิ การศึกษาปัญหาเกี่ยวกับอิสตรี (feminists) ผู้มีบทบาทสำคัญ คือ ผู้หญิงเท่านั้น ฉะนั้น ลักษณะของ subjectivities ในการศึกษาแบบ ISA จึงเป็นกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะ โดย แนว

ของ ISA ต้องการที่สร้างชัดเจนและทำความเข้าใจกับบุคลิกและการแสดงออกของบุคคลกลุ่มดังกล่าว

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการวิเคราะห์ตามแนวทาง ISA คือ การศึกษาถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ (identification) เนื่องจากการก่อตัวของอัตลักษณ์จะเป็นวิถีทางที่ทำให้บุคคลมีลักษณะเหมือนคนในกลุ่มหรือแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ส่งผลให้การศึกษาระบบ ISA ให้ความสำคัญที่ต้นตอและการก่อตัวของลักษณะที่แสดงออกมาในชีวิตมนุษย์

ดังนั้นวิธีการศึกษาแบบ ISA จึงเป็นแนวทางวิเคราะห์เรื่องอัตลักษณ์ โดยให้ความสำคัญที่กลุ่มบุคคลที่เราต้องการศึกษาลักษณะการแสดงออกทางอัตลักษณ์ของพวกเขาว่าเป็นอย่างไร พร้อมกับศึกษาถึงต้นตอว่า อัตลักษณ์ ที่มีนั้นมีแหล่งและกระบวนการเกิดขึ้นด้วยสาเหตุใด ฉะนั้นการวิเคราะห์แบบ ISA จึงตรงกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย และจะใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาครั้งนี้

2.5 กระบวนการสร้างอัตลักษณ์: จุดกำเนิดแห่งตัวตนของมนุษย์

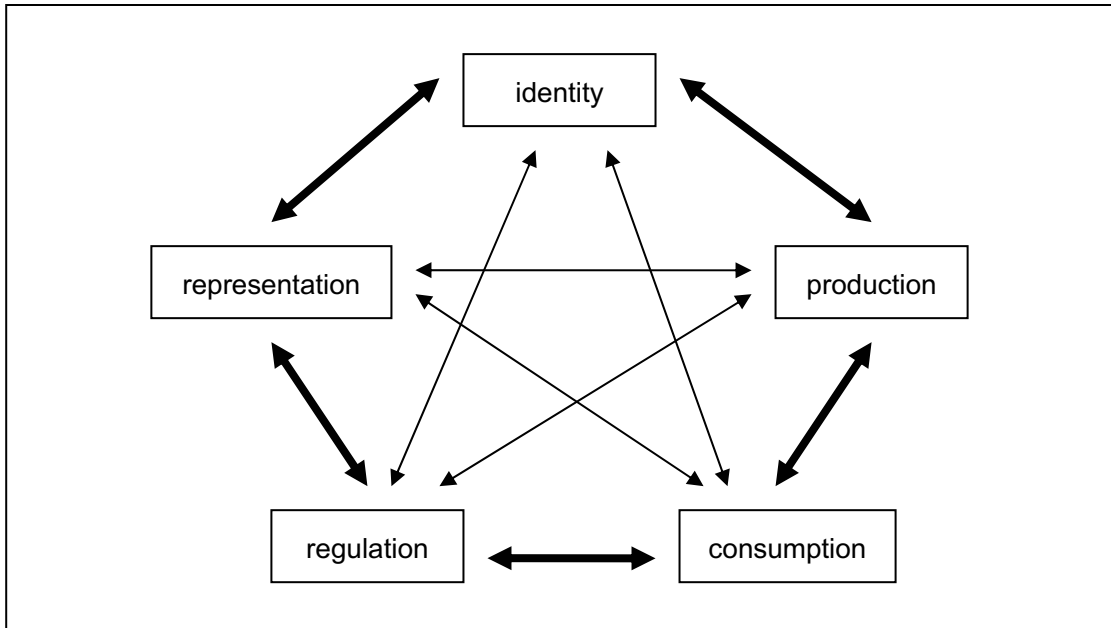
Woodward ได้กล่าวถึง จุดกำเนิดของอัตลักษณ์มีต้นตอมาจากคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกัน อาทิ ความแตกต่างระหว่างชาย-หญิง เชื้อชาติ เป็นต้น โดยจะต้องมีลักษณะที่มีความโดดเด่นและสำคัญมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่งหรือเชื้อชาติอื่นๆ ฉะนั้นความเป็นอัตลักษณ์ของชาติ (National Identity) จึงมักจะอ้างอิงจากประวัติศาสตร์ของแต่ละชาติ โดยคนในชาติจะพยายามค้นหาจากตำนาน เรื่องเล่าขานในอดีตนำมาเรียบเรียงใหม่ เพื่อให้เกิดการหาจุดร่วมในการหาตำแหน่งให้แก่ตัวตนขึ้นใหม่ (the new subject-position) ซึ่งจัดเป็น “กระบวนการสร้างอัตลักษณ์” (the process of constructing identity)

จากคำอธิบายข้างต้น ส่งผลทำให้กระบวนการสร้างอัตลักษณ์จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. ต้องการทราบถึงกระบวนการสร้างแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (conceptualization of identity) เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจการทำหน้าที่ของอัตลักษณ์ที่จะอธิบายถึงลักษณะของสิ่งที่มีความแตกต่างกัน
2. อัตลักษณ์จะต้องเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญของการเป็นสมาชิกในสังคม
3. อัตลักษณ์ มักมีรากฐานจากสิ่งที่เป็นธรรมชาติ อาทิ เชื้อชาติ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ รวมไปถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาต่างๆ
4. อัตลักษณ์ มักจะนำไปเกี่ยวพันกับสิ่งต่างๆ อันนำไปสู่การใช้สัญลักษณ์

5. อุตลักษณ์เป็นสิ่งที่จะช่วยให้สังคมดำรงอยู่ และเป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นเงื่อนไขทางสังคมในการจำแนกบุคคลที่ไม่ใช่พวกเดียวกันออกไป
6. การอยู่ร่วมกันเป็นสังคม และการใช้สัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่ใช้แยกแยะลักษณะที่มีความแตกต่างออกไปจากกลุ่ม จัดเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สัญลักษณ์ดำรงอยู่
7. กระบวนการสร้างแนวคิดเกี่ยวกับสัญลักษณ์ มักจะสัมพันธ์กับระบบการแบ่งชั้นชนทางสังคม เพื่อแสดงว่า นั่นพวกเขา นี่พวกเรา
8. การทำให้เห็นความแตกต่างนั้น ยังอยู่ในสถานะที่มีความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน
9. อุตลักษณ์ ยังเป็นสิ่งที่ไม่มีความเป็นเอกภาพ นั้นเป็นเพราะเงื่อนไขต่างๆ ที่นำมาใช้นั้นเอง
10. การที่ยังคงอธิบายให้เห็นว่า เพราะเหตุใดที่ผู้คนในสังคมยังยึดติดอยู่กับสัญลักษณ์แห่งตน ทำไมคนเราจึงต้องค้นหาตำแหน่งแห่งที่ ที่จะยืนหยัดต่อสู้กับวาทกรรมอันเกิดจากสัญลักษณ์ รวมถึงการอธิบายว่า สังคมและสัญลักษณ์ยังเป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่กระบวนการสร้างสัญลักษณ์ ทั้งหมดนี้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่อธิบายว่า เพราะเหตุใด อุตลักษณ์จึงถูกสร้างขึ้นและได้รับการดำรงและรักษาไว้ในแต่ละสังคม

เงื่อนไขทั้ง 10 ประการ แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นและความสำคัญของสัญลักษณ์ที่มีต่อสังคมมนุษย์ และส่งผลให้แต่ละสังคมต้องมีสัญลักษณ์ก่อกำเนิดขึ้นอยู่เสมอ เพื่อการดำรงอยู่ของสังคม อย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของสัญลักษณ์ยังเป็นสิ่งที่ต้องพึงพิงและสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ในสังคม อาทิ การเป็นตัวแทน ผลผลิตแห่งสัญลักษณ์ การใช้ของคนในสังคม และกฎเกณฑ์ต่างๆ ในสังคม ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 วงจรแห่งวัฒนธรรม
(The Circuit of Culture)

จากภาพที่ 2.1 เป็นผลการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของ Du Gay, Hall และคณะ (อ้างถึงใน Woodward, 1999) ที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” ที่แสดงให้เห็นว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้น และคนในสังคมร่วมกันใช้ โดยอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรม หากต้องการทำความเข้าใจเรื่องอัตลักษณ์จำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงกระบวนการสร้างภาพตัวตน สิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ ผลผลิตแห่งอัตลักษณ์ การร่วมกันใช้ของคนในสังคม และกฎเกณฑ์ ข้อบังคับต่างๆ ในสังคม

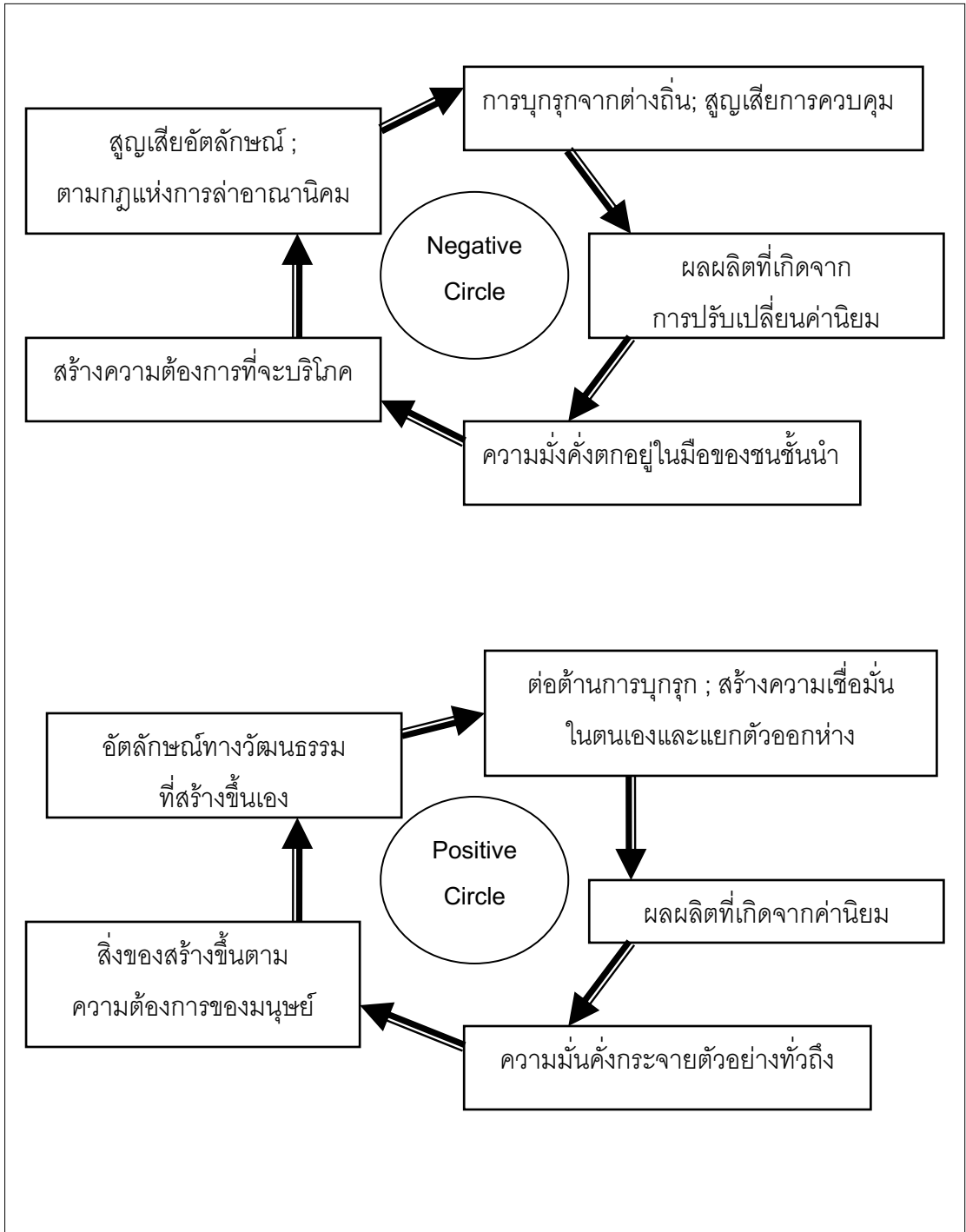
การอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมโดยใช้วงจรแห่งวัฒนธรรม จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ซึ่งเป็นผลผลิตในการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม ทว่ากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ยังสามารถอธิบายในเชิงบวกและเชิงลบ ดังการศึกษาของ Roy Preiswerk ในปี 1980 ที่อธิบายถึงพัฒนาการทางวัฒนธรรม โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ พัฒนาการในเชิงบวก ที่เน้นเรื่องของความเป็นอิสระในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และพัฒนาการในเชิงลบ ที่แสดงถึงสิ่งที่เข้ามาขวางกั้นหรือมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างวัฒนธรรมในสังคม

พัฒนาการเชิงบวก(ดูภาพที่ 2.2) สามารถตีความได้ว่า อัตลักษณ์จะถูกสร้างขึ้นมาจากค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และสถาบันต่างๆ ของสังคมที่มีมาแต่ดั้งเดิม พร้อมทั้งจะ

ต่อต้านปัจจัยจากภายนอกที่จะทำลายอัตลักษณ์ที่ได้รับตกทอดมาจากบรรพบุรุษ อีกทั้งจะสร้าง
ผลิตผลทางวัฒนธรรมตรงกับความต้องการของคนในท้องถิ่น

ในขณะที่พัฒนาการเชิงลบ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมนั้นอาจถูกละเลย
และปล่อยทิ้งให้เป็นวัฒนธรรมชายขอบ เนื่องจากถูกปัจจัยภายนอกที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการ
ดำรงชีวิตของบุคคลในสังคม

จากการตีความหมายของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ดังที่แสดงในวงจรแห่งวัฒนธรรม
(ภาพที่ 2.1) และวงจรแห่งพัฒนาการทางวัฒนธรรม(ภาพที่ 2.2) จัดเป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้เห็นว่า อัต
ลักษณ์ของแต่ละสังคมเป็นสิ่งถูกสร้างขึ้นภายในสังคมนั้นๆ ที่สำคัญ “อัตลักษณ์” ที่แต่ละสังคม
สร้างขึ้นมานั้น มักจะเกิดขึ้นโดยความไม่ตั้งใจอันเป็นผลมาจากพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่มี
ความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน(interrelate) อีกทั้งยังต้องการปฏิสัมพันธ์(interact) ซึ่งกันและกัน
ภายในสังคมนั้นๆ ความสัมพันธ์เหล่านี้จึงเป็นรากฐานที่สำคัญอันก่อให้เกิดอัตลักษณ์ทาง
วัฒนธรรมของสังคมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.2

วงจรแห่งพัฒนาการทางวัฒนธรรมเชิงลบและเชิงบวก

(The Negative-suppressive and Positive-liberative Circles of Development)

2.6 ภาพลักษณ์: ภาพสะท้อนแห่งอัตลักษณ์

เมื่อกล่าวถึง “อัตลักษณ์” (identity) สิ่งที่คุณคุ้นเคย คือ “ภาพลักษณ์” (Image) โดย Birkit and Stadler (1986) ได้ให้นิยามของความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสิ่งว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพฉาย (Projector) ของอัตลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Lynn(1995) กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ คือ ตัวตนของเรา ภาพลักษณ์ คือ สิ่งที่ทุกคนมองเห็นเรา (Identity is who you are. Image is how people perceive you.)

ด้าน Gripsrud (2000) อธิบายว่า อัตลักษณ์ คือ ลักษณะพิเศษอันโดดเด่นของความเป็นหนึ่งเดียว ความเหมือน ความคล้ายคลึงกัน ในขณะที่เรากำลังค้นหาความพึงพอใจ ทั้งจากพฤติกรรมมนุษย์หรือสื่อ เราจะเกิดภาพว่างทางความคิดคำนึงบนพื้นฐานของความเหมือน และความต่างระหว่างความเป็นเรา และความเป็นอื่น อาทิ ขณะที่เรากำลังหามาเนิ่นนานว่า ผู้คนรอบๆ ตัวเราประกอบด้วย “เขา” เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของมนุษย์ แต่มีลักษณะที่เหมือน และแตกต่างกัน เขาของใครจะมีลักษณะที่เฉพาะของคนนั้น นั่นคือ เงื่อนไขของการค้นพบที่แน่นอนตายตัว นอกจากนี้ประกอบที่เป็นข้อสรุปเกี่ยวกับตัวเราแล้ว ยังมีข้อสรุปที่คนอื่นเชื่อมโยงเกี่ยวกับตัวเรา นั่นคือสิ่งที่เขาประทับใจผ่านสื่อ หรือสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์ นั่นคือ ภาพลักษณ์ที่แสดงออกมา นั่นเอง

นอกจากนี้ Sarup (2002) ยังอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ว่า อัตลักษณ์มีความสำคัญต่อการรับรู้เรื่องราวของบุคคลๆ คนหนึ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า บุคคลคนนั้นเป็น ใคร อะไรที่ทำให้คิดหรือเชื่อว่าเป็นบุคคลนั้น แล้วจะปฏิบัติต่อบุคคลนั้นแบบใด นั่นหมายความว่า อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกผู้คนในสังคมรู้สึก คิดคำนึง และปฏิบัติต่อบุคคลนั้น

สำหรับการกำเนิดขึ้นของอัตลักษณ์นั้น Sarup เสนอว่า มาจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีหลายสาขา อาทิ ทฤษฎีบทบาททางสังคม โดยเฉพาะกระบวนการกล่อมเกลาทางสังคม แนวคิดเรื่องอุดมคติในสังคม และทฤษฎีว่าด้วยวาทกรรม โดยการศึกษาถึงต้นกำเนิดของอัตลักษณ์จะมุ่งไปที่บทบาททางสังคม การกล่อมเกลาจากครอบครัว โรงเรียน ที่ทำงาน และที่ขาดไม่ได้ คือ สื่อมวลชน ทั้งหมดล้วนมีส่วนสำคัญต่อความเป็นอัตลักษณ์ รวมไปถึงผลพวงที่เกิดจากอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์

จากการอธิบายความข้างต้น แสดงให้เห็นถึง ความเกี่ยวพันกันระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ซึ่งจัดเป็นสิ่งเดียวกัน แต่ขึ้นอยู่กับมุมมองที่จะมองสิ่งนั้น กล่าวคือ “อัตลักษณ์” เปรียบเสมือนคุณลักษณะที่เป็นตัวตนของเรา เป็นสิ่งที่เรามองตัวเราเอง ในขณะที่ผู้อื่นมอง

คุณลักษณะดังกล่าว จะกลายเป็น “ภาพลักษณ์” ซึ่งเป็นภาพที่สะท้อนออกจากตัวเราเอง เพราะฉะนั้น ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งเดียวกัน แตกต่างกันในตำแหน่งของผู้มองคุณลักษณะดังกล่าว ว่าจะเป็นตัวเราให้ความหมายแก่ตัวเรา หรือผู้อื่นมองภาพที่สะท้อนออกจากตัวเรานั้นเอง

2.7 สรุป: กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาจะมุ่งใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นเรื่องของวัฒนธรรมศึกษา เป็นกรอบในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ด้านภาพลักษณ์จะเป็นเพียงสะท้อนของอัตลักษณ์ ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จะใช้แนวทางแห่งการศึกษาอัตลักษณ์ เพื่ออธิบายถึงวิธีการคัดเลือก และจำแนกสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พร้อมกับศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์เหล่านั้น อีกทั้งพยายามสะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยที่ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อค้นหาและรวบรวมมโนทัศน์(concept) ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
4. เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
6. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์กับอัตลักษณ์ที่เป็นจริงของจังหวัดเชียงราย
7. เพื่อหาแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

จากวัตถุประสงค์ทั้ง 7 ข้อ นำมากำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 กรอบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อค้นหาลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ตลอดจนกระบวนการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย” ซึ่งเป็นการค้นหาลักษณะหรือตัวตนของชาวเชียงราย โดยมุ่งสืบค้นว่า

- อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ อะไร
- อัตลักษณ์ดังกล่าวของจังหวัดมีกระบวนการสร้างขึ้นมาอย่างไร
- อะไร คือ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ดังกล่าวขึ้น

ในส่วนแรกนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งสืบค้นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยจะใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ(Qualitative Data) ด้วยวิธีการฝังตัวศึกษาเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาถึง “ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ” โดยตั้งคำถามว่า

- อะไร คือ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
- อะไร คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ดังกล่าวของจังหวัดเชียงราย

สำหรับ “ภาพลักษณ์” ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ภาพสะท้อนที่ออกมาจากอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย โดยมุ่งศึกษาข้อเท็จจริงจากข้อมูลเชิงปริมาณ(Quantitative Data)

ส่วนที่ 3 เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ มาศึกษาว่า

- ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันหรือไม่
- อะไร คือ ลักษณะที่เหมือนกัน และอะไร คือ ลักษณะที่แตกต่างกัน ระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ทั้ง 3 ส่วนนำมาวางกรอบการวิจัย โดยเริ่มจากการค้นหาลักษณะสำคัญที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ด้วยวิธีการสังเกตการณ์ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม และศึกษาเอกสาร

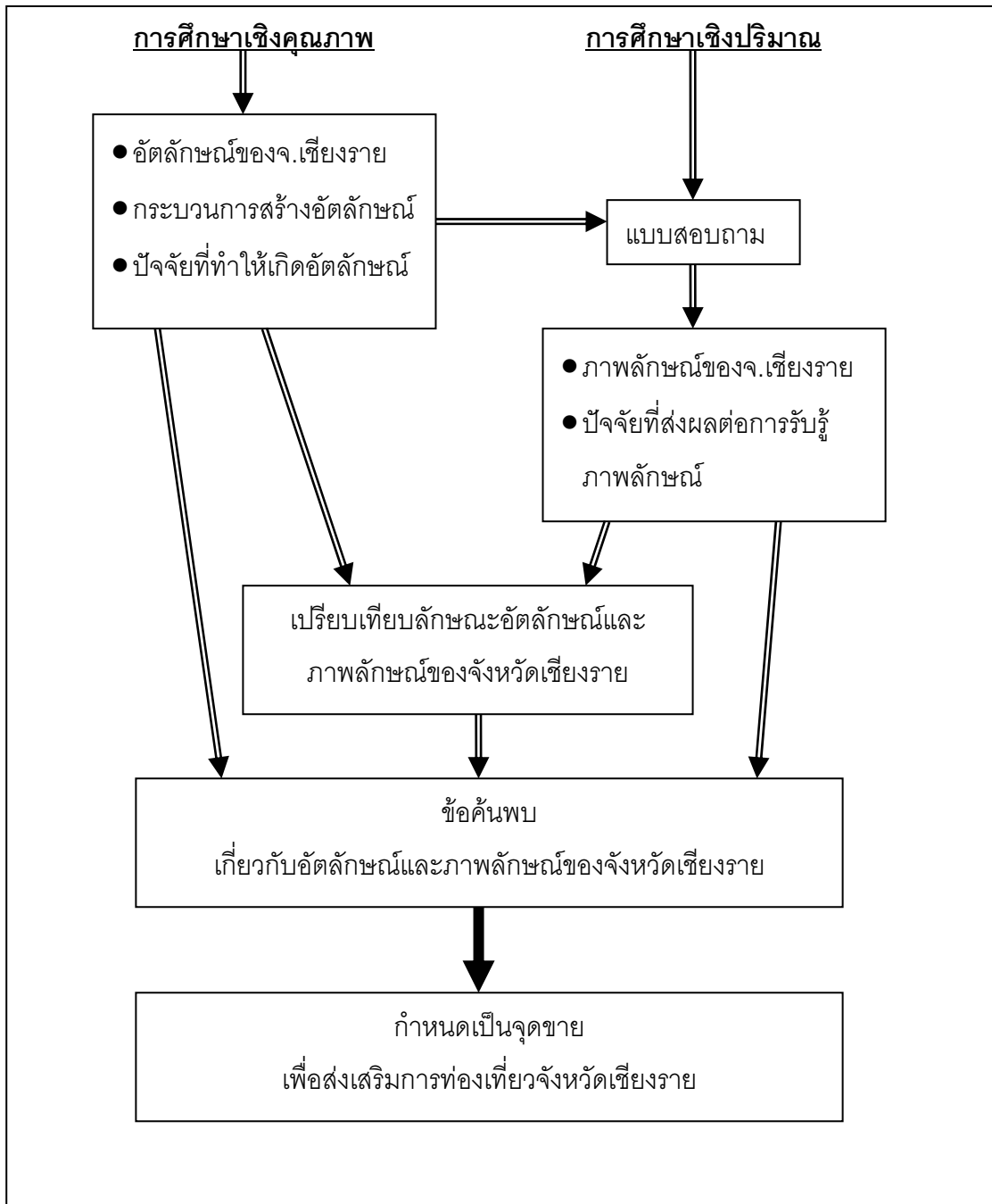
หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ไปจัดทำแบบสอบถาม เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

เมื่อได้ข้อมูลในส่วนของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ จะนำไปศึกษาเปรียบเทียบเพื่อหาลักษณะที่เหมือนและแตกต่างกันระหว่างอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นตัวตนของคนเชียงราย กับภาพลักษณ์ คือ สิ่งที่สะท้อนจากอัตลักษณ์ หรือมุมมองของนักท่องเที่ยวที่รู้ว่าคนเชียงรายมีลักษณะอย่างไร

ส่วนที่ 4 นำข้อมูลจากส่วนที่ 3 มาศึกษาว่า

- อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายส่วนใด ที่น่าจะนำมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดเชียงราย

การศึกษาในส่วนที่ 4 จึงเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 3 นำมาสังเคราะห์ เพื่อหาแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 3.1

กรอบการวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

3.2 วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1. การศึกษาด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เน้นการศึกษาเพื่อสืบหาข้อมูลในเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการ

- การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(Dept-Interview)
- การสังเกตการณ์ (Observation)
- การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group)
- การศึกษาเอกสาร (Documentary)
- การประชุมระดมความคิด

2. การศึกษาด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาที่มุ่งหาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษ 2 แบบ ได้แก่

- แบบสอบถาม
- การประชุมระดมความคิด

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยนี้ ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังที่กล่าวไปข้างต้น ส่งผลให้มีการใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การศึกษาด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

- ประชากร ได้แก่ ชาวเชียงรายทั้งหมด
- กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประชาชนชาวเชียงรายอายุระหว่าง 15 - 80 ปี จำนวน 15 - 20 คน กลุ่มสภาวัฒนธรรมเชียงราย 10 - 15 คน และกลุ่มช่างและศิลปินของจังหวัดเชียงราย 10 - 15 คน

2. การศึกษาด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

- ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งหมดที่มาเยือนจังหวัดเชียงราย ในช่วงที่เก็บข้อมูล (เมษายน – พฤษภาคม 2549)

- **กลุ่มตัวอย่าง** ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ทั้ง 2 กลุ่มจะใช้วิธีการสุ่มแบบ Multistage Random Sampling ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 แบ่งพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายออกเป็น 3 เขต ได้แก่ แหล่งที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น แหล่งที่มีนักท่องเที่ยวปานกลาง และแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวน้อย

ขั้นที่ 2 ให้โควต้าตามพื้นที่ ได้แก่ แหล่งนักท่องเที่ยวมากร้อยละ 50 (กลุ่มละ 200 คน) แหล่งนักท่องเที่ยวปานกลาง ร้อยละ 30 (กลุ่มละ 120 คน) และแหล่งนักท่องเที่ยวน้อย ร้อยละ 20 (กลุ่มละ 80 คน)

ขั้นที่ 3 แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญตามจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น

ตารางที่ 3.1

เพศของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยว	เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	ชาย	193	48.25
	หญิง	207	51.75
	รวม	400	100.00
ต่างชาติ	ชาย	225	56.25
	หญิง	175	43.25
	รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งเป็นเพศชาย 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 และเพศหญิง 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็นเพศชาย 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และเพศหญิง 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25

ตารางที่ 3.2
อายุของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	52	13.00
	21 – 30 ปี	101	25.25
	31 – 40 ปี	79	19.75
	41 – 50 ปี	83	20.75
	51 – 60 ปี	61	15.25
	สูงกว่า 60 ปี	24	6.00
	รวม	400	100.00
ต่างชาติ	ต่ำกว่า 20 ปี	48	12.00
	21 – 30 ปี	104	26.00
	31 – 40 ปี	112	28.00
	41 – 50 ปี	73	18.25
	51 – 60 ปี	42	10.50
	สูงกว่า 60 ปี	21	5.25
	รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนจังหวัดเชียงราย เมื่อแบ่งตามกลุ่มอายุ ดังแสดงในตารางที่ 3.2 พบว่า แต่ละกลุ่มอายุมีความแตกต่างกันไม่มากนัก โดยกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 โดยมีกลุ่มอายุ 41 -50 ปี และกลุ่มอายุ 31- 40 ปี มาเป็นอันดับ 2 และ 3 คิดเป็นร้อยละ 20.75 และ 19.75 ตามลำดับ

ส่วนช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่มากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 โดยมีกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี ตามมาเป็นอันดับ 2 มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00

ตารางที่ 3.3
ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวน	ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	ประถม	19	4.75
	มัธยม	151	37.75
	อนุปริญญา	41	10.25
	ปริญญาตรี	137	34.25
	สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.75
	อื่นๆ	5	1.25
	รวม	400	100.00
ต่างชาติ	ประถม	11	2.75
	มัธยม	92	23.00
	อนุปริญญา	49	12.25
	ปริญญาตรี	142	35.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	79	19.75
	อื่นๆ	27	6.75
	รวม	400	100.00

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจะอยู่ที่ระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่าง มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

ตารางที่ 3.4
อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	นักเรียน/นักศึกษา	131	32.25
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	86	21.50
	เกษตรกร	12	3.00
	พนักงานบริษัท/พนักงานธนาคาร	41	10.25
	ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	68	17.00
	รับจ้างทั่วไป	19	4.25
	ว่างงาน	5	1.25
	ผู้เกษียณอายุ	38	9.50
	รวม	400	100.00
ต่างชาติ	นักเรียน/นักศึกษา	81	20.25
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	33	8.25
	เกษตรกร	5	1.25
	พนักงานบริษัท/พนักงานธนาคาร	21	5.25
	ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัว	35	8.75
	รับจ้างทั่วไป	51	12.75
	ว่างงาน	3	0.75
	ผู้เกษียณอายุ	171	42.75
	รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงไป คือ อาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานของรัฐ มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุ มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงไป คือ นักเรียน นักศึกษา มีจำนวน 81คน คิดเป็นร้อยละ 20.25

ตารางที่ 3.5
รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวน	รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน	108	27.00
	5,001 – 10,000 บาท/เดือน	95	23.75
	10,001 – 15,000 บาท/เดือน	54	13.50
	15,001 – 20,000 บาท/เดือน	32	8.00
	20,001 – 25,000 บาท/เดือน	50	12.50
	25,001 – 30,000 บาท/เดือน	43	10.75
	สูงกว่า 30,001 บาท/เดือน	18	4.50
	รวม	400	100.00
ต่างชาติ	ต่ำกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี	81	20.25
	10,001 – 15,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี	65	16.25
	15,001 – 20,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี	71	17.75
	20,001 – 25,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี	52	13.00
	25,001 – 30,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี	29	7.25
	สูงกว่า 30,001 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี	102	25.50
	รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน รongลงมา คือ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปีสูงกว่า 30,001 ดอลลาร์สหรัฐ คือ มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รongลงไปเป็นรายได้ต่ำกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25

* รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นต่อเดือน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คิดเป็นต่อปี

ตารางที่ 3.6
แหล่งที่มาของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	แหล่งที่มา	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	กรุงเทพมหานคร	33	8.25
	ภาคเหนือ	268	67.00
	ภาคกลาง	36	9.00
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	39	9.75
	ภาคตะวันออก	6	1.5
	ภาคตะวันตก	8	2.00
	ภาคใต้	10	2.50
	รวม	400	100.00
ต่างชาติ	เอเชีย	110	27.50
	ยุโรป	133	33.25
	อเมริกา	74	18.50
	ออสเตรเลีย	65	16.25
	แอฟริกา	12	3.00
	อื่นๆ	6	1.50
	รวม	400	100.00

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มาจากภาคเหนือ มีจำนวนมากถึง 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมาจากประเทศในโซนยุโรปมากที่สุด คือ 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 และโซนเอเชียรองลงมา มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งตามออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การศึกษาเรื่องของ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เน้นการศึกษาเพื่อหาข้อมูลในเชิงคุณภาพ จึงใช้เครื่องมือ 4 แบบ ได้แก่

1. การศึกษาเอกสาร (Documentary)
2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Dept Interview)
3. การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group)
4. การสังเกตการณ์ (Observation)

เครื่องมือทั้ง 4 แบบนี้ใช้สำหรับค้นหาข้อมูล เพื่อตอบคำถามงานวิจัย ได้แก่

- อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ อะไร
- กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายมีอะไรบ้าง

ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และการอภิปรายกลุ่ม มีดังนี้

- ลักษณะสำคัญที่บ่งบอกความเป็นเชียงราย
- ความพิเศษที่ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากแหล่งอื่นๆ โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตล้านนา
- อะไร ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากแหล่งอื่นๆ
- สิ่งสำคัญที่ทำให้เชียงรายต้องมีความแตกต่างจากแหล่งอื่นๆ
- สิ่งที่น่าทึ่งที่นักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นชาวเชียงราย
- อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 : การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จะใช้ “แบบสอบถาม” จำนวน 800 ชุด เพื่อค้นหาข้อมูลในเชิงปริมาณ เพื่อตอบคำถามงานวิจัยที่ถามว่า

- ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นอย่างไร
- ปัจจัยใดมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

แบบสอบถาม 800 ชุด ใช้สำหรับเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 ชุด ทั้งหมดมีข้อคำถามรูปแบบเดียวกัน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านเหตุผลที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย แบ่งเป็น

1) วัดการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นความแตกต่างมากที่สุด = 5 คะแนน

เห็นความแตกต่างมาก = 4 คะแนน

ไม่เห็นความแตกต่าง = 3 คะแนน

เห็นความแตกต่าง = 2 คะแนน

เห็นความแตกต่างน้อย = 1 คะแนน

หลังจากนั้นนำคะแนนมาหาช่วงคะแนน เพื่อจัดลำดับมุมมองของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีวิธีการหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} \div \text{จำนวนชั้น} \\ &= \text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด} \div \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5 - 1) \div 5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ค่าคะแนนข้างต้นนำมาคำนวณ เพื่อจัดลำดับค่าของการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายได้ ดังนี้

ค่าคะแนน	ระดับมุมมองที่มีต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
1.00 – 1.80	เห็นแตกต่างน้อย
1.81 – 2.60	เห็นความแตกต่าง
2.61 – 3.40	ไม่เห็นความแตกต่าง
3.41 – 4.20	เห็นความแตกต่างมาก
4.21 – 5.00	เห็นความแตกต่างมากที่สุด

2) ใช้วัดค่าแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของเชียงรายกับกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนหรือกลุ่มล้านนา ใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีความแตกต่างมากที่สุด	=	5 คะแนน
มีความแตกต่างมาก	=	4 คะแนน
ไม่เห็นความแตกต่าง	=	3 คะแนน
เห็นความแตกต่าง	=	2 คะแนน
เห็นความแตกต่างน้อย	=	1 คะแนน

หลังจากนั้นนำคะแนนมาหาช่วงคะแนน เพื่อจัดลำดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ โดยใช้สูตรการคำนวณข้างต้น ส่งผลให้มีค่าคะแนน ดังนี้

<u>ค่าคะแนน</u>	<u>ระดับการรับรู้</u>
1.00 – 1.80	= เห็นความแตกต่างน้อย
1.81 – 2.60	= เห็นความแตกต่าง
2.61 - 3.40	= ไม่เห็นความแตกต่าง
3.41 – 4.20	= เห็นความแตกต่างมาก
4.21 – 5.00	= เห็นความแตกต่างมากที่สุด

3) เป็นส่วนที่ต้องการวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ส่งผลมากที่สุด	=	5 คะแนน
ส่งผลมาก	=	4 คะแนน
ส่งผลปานกลาง	=	3 คะแนน
ส่งผลน้อย	=	2 คะแนน
ส่งผลน้อยที่สุด	=	1 คะแนน

นำคะแนนมาหาช่วงคะแนน เพื่อจัดลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยใช้สูตรคำนวณข้างต้น ได้ผลลัพธ์ ดังนี้

<u>ค่าคะแนน</u>	<u>ระดับปัจจัยส่งต่อการรับรู้</u>
1.00 – 1.80	= ส่งผลน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	= ส่งผลน้อย
2.61 - 3.40	= ส่งผลปานกลาง
3.41 – 4.20	= ส่งผลมาก
4.21 – 5.00	= ส่งผลมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 3: เป็นการตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้มีการศึกษาทั้งส่วนของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยใช้ “การประชุมระดมความคิด” เพื่อหาข้อสรุปสำหรับการตอบคำถามงานวิจัยทั้งหมด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มุ่งเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จึงใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำมาเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

ส่วนที่ 2 การศึกษาภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มุ่งเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนั้นจะใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้จากส่วน 1 และ 2 มาอธิบายด้วยการวิธีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำไปเขียนพรรณนาเชิงเหตุและผล เพื่อศึกษาถึงความเหมือนและความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 3 นำมาสังเคราะห์ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุและผล ที่จะการสร้างจุดขาย เพื่อนำไปเป็นแนวทางวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายต่อไป

3.6 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จัดเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จะแบ่งการศึกษา ออกเป็น 4 ส่วน ส่วนแรก เป็นการศึกษาถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นส่วนที่ผู้วิจัยมุ่งเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มศิลปินหรือสลาของจังหวัดเชียงราย กลุ่มผู้สูงวัย กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มผู้ทำงานด้านวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม

การศึกษาในส่วนแรกนี้ มุ่งศึกษาถึงลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาถึงภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย มุ่งเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเชียงราย จำนวน 800 ชุด แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มละ 400 ชุด ใช้สำหรับการวัดมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มี

ต่อจังหวัดเชียงราย ผลที่ออกมาจึงเป็นภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ดังกล่าว

ส่วนที่ 3 เป็นการเปรียบเทียบระหว่างความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของชาวเชียงรายกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่สะท้อนจากนักท่องเที่ยว เพื่อแสวงลักษณะของ 2 สิ่งว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 นำผลจากส่วนที่ 3 มาศึกษาหาจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย หลังจากนั้นนำผลที่ได้ทั้งหมด เข้าที่ประชุมซึ่งเป็นตัวแทนของชาวเชียงราย เพื่อระดมความคิดว่าลักษณะดังกล่าวเป็น “อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย”

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษา เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย
2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย

ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนเป็นการรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงคุณภาพ ส่วนภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายใช้ข้อมูลเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ผล

4.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

การศึกษาในส่วนของ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยในส่วนนี้ 3 ข้อ ประกอบด้วย

1. เพื่อค้นหาและรวบรวมมโนทัศน์(concept) ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย

จากวัตถุประสงค์ข้างต้น ส่งผลให้ผู้วิจัยมุ่งเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม และการสังเกตการณ์ ปรากฏข้อค้นพบ ดังต่อไปนี้

4.1.1 ข้อค้นพบเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

การแสวงหาคุณลักษณะที่เป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นแนวทางการค้นหาข้อมูลเชิงวัฒนธรรมศึกษา คือ การศึกษาถึงวิถีการดำเนินชีวิต (The way of life) ของคนในสังคม นับตั้งแต่การกิน การแต่งกาย การอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ หลักเกณฑ์การดำเนินชีวิตเหล่านี้ อาจเริ่มมาจากปัจเจกชน หรือคณะบุคคลทำเป็นต้นแบบ แล้วต่อมาคนส่วนใหญ่ได้ปฏิบัติสืบต่อ

กันมา กระนั้นวัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลา เมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ส่งผลให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกใช้วัฒนธรรมเดิม ฉะนั้นหากต้องการรักษาหรือดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิม จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาวัฒนธรรมเดิมให้เหมาะสมตามกาลเวลาที่เปลี่ยนไป

(http://www.thaiwisdom.org/p_culture/api/api_1.htm.)

ฉะนั้นการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ การศึกษาถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวเชียงราย จากการสืบหาข้อมูลหลายด้าน ประกอบด้วย การศึกษาจากเอกสาร จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการอภิปรายกลุ่ม (focus group) พบว่า วัฒนธรรมและการดำรงชีวิตของคนเชียงรายจะมีรูปแบบคล้ายคลึงกับผู้คนในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน ที่มีอยู่ 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน ซึ่งอาจเรียกรวมทั้งหมดว่า “กลุ่มล้านนา”

วิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มล้านนา ในภาพรวมจะมีลักษณะที่ใกล้เคียง และคล้ายคลึงกันมากจนแทบแยกไม่ออก นั่นเป็นเพราะว่า วัฒนธรรมร่วมของกลุ่มล้านนาโดยเฉพาะที่มีการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นเป็นระยะเวลาเกินกว่า 700 ปี ส่งผลให้ทุกแห่งมีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึง ทั้งด้านอาหารการกิน อาทิ แกงฮังเล น้ำพริกฮ้อง น้ำพริกหนุ่ม แคบหมู แกงแค ฯลฯ และที่สำคัญ คือ การนั่งล้อมวงกับพื้นรับประทานหรือที่เรียกว่า การนั่งรับประทานแบบขันโตก แม้ว่าปัจจุบันการรับประทานจะเปลี่ยนเป็นนั่งทานบนโต๊ะอาหาร แต่วัฒนธรรมการรับประทานกับพื้นแบบขันโตกยังมีพบเห็นตามชนบทของล้านนา ฉะนั้นอาหารแบบขันโตกจึงเป็นวัฒนธรรม หรืออัตลักษณ์โดยรวมที่โดดเด่นของชาวเหนือโดยเฉพาะ และแต่ละจังหวัดจะพยายามรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมนี้ไว้ สังเกตได้จากเมื่อมีแขกเมือง งานพิธีการ หรือนักท่องเที่ยวไปเที่ยวแถบภาคเหนือ จึงมักจะต้อนรับด้วยการพาไปรับประทานอาหารแบบขันโตก ซึ่งเป็นวัฒนธรรมแต่ดั้งเดิมของชาวล้านนานั้นเอง

นอกจากนี้ยังมีลักษณะร่วมกันอีกประการ คือ ประเพณี ได้แก่ สงกรานต์ การรดน้ำดำหัว การสู่ขวัญ ฯลฯ ตลอดจนการแต่งกายที่ชายมักจะใส่เตี๊ยม(กางเกงสะดอ) ส่วนผู้หญิงมักจะใส่ซิ่น (ผ้าถุง) และอื่นๆ ออกมาในรูปแบบของล้านนาโดยเฉพาะ แต่เมื่อแยกแต่ละพื้นที่ แต่ละจังหวัดในแถบล้านนาแล้ว จะไม่สามารถเห็นความโดดเด่นอย่างชัดเจน

“...วัฒนธรรมของเชียงรายเราเป็นวัฒนธรรมร่วม เป็นวัฒนธรรมล้านนา ตัวเอกลักษณ์ที่แยกเด่นโดยเฉพาะไม่มี เพราะเป็นลักษณะร่วมกันของทางล้านนา ไม่ว่าจะ

เป็นเรื่องของพิธีกรรม การแต่งกาย อาหารการกิน ล้วนคล้ายคลึงและใกล้เคียงกัน เพียงแต่ละมีความแตกต่างกันอย่างละเอียดอย่างละเอียด ซึ่งยากจะแยกให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน จึงเป็นเรื่องที่สร้างความลำบากใจให้แก่ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ที่เราจะสร้างกันอะไร และอย่างไร เพื่อให้เป็นเชียงใหม่...”

คำสัมภาษณ์ คุณมณฑล สิทธิหล่อ

ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นของคุณมณฑล สิทธิหล่อ ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับการให้ข้อมูลจากบุคคลอื่นๆ อาทิ อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ สถาปนิกทรง แสงจันทร์ อาจารย์ฉลอม พินิจสุวรรณ การอภิปรายกลุ่มสภาวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดจะมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ลักษณะทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหารการกิน ประเพณี และอื่นๆ ของเชียงใหม่ โดยทั่วไปแล้วหาจุดที่แตกต่างจากกลุ่มล้านนาแทบไม่ได้ นั่นเป็นเพราะวัฒนธรรมเหล่านั้นเป็นลักษณะร่วมของวัฒนธรรมล้านนาดังที่กล่าวมาข้างต้น

แม้ว่าผู้ให้ข้อมูลจะมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ในเรื่องที่มีความคล้ายคลึงกันด้านการใช้ชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของกลุ่มคนล้านนา แต่กระนั้นเมื่อต้องแสวงหาสิ่งที่เป็เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อปูทางสู่การท่องเที่ยว อันเป็นแนวทางที่จะสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น พบว่ามีข้อมูลที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นของจังหวัดเชียงใหม่ได้ ดังนี้

4.1.1.1 จุดตั้งต้นแห่งความเป็นล้านนา: ประวัติศาสตร์ที่เชียงใหม่ควรนำเสนอ

เป็นที่ทราบกันมาโดยทั่วกันว่า เชียงราย จัดเป็นจังหวัดหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนบนหรือที่รู้จักกันในนาม กลุ่มจังหวัดล้านนา ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน โดยมีเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางแห่งอารยธรรมล้านนาตั้งแต่ออดีตมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้เชียงใหม่กลายเป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้คนโดยทั่วไปมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา

หากได้ศึกษาประวัติศาสตร์ของอาณาจักรล้านนาจะพบว่า เชียงใหม่ ศูนย์รวมแห่งอาณาจักรล้านนานั้นเป็นเมืองที่สร้างขึ้นภายหลัง โดยพญาเม็งรายผู้ก่อตั้งเมืองเชียงใหม่ ที่ได้ทำการรวบรวมเมืองต่างๆ บริเวณใกล้เคียงก่อตั้งขึ้นเป็นอาณาจักรล้านนา และดำเนินการก่อสร้างเมืองเชียงใหม่เป็นราชธานีแทนเชียงราย ซึ่งก่อนหน้านั้นพญาเม็งรายได้ใช้เป็นศูนย์กลางในการปกครองก่อนที่จะ

แม่อิทธิพลและรวบรวมเมืองต่างๆ ก่อตั้งเป็นอาณาจักรล้านนา (<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/> , http://www.tourthai.com/province/chiang_rai/index.php และ <http://www.zabzaa.com/chiangrai/history.htm>)

จากประวัติศาสตร์ของเชียงรายที่มีมายาวนานกว่าเชียงใหม่ จึงส่งผลให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย พยายามหาแนวทางที่จะเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปทราบถึงความ เป็นมาของจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะความสำคัญของดินแดนแถบนี้ก่อนที่จะมีอาณาจักรล้านนา

“...ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มาท่องเที่ยวในดินแดนล้านนา มักจะหยุดที่เชียงใหม่ เพราะ เป็นเหมือนตัวแทนของล้านนา ทั้งที่เชียงรายของเรามีอะไรอยู่มากมาย หากเปรียบ เชียงใหม่เป็นมงกุฎนางงาม เชียงราย คือ เพชรบนมงกุฎของนางงาม เพราะเชียงรายเรามี ประวัติศาสตร์ที่ยาวนานกว่าเชียงใหม่ คนโดยส่วนใหญ่มักจะทราบเพียงประวัติศาสตร์ ตั้งแต่สมัยพญาเม็งรายลงไปเท่านั้น ทั้งที่จริงแล้วมีประวัติศาสตร์ก่อนหน้านั้นอีกมาก เช่น ประวัติของแคว้นเชียงแสน แคว้นโยนก ขณะนี้ทางสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายได้ พยายามรวบรวมข้อมูลเหล่านี้ เพื่อจะได้นำไปเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบถึง ประวัติความเป็นมาของดินแดนในแถบจังหวัดเชียงราย...”

คำสัมภาษณ์คุณมงคล สิทธิหล่อ

ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย

การมุ่งไปสู่ประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของจังหวัดเชียงรายนั้น จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะ สร้างให้เกิดลักษณะเด่นและมีความแตกต่างจากดินแดนอื่นๆ ในเขตล้านนา โดยเฉพาะจังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งเป็นดินแดนที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด หากเอ่ยถึงอาณาจักรล้านนา ดังนั้นการ ค้นคว้าประวัติความเป็นมาที่มีลักษณะโดดเด่นของแต่ละแคว้นของจังหวัดเชียงราย จึงเป็นการ สร้างจุดเด่น อันเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่จะแสดงให้เห็นบุคคลทั่วไปได้รับทราบ ลักษณะที่เป็นหนึ่ง เดียวของจังหวัดเชียงรายที่หาไม่ได้ในจังหวัดอื่นๆ นั่นเอง

4.1.1.2 ความหลากหลายทางวัฒนธรรม: แหล่งที่พักพิงของ 30 ชนเผ่า

ความโดดเด่นของจังหวัดเชียงรายอีกประการหนึ่ง คือ การเป็นพื้นที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายทางเผ่าชน ที่มีมากถึง 30 ชนเผ่า ประกอบด้วย

- 1) ลื้อเชียงรุ่ง เดิมอาศัยตั้งบ้านเมืองอยู่บริเวณเขตเมืองเชียงรุ่งในอาณาจักรอาณาจักรล้านนาคอนไต้ของประเทศจีน เมื่อกลางปี 2492 ได้พากันอพยพเข้ามาอยู่เขตไทย อาศัยตั้งบ้านเรือนอยู่ ณ บ้านริมฝั่งแม่น้ำสาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- 2) มูเซอคำ อาศัยอยู่ในเขตดอยตุง ดอยจ้อง อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- 3) จีน ที่อยู่ในจังหวัดเชียงรายมีหลายพวกหลายภาษา มีจีนแคะ ไทหล่า แต่จิว กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน
- 4) ลัวะ หรือ ละว้า ในจังหวัดเชียงราย ชาวลัวะอาศัยอยู่ในเขตตำบลบัวสลี ตำบลแม่กรณ์ อำเภอเมืองเชียงราย
- 5) ฮ่อ คือคนจีนที่อยู่ในเขตมณฑลยูนนานในประเทศจีน ในจังหวัดเชียงรายอยู่กระจัดกระจาย เช่น อำเภอแม่สาย เชียงของ ดอยช้าง (เขตอำเภอเมือง) ดอยผาหมี (เขตอำเภอแม่สาย)
- 6) ไตยอง ชาวเหนือเรียกว่า “ยอง” ปัจจุบันอาศัยอยู่อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
- 7) ลื้อเชียงคำ เดิมอพยพมาจากเมืองพง เมืองหยวน เมืองมาง เมืองฮัง เมืองเชียงคาน ในเขตมณฑลยูนนานตอนใต้ ปัจจุบันอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา (เดิมเป็นเขตพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย)
- 8) ยางหรือกะเหรี่ยง ในจังหวัดเชียงราย อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง แม่จัน แม่สรวย และอำเภอเวียงป่าเป้า
- 9) ลาวอินโดจีน เป็นคนไทยเผ่าหนึ่ง ปัจจุบันอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเชียงแสน เชียงของ จังหวัดเชียงราย
- 10) อีเก้อ หรือ อาข่า ปัจจุบันอาศัยอยู่ตามภูเขา อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- 11) ลื้อห้วยเม็ง ปัจจุบันอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
- 12) ม้ง หรือ แม้ว ปัจจุบันอาศัยอยู่ตามภูเขาต่างๆ เช่น ดอยช้าง ดอยผาหม่น ดอยหลวง จังหวัดเชียงราย
- 13) ไตหย่า เดิมอาศัยอยู่ในมณฑลยูนนานประเทศจีน ปัจจุบันอาศัยอยู่ในบริเวณบ้านห้วยไคร้ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

- 14) ต๋องซู้ อพยพมาจากพม่า ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่อำเภอแม่สาย และอำเภอแม่จัน จังหวัด เชียงราย
- 15) ไตเมืองเหนือ ปัจจุบันอาศัยอยู่บริเวณหมู่บ้านสันมะแฟน ตำบลแม่จัน และอำเภอแม่ สาย
- 16) ซ่ามู ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่บ้านห้วยข่อย ห้วยกอก อำเภอเชียงของ และบ้านห้วยเอียน อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
- 17) ณวน ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
- 18) ลื้อแจ้ ปัจจุบันอาศัยอยู่บริเวณบ้านปอ ตำบลปอ บ้านท่าข้าม ตำบลม่วงยาย บ้าน พริ้วรุกด ตำบลศรี อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
- 19) เย้า เดิมอาศัยอยู่ตามภูเขาในมณฑลยูนนาน ประเทศจีน ปัจจุบันอาศัยอยู่บนเขา อำเภอแม่จัน พาน เชียงของ จังหวัดเชียงราย
- 20) ยางแดง หรือกระเหรียงแดง ปัจจุบันอาศัยอยู่บริเวณบ้านโป่งพระบาท ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- 21) ม่าน ม่านคือชาวพม่าที่ชาวเหนือเรียก ได้เข้ามาอยู่ในจังหวัดเชียงรายมานาน พอสสมควร อาศัยอยู่บริเวณอำเภอแม่สาน จังหวัดเชียงราย
- 22) ยางขาว หรือกระเหรียงขาว ในจังหวัดเชียงรายจะพบได้บริเวณบ้านห้วยชม อำเภอ เมือง จังหวัดเชียงราย
- 23) ลื้อน้ำอู ปัจจุบันอาศัยอยู่บ้านท่าข้าม อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย
- 24) ไทยใต้ คือคนไทยที่เคยอาศัยอยู่ในภาคใต้ขึ้นมาอยู่ที่เชียงราย โดยเป็นพ่อค้าหรือ ข้าราชการ
- 25) แขก บางออกเป็น 2 พวก คือแขกมลายู และแขกอินเดีย ปัจจุบันอาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- 26) ซ่าฮอก เป็นชาวเขาเผ่าหนึ่งอาศัยอยู่ตามเชิงเขาในอินโดจีน และอพยพมาอยู่จังหวัด เชียงราย ในเขตอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
- 27) ไทยใหญ่ หรือเงี้ยว ปัจจุบันอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง (บ้านสันป่าก่อ) อำเภอแม่จัน และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- 28) ลีซอ ปัจจุบันจะอาศัยอยู่ในเขตอำเภอแม่จัน (บ้านห้วยมะหินฝน) และอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
- 29) กูย อาศัยอยู่แถวอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

30) เขิน หรือไต่เขิน มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตสหรัฐอเมริกาใหญ่ ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ชนเผ่าแต่ละชนเผ่าจะมีวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะการแต่งกายที่จะมีลักษณะเฉพาะอันเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของแต่ละชนเผ่าอย่างชัดเจนที่สุด เมื่อมาอยู่รวมตัวกันในพื้นที่จังหวัดเชียงราย จึงส่งผลให้เป็นดินแดนที่เป็นศูนย์รวมของวัฒนธรรมอันหลากหลาย ปัจจุบันแต่ละชนเผ่ายังอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอาไว้ โดยเฉพาะลักษณะการแต่งกายที่มักจะนิยมนำมาสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ อาทิ เทศกาลสงกรานต์ หรือเทศกาลทำบุญต่างๆ เป็นต้น

ปัจจุบันชนเผ่าทั้ง 30 ชนเผ่าได้กลายเป็นประชาชนส่วนหนึ่งของจังหวัดเชียงราย ซึ่งแต่ละชนเผ่าจะมีวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมผสาน การดำเนินชีวิตที่มีลักษณะแห่งล้านนา และความเป็นอยู่ตามสมัยนิยม ซึ่งเป็นไปตามกระแสความนิยมแห่งยุคสมัย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา พร้อมกับการปรับตัวของชนเผ่าเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

การเป็นดินแดนที่มีชนเผ่าอาศัยมากถึง 30 ชนเผ่า ถือเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทางจังหวัดเชียงรายนำมาใช้เป็นจุดเด่นในการแนะนำจังหวัด โดยนำมาใช้เป็นคำขวัญประจำจังหวัดในยุคแรก ๆ แต่ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงและตัดส่วนที่บ่งบอกถึงการเป็นการเป็นดินแดนที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของ 30 ชนเผ่าออกไป

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงกล่าวได้ว่า ลักษณะแห่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มาจากการอยู่ร่วมกันของ 30 ชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้จังหวัดเชียงรามีลักษณะที่โดดเด่นแตกต่างจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย ถือเป็น อัตลักษณ์ที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

4.1.1.3 ชายแดน 2 แผ่นดินและทัศนียภาพอันงามตา : ลักษณะเด่นของเชียงราย

สำหรับสมรภูมิที่ตั้งของจังหวัดเชียงราย จัดว่าเป็นจุดที่ได้เปรียบว่าจังหวัดอื่นในแถบภาคเหนือตอนบน เนื่องจากมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ คือ ประเทศพม่า และประเทศลาว นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำโขงที่เป็นเส้นทางสำคัญทางเรือในการพาไปสู่ดินแดนสิบสองปันนา และประเทศจีน

จังหวัดเชียงรายมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับ สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

- ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจังหวัดพะเยา
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับ สหภาพพม่า และจังหวัดเชียงใหม่

การมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ นับเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการติดต่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด เชียงราย อาทิ ด้านชายแดนอำเภอแม่สาย สำหรับการติดต่อกับสหภาพพม่า และด้านอำเภอเชียงของ สำหรับการติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



ภาพที่ 4.1

แผนที่จังหวัดเชียงราย

(<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/database-cr.htm#2>)

ความโดดเด่นด้านภูมิประเทศที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านของจังหวัดเชียงรายนี้อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ศิลปินแห่งชาติและเป็นชาวเชียงรายโดยกำเนิด ได้ให้ความเห็นว่า

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความสำคัญมากๆ ของจังหวัดเชียงราย คือ การที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศพม่าและประเทศลาว ซึ่งไม่มีจังหวัดใดในประเทศไทยที่จะมีลักษณะเช่นนี้ ถือว่าเป็นโอกาสอันดีของจังหวัดเชียงรายที่เป็นประตูเปิดไปสู่ประเทศพม่าและลาว อีกทั้งสามารถเชื่อมต่อไปจนถึงประเทศจีน จังหวัดเชียงรายจึงมีโอกาสอันดีด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพียงแต่ว่า จังหวัดเชียงรายมีข้อด้อย คือ งานด้านศิลปวัฒนธรรมไม่โดดเด่นเท่ากับจังหวัดเชียงใหม่ จึงส่งผลต่อการท่องเที่ยวไม่ได้รับความสนใจเท่ากับจังหวัดเชียงใหม่

ข้อได้เปรียบอันจัดเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงรายอีกประการหนึ่ง คือ การที่มีแม่น้ำโขงไหลขนานข้างตั้งแต่อำเภอเชียงแสนไปจนถึงอำเภอเชียงของ ส่งผลให้มีทัศนียภาพอันงดงามเหมาะแก่การพักผ่อนเป็นยิ่งมาก อาทิ สามเหลี่ยมทองคำ ในอำเภอเชียงแสน รวมไปถึงการจับปลาบึกในอำเภอเชียงของ จนทำให้เกิดเป็นประเพณีบวงสรวงปลาบึก อีกทั้งยังเป็นแหล่งเดียวที่สามารถเพาะพันธุ์ปลาบึกได้ในขณะนี้ นอกจากนี้ทั้ง 2 อำเภอยังใช้ประโยชน์จากชายฝั่งที่ติดลำน้ำโขง ในการเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจในยามเย็น ด้วยการพาครอบครัวนั่งชมวิว และทานอาหาร ซึ่งจัดเป็นสถานที่ที่มีเสน่ห์และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

นอกจากเชียงรายจะเป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับสหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังมีสิ่งที่น่าสนใจในด้านของภูมิประเทศอีกประการหนึ่ง คือ ลักษณะทางภูมิทัศน์ที่ธรรมชาติสร้างสรรค์ให้อย่างสวยงาม อาทิ ภูชี้ฟ้า ผาตั้ง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ทางอำเภอเทิงและอำเภอเวียงแก่น แต่อีกด้านหนึ่งของจังหวัดเชียงรายที่เป็นอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีกหลายแห่งที่รอโอกาสในการดำเนินงาน เพื่อที่จะสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่อไป

“...เสน่ห์ของเชียงรายจะอยู่ที่ธรรมชาติเพียงอย่างเดียว แม้ว่าธรรมชาติจะถูกทำลายด้วยมือของพวกเราตนเองเยอะ แต่กระนั้นเรายังมีภูมิทัศน์(landscape) ที่งดงาม ดังนั้นเราจึงต้องรักษาภูมิทัศน์ หรือทัศนียภาพของเราไว้ให้ดี ผาตั้งก็ดี ภูชี้ฟ้าก็ดี ซึ่งอยู่ปากหนึ่งของเชียงราย ส่วนด้านนี้(อ.เมือง) ก็มีปางตะไคร้ น้ำตกขุนกรณ์ ปางขอนขึ้นไปถึงผาลัง ยังความใหม่ ยังความสดอยู่ ดังนั้นจังหวัดต้องคิดว่า จะทำอย่างไรให้ภูมิทัศน์แถบนั้น เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เป็นแหล่งพักผ่อน แหล่งชมทัศนียภาพที่งดงามของจังหวัดเชียงรายต่อไป...”

คำสัมภาษณ์คุณเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์.

ข้อมูลข้างต้นจึงเป็น สิ่งที่แสดงให้เห็นถึง คุณลักษณะพิเศษของจังหวัดเชียงรายในด้านภูมิประเทศที่ได้เปรียบและโดดเด่นกว่าจังหวัดอื่นๆ กล่าวคือ การมีพื้นที่ติดต่อกับ 2 ประเทศ รวมถึงการมีลักษณะทางกายภาพที่สวยงาม โดยเฉพาะทัศนียภาพบนยอดดอย นั้นเป็นเพราะภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายรายล้อมไปด้วยขุนเขาและยอดดอย รวมไปถึงแหล่งน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่โดดเด่นของจังหวัดเชียงราย

4.1.1.4 ภูมิอากาศ : ความหนาวเย็นจุดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเชียงราย

เมื่อก้าวถึงลักษณะทางภูมิทัศน์อันงดงามตระการตาของจังหวัดเชียงราย อันเกิดจากการสรรค์สร้างโดยธรรมชาติ ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีลักษณะที่โดดเด่นกว่าจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย กระนั้นยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่เคียงคู่กับความงามแห่งขุนเขาของเชียงราย นั่นคือ สภาพทางภูมิอากาศที่มีอุณหภูมิหนาวเย็นเกือบตลอดปี สิ่งนี้จัดเป็นคุณลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงรายอีกรูปแบบหนึ่ง

จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยเอง พบว่า ภูมิอากาศโดยรวมของจังหวัดเชียงรายจะมีอุณหภูมิที่ต่ำกว่าจังหวัดอื่นๆ แม้แต่ในแถบภาคเหนือด้วยกันเอง นั่นเป็นเพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ของเชียงรายตั้งอยู่ในหุบเขาและยอดดอย ซึ่งเป็นส่วนทำให้อากาศของเชียงรายมีความหนาวเย็นกว่าแหล่งอื่นๆ แม้แต่ในฤดูร้อนที่มีอากาศค่อนข้างร้อน แต่เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ จะพบว่า เชียงรายมีอุณหภูมิที่ต่ำกว่าประมาณ 1-2 องศาเซียลเซียสเสมอ

ด้วยลักษณะดังกล่าวจึงจัดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัดเชียงรายอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวจะเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวหันมาสนใจเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพราะต้องการลัดลมธรรมชาติที่สวยงาม และสัมผัสกับสายลมหนาวแห่งฤดูกาล อันทำให้เกิดการประทับใจอย่างไม่รู้ลืม หากได้มาเยือนเชียงรายในช่วงฤดูหนาว

4.1.1.5 ดินแดนแห่งศิลปะ: แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิตที่เชียงราย

“...ลักษณะที่โดดเด่นและเห็นได้ชัดเจนของจังหวัดเชียงรายของเรา คือ งานด้านศิลปะ จะเห็นได้ว่ามีศิลปินแห่งชาติเป็นคนเชียงรายถึง 2 ท่าน ด้วยกัน คือ อาจารย์ดำรง วงศ์อุปราช และอาจารย์ถวัลย์ ดัชนี นอกจากนี้ยังมีศิลปินที่มีชื่อเสียงเป็นคนเชียงราย เช่น

อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ อาจารย์ทรงเดช ทิพย์ทอง อาจารย์สมพงษ์ สารทรัพย์ และ
อีกหลายๆ ท่านมารวมตัวกันอยู่ที่เชียงราย...”

คำสัมภาษณ์คุณพานทอง แสนจันทร์
สลาจังหวัดเชียงราย

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นถึง คุณลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งของจังหวัด
เชียงราย คือ การเป็นศูนย์รวมของ “ศิลปิน” หรือที่ชาวล้านนาหรือชาวเหนือเรียกว่า “สลา” ซึ่ง
หมายถึง ช่างผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น งานไม้แกะสลัก งานปั้น งานจิตรกรรม งาน
สถาปัตยกรรม ที่มารวมตัวกันอยู่ที่เชียงรายอย่างเหนียวแน่น อีกทั้งมีการสร้างหอศิลป์เพื่อเป็น
สถานที่จัดนิทรรศการงานศิลป์ของกลุ่มศิลปิน ที่ปัจจุบันมีการรวมตัวเกือบ 100 คนมาอยู่รวมกัน
ในจังหวัดเชียงราย

สำหรับการมาอยู่รวมกันของกลุ่มสลาในจังหวัดเชียงรายนั้นมีอยู่ 2 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่ม
แรก เป็นกลุ่มสลาที่เป็นคนเชียงรายโดยกำเนิด อาทิ อาจารย์ถวัลย์ ดัชนี อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิต
พิพัฒน์ เป็นต้น กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มศิลปินที่ย้ายเข้ามาพำนักในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากชอบ
ธรรมชาติและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของเชียงราย ส่งผลให้ปัจจุบันเชียงรายมีสลาที่สร้างสรรค์งาน
ศิลปะกระจายตัวอยู่ทุกอำเภอ

ความสำคัญของมีศิลปินหรือสลา คือ กลุ่มคนเหล่านี้จะสร้างสรรค์งานศิลปะที่มี
เอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ละคนจะมีแนวทางการสรรค์สร้างงานในแบบฉบับของตัวเอง ศิลปินบาง
ท่านอาจมุ่งเน้นงานศิลป์ที่อิงกับศาสนา อาทิ งานของเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ หรือพานทอง แสน
จันทร์ หรือพรมมา อินยาศรี เป็นต้น แต่สลาบางคนอาจสนใจงานแกะสลักไม้ เช่น คำจันทร์ ยาโน
หรือบางคนอาจสนใจงานอิมเพรสชันนิส อย่างเช่น งานของเสงี่ยม ยารังสี หรืองานของอภิรักษ์
ปิ่นมูลศิลป์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอีกหลายท่านที่ไม่ได้เอ่ยนาม อย่างไรก็ตามสลาแต่ละท่านจะมี
ผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จนทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันพร้อมทั้งหาแนวทางจัดการ เพื่อ
ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

“...การที่ศิลปินมาอยู่รวมตัวกันในเชียงราย และกระจายตัวไปทั่วทุกพื้นที่ จึงทำ
ให้พวกเราคิดโปรแกรมการท่องเที่ยวบ้านศิลปิน ซึ่งจัดทำเป็นแผนที่เยี่ยมบ้านศิลปินใน
จังหวัดเชียงราย จะให้รายละเอียดเกี่ยวกับงานศิลป์ทุกแขนง ไม่ว่าจะเป็น งานไม้แกะสลัก
งานปั้น งานจิตรกรรม พร้อมทั้งให้ศิลปินปรับปรุงบ้านของตัวเอง ปรับปรุงห้องทำงานของ

ตัวเอง เพื่อรับแขกที่จะเข้ามาเยี่ยมชมงานศิลปะ ฉะนั้นกลุ่มศิลปินจะเป็นผู้ปลุกกระแส การท่องเที่ยว โดยไม่ต้องรอภาครัฐเข้ามาจัดการ...”

คำสัมภาษณ์คุณเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์

การรวมตัวกันของกลุ่มศิลปินหรือสล่าในจังหวัดเชียงราย จัดเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่มี เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นใดในประเทศไทย ดังนั้นการรวมกลุ่มกันของศิลปินจึงเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ

4.1.1.6 วัดร่องขุ่น : ศิลปะร่วมสมัยเอกลักษณ์เฉพาะที่เชียงราย

การมีศิลปินผู้สร้างสรรค์งานศิลปะอย่างงดงาม และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างเห็นได้ อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรมในการดึงดูดความสนใจจากผู้คนทั่วสารทิศ คือ การสร้างวัดร่องขุ่นของ อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์จิตรกรชื่อดังของไทย ผู้ฝากผลงานด้านพุทธศิลป์ที่เกรียงไกร วิจิตร และอลังการคณานับไว้บนผืนแผ่นดินไทยและต่างประเทศจนเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก

จากความตั้งใจจริงของอาจารย์เฉลิมชัยที่ต้องการบูรณะวัดร่องขุ่น ซึ่งเป็นบ้านเกิดของท่าน ที่ชำรุดทรุดโทรมจนทำสังฆกรรมไม่ได้ ท่านจึงได้ตั้งอธิษฐานจิตที่จะสร้างอุโบสถให้สวยงาม ตามจินตนาการของท่าน โครงการดังกล่าวจะใช้ระยะเวลา 10 ปีในการก่อสร้าง โดยเริ่มขึ้นเมื่อปี 2543 สำหรับค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างได้มาจากน้ำพักน้ำแรงของอาจารย์เฉลิมชัยเป็น รวมถึงผู้มีจิตศรัทธาร่วมบริจาค โดยไม่มีการเรียกรายได้จากกองกฐินหรือผ้าป่าแต่ประการใด เนื่องจากต้องการ ปัจจัยที่มาจากจิตบริสุทธิ์ของชาวพุทธอย่างแท้จริง



ภาพที่ 4.2

อุโบสถวัดร่องขุ่น



ภาพที่ 4.3

แผนที่วัดร่องขุ่น

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และอภิปรายกลุ่มต่างยอมรับว่า วัดร่องขุ่นเป็นวัดที่มีอุโบสถที่มีมีรูปร่างลักษณะแปลกตาใช้สีขาวเป็นหลัก ซึ่งต่างจากอุโบสถโดยทั่วไป ก่อรูปกับการที่อาจารย์เฉลิมชัยเป็นจิตรกรที่มีชื่อเสียง ทำให้วัดร่องขุ่นเป็นที่สนใจแก่บุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วเชียงราย ปัจจุบันวัดร่องขุ่นจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

สำหรับที่ตั้งของวัดร่องขุ่นอยู่ก่อนถึงตัวเมืองเชียงรายประมาณ ๑๓ กิโลเมตร ตรงสามแยกไฟแดงทางเข้าน้ำตกขุนกรณ์ ซึ่งห่างถนนใหญ่เพียง ๑๐๐ เมตร เท่านั้น วัดร่องขุ่น อยู่ในท้องที่ตำบลอ้อดอนชัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เป็นวัดบ้านเกิดของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์

4.1.1.7 พระตำหนักคอยตุง: สถานที่ระลึกถึงสมเด็จพระเจ้า

เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า ครั้งที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงมีชีวิตรอยู่ พระองค์ท่านได้เสด็จมาประทับแปรพระราชฐาน เพื่อทรงงานที่มีประโยชน์คุณูปการแก่ชาวเชียงราย พร้อมทั้งขานพระนามของพระองค์ว่า แม่ฟ้าหลวง

พระตำหนักคอยตุง มีรูปทรงผสมผสานระหว่างศิลปะล้านนากับชาเลย์ของประเทศสวิสเซอร์แลนด์ มีการแกะสลักไม้ตามกาแล เชียงชายและขอบหน้าต่างเป็นลวดลายต่างๆ โดยฝีมือช่างชาวเหนือ (http://www.ezytrip.com/travelsearch/district_attract2.php?chk=636)

ตัวเรือนของพระตำหนักคอยตุงเป็นเรือนไม้ 2 ชั้นเนินต่างระดับ สามารถมองเห็นทิวทัศน์เทือกเขาสลักขั้บซ้อน กลางห้องเป็นที่ประดิษฐานพระฉายาลักษณ์ เพื่อมาเยือนได้สักการะ เพดานดาวเป็นภาพระบบสุริยะ และกลุ่มดวงดาวอยู่ในตำแหน่งเดียวกับที่เคยปรากฏ ณ 21 ตุลาคม พ.ศ.2443 วันพระราชสมภพรอบพระตำหนักประดับด้วยไม้ดอกนานาพันธุ์ สามารถชมห้องบรรทมและห้องทรงงานที่สะท้อนพระราชจริยวัตรอันงดงามเรียบง่าย

ปัจจุบันพระตำหนักคอยตุงได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม พร้อมทั้งได้จัดนิทรรศการ การแสดงด้วยเทคนิคทันสมัยน่าตื่นใจ และสะท้อนอารมณ์ นับแต่เสด็จสู่สวรรคาลัยก่อนจะย้อนกลับไปยังช่วงต้นของพระชนม์ชีพ แรกพบสมเด็จพระบรมราชชนก พระราชพิธีอภิเษกสมรส ทรงร่วมใช้ชีวิตที่ประเทศอังกฤษ เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา ทรงอภิบาลพระประมุขของชาวไทย 2 พระองค์พร้อม เสด็จพระเจ้าฟ้างเศษ ทรงงานด้านการศึกษา สาธารณสุข สาธารณกุศล และทรงได้รับยกย่องจากยูเนสโกเป็น บุคคลดีเด่นแห่งศตวรรษที่ 20

เนื่องจากพระตำหนักคอยตุงมีลักษณะพิเศษ มีเพียงแห่งเดียวในประเทศไทย จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากมีเพียงแห่งเดียว ดังนั้นสถานที่แห่งนี้จึงกลายเป็นอัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

4.1.1.8 ตานหาแม่ฟ้าหลวง: ประเพณีที่ระลึกถึงพระคุณของสมเด็จพระเจ้า

จากการที่สมเด็จพระเจ้าได้เสด็จมาประทับที่พระตำหนักคอยตุง และทรงมีพระกรุณาต่อชาวเชียงรายอย่างเหลือคณานับ แม้ว่าพระองค์จะสวรรคตไปแล้ว แต่ชาวเชียงรายยังระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์อยู่ตลอดเวลา

ดังนั้นทางจังหวัดเชียงรายจึงได้กำหนดให้วันที่ ๑๘ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี องค์แม่ฟ้าหลวงของปวงชนชาวไทย จึงจัดพิธีถวายพานพุ่มสักการะที่ ไร่แม่ฟ้าหลวงในช่วงเช้า และพิธีทำบุญอุทิศถวายแด่องค์สมเด็จพระย่า ในช่วงบ่ายที่พระตำหนักดอยตุง ข้าราชการ องครักษ์ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชน เข้าร่วมพิธีอย่างเนืองแน่น เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณที่พระองค์มีต่อประชาชนชาวเชียงราย (<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/database-culture2.htm>)

พิธีดังกล่าวเป็นพิธีที่จัดขึ้นเฉพาะในจังหวัดเชียงรายเป็นประจำทุกปี จึงถือเป็นลักษณะเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4.1.1.9 สีม่วง ผ้าทอ คอปาย: ชุดประจำจังหวัดเชียงราย

เมื่อปี 2540 ได้มีการก่อตั้งสภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายขึ้น งานที่มุ่งเน้น คือ การหาเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เช่น การใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด ซึ่งมีที่มาจากครั้งที่พญาเม็งรายทรงสร้างเมืองเชียงรายในวันอังคาร และสีที่เป็นสีที่โดช หรือมีอำนาจประจำวันอังคาร คือ สีม่วง อีกทั้งสีม่วงเป็นสีประจำพระองค์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จึงถือว่าเป็นสีม่วงเป็นสีที่มีความหมายดี จึงได้ทำบันทึกเสนอผ่านสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ซึ่งขณะนั้นอยู่ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยขอใช้ “สีม่วง” เป็นสีประจำจังหวัดเชียงราย และได้ใช้มาจนถึงปัจจุบันนี้ (ข้อมูลจากการอภิปรายกลุ่ม)

หลังจากนั้นคณะผู้ทำงานของสภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย ได้คิดค้นหาชุดแต่งกายประจำจังหวัดเชียงราย โดยการนำของคุณปริญญา ปานทอง นายอำเภอเมืองเชียงรายในขณะนั้น เป็นแสวงหาข้อมูล และพบว่า ชาวเชียงรายมีการแต่งกายด้วยชุดพื้นเมืองอยู่บ้างแต่ยังไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เช่น กลุ่มไตลื้อจะมีลักษณะหนึ่ง กลุ่มยองจะมีลักษณะหนึ่ง หรือชาวเชียงรายเองจะเป็นอีกแบบหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องการสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐานสากลของเชียงรายขึ้นสำหรับใช้ในพิธีการและงานทั่วไป

การดำเนินงานจึงคัดสรรรูปแบบของชุดประจำจังหวัดเชียงราย เริ่มที่นายอำเภอปริญญา แสวงหาข้อมูลตามวัดต่างๆ ในเชียงราย ซึ่งได้มาหลายรูปแบบ แล้วนำเสนอในที่ประชุมเพื่อคัดเลือก โดยทำการประชุมประมาณ 18 ครั้ง และครั้งหลังๆ ได้เชิญร้านตัดเสื้อในจังหวัดเชียงราย 48 ร้าน อาจารย์ และนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย เข้ามาร่วมประชุม และข้อสรุปถึงรูปแบบการแต่งกายของชาวเชียงรายทั้งชายและหญิง ทั้งงานพิธีการและงานทั่วไป ซึ่งจะเน้นสีม่วง ซึ่งเป็นสีประจำจังหวัด

การออกแบบชุดในครั้งนั้นได้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบได้แก่ ชุดพิธีการ และชุดลำลอง โดยชุดพิธีการของชายจะเป็นเสื้อคอกลมชิดคอผ่าหน้าสาบตรงกระดุม 5 เม็ด (จะใช้เป็นกระดุมผ้าหรือโลหะขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ใส่) เสื้อแขนยาวจรดข้อมือ ปลายแขนกว้างพองาม กระเป๋าคาดเอว 2 ข้าง แนวตะเข็บเสื้อช่วงเอว พาดไหล่ด้วยผ้าสไบล้านนา ถ้าใช้การสะต่อควรสวมรองเท้าแตะหนังแบบคิบบหรือสวด ถ้ากางเกงสากลสวมรองเท้าหุ้มส้น

ชุดพิธีการของผู้หญิง เสื้อจะเป็นคอกลมตั้งป้ายเฉียงไปด้านข้างประมาณ 7 ซม. สาบตรงชายเสื้อด้านหน้าแหวกเล็กน้อยพองาม คาดเข็มขัดทับ พาดไหล่ขวาด้วยสไบล้านนา ไม่สอดสไบใต้เข็มขัดทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ผ้าชิ้นเป็นผ้าพื้นเมืองเชียงราย นุ่งยาวกรอมเท้า โดยผ้าชิ้นไม่แหวกด้านหน้าและด้านหลัง

ส่วนชุดลำลอง ได้ออกแบบทั้งชายและหญิงเช่นกัน โดยฝ่ายชายจะเป็นเสื้อคอกลมชิดคอผ่าหน้าสาบตรงกระดุม 5 เม็ด แขนเสื้อยาวคลุมข้อศอก มีกระเป๋าบับ 2 ข้างช่วงเอว แหวกชายเอว 2 ข้าง สวมกางเกงสะต่อหรือกางเกงสากล

ชุดลำลองของผู้หญิงจะเป็นเสื้อคอกลมตั้งป้ายเฉียงไปด้านข้างประมาณ 7 ซม. สาบตรงชายเสื้อด้านหน้าแหวกเล็กน้อยพองาม แขนเสื้อยาวสามส่วน ผ้าชิ้นเชียงรายนุ่งยาวไม่กรอมเท้า

จากการออกแบบชุดพื้นเมืองหรือชุดประจำจังหวัดเชียงรายได้ สภาวัฒนธรรมเชียงรายได้ สรรค์สร้างขึ้น จนเป็นรูปแบบที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และเป็นรูปแบบของชุดที่ชาวเชียงรายได้ใช้ในพิธีการ และงานบุญต่างๆ จนปัจจุบันถือเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงรายได้

4.1.1.10 สำเนียงภาษา: ลักษณะเฉพาะของชาวเชียงราย

ภาษาคำเมืองหรือภาษาเหนือ เป็นมรดกตกทอดของชาวล้านนา แม้ว่าส่วนจะไม่สามารถอ่านหรือเขียนภาษาล้านนาได้ กระนั้นการพูดคำเมือง หรือการอุ้มคำเมือง เป็นภาษาถิ่นที่ชาวล้านนารู้จักและคุ้นเคยเป็นอย่างดี ส่วนใหญ่ยังใช้ภาษาพื้นเมืองสำหรับการสื่อสารซึ่งกันและกันในชีวิตประจำวัน แม้ว่าจะมีชาวล้านนาบางส่วนที่ไม่ปรารถนาที่จะพูดคำเมือง จนกระทั่งมีโครงการรณรงค์ให้ใช้ภาษาคำเมือง โดยหวังเกรงว่า คำเมืองจะเลือนหายไปจนคนรุ่นใหม่ อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับคนจำนวนมากแล้วยังพบว่า คำเมือง ยังเป็นภาษาที่ใช้ในการสนทนาของคนล้านนาดังเดิม

แม้ว่าแต่ละแทบทุกพื้นที่ในเขตล้านนาจะมีการใช้คำเมืองเป็นภาษาพูด ซึ่งมีคำศัพท์และสำนวนภาษาคลายคลึงกันทั่วทุกพื้นที่ กระนั้นยังมีบางสิ่งที่แตกต่างกันในเรื่องของการใช้ภาษา

เหนือ นั่นคือ สำเนียงในเปล่งเสียง หรือสำเนียงการพูดในแต่ละพื้นที่จะมีลักษณะที่แตกต่างกัน เป็นสิ่งที่ชาวเหนือด้วยกันจะสามารถจำแนกและแยกแยะได้ดีว่า สำเนียงเช่นนี้มาจากจังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย หรือจังหวัดอื่นๆ

จากการเก็บข้อมูลไม่ว่าจะเป็นภาษีสัมภาษณ์และการอภิปรายกลุ่มต่างกล่าวว่าเป็นเสียง เดียวกันว่า สำเนียงของชาวเหนือที่ฟังดูแล้วแตกต่างจากแหล่งอื่นๆ คือ สำเนียงของคนเชียงใหม่ ที่ ฟังแล้วจะเสนาะหูมากกว่าแหล่งอื่นๆ ส่วนที่เชียงรายจะมีลักษณะคล้ายกับพะเยา ลำปาง แพร่ และน่าน กระนั้นความแตกต่างของแต่ละแห่งจะอยู่ที่น้ำเสียงและสำเนียงที่สั้นและห้วนของแต่ละ แห่งจะแตกต่างกันไป ซึ่งคนในภาคเหนือด้วยกันเองมักจะฟังออกว่า เป็นสำเนียงจากแหล่งไหน

ความแตกต่างทางสำเนียงของชาวเชียงรายจากที่อื่นๆ คือ การใช้โทนเสียงในการเทียบ หากสำเนียงของชาวเชียงใหม่จัดเป็นสำเนียงที่ช้าและทอดเสียงยาวกว่าที่อื่นๆ ส่วนสำเนียงของ เชียงรายจะห้วนและสั้นกว่าเชียงใหม่ แต่จะยาวและทอดน้ำเสียงมากกว่าพะเยา ลำปาง และแพร่ โดยคนแพร่จะมีสำเนียงภาษาที่สั้นและห้วนมากกว่าทุกจังหวัดในเขตภาคเหนือ

ดังนั้นสำเนียงภาษาของแต่ละพื้นที่ในเขตล้านนา จึงเป็นเสมือนอัตลักษณ์ของแต่ละแห่ง ส่งผลให้สำเนียงภาษาพูดคำเมืองของคนเชียงรายจึงมีลักษณะเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์ของ เชียงรายโดยเฉพาะ

4.1.1.11 น้ำเงี้ยวและถั่วเน่า : ลักษณะพิเศษของเชียงราย

ดังที่กล่าวมาตอนต้นว่า วัฒนธรรมของเชียงรายเป็นวัฒนธรรมร่วมของล้านนา ซึ่งมี ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และอาหารเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีกรรมวิธีในการปรุงและรสชาติใกล้เคียงกัน ในส่วนนี้ผู้ที่ให้ข้อมูลทั้งหมดต่างเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นอาหารประเภทหนึ่งที่คนเชียงราย ต่างคิดว่า มีต้นกำเนิดและต้นตำรับเฉพาะที่เชียงราย นั่นคือ น้ำเงี้ยวและถั่วเน่า

น้ำเงี้ยวจัดเป็นอาหารชนิดหนึ่งของชาวเหนือโดยรวม เพราะหากใครเคยเดินทางมาทาง เหนือจะพบว่า ทุกจังหวัดจะมีน้ำเงี้ยวที่รับประทานกับขนมจีน หรือที่รู้จักกันในนาม ขนมจีนน้ำ เงี้ยว ซึ่งถือเป็นอาหารพื้นเมืองของชาวเหนืออีกชนิดหนึ่ง

ฉะนั้นหากมองโดยภาพรวมแล้วจะไม่เห็นความแตกต่างของขนมจีนน้ำเงี้ยวแต่อย่างใด ยกเว้นชาวเหนือด้วยกันเองจะทราบถึงความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ว่ามีกรรมวิธีการปรุงน้ำเงี้ยวที่ แตกต่างกัน

สำหรับชาวเชียงรายแล้ว น้ำเงี้ยวนอกจากจะรับประทานร่วมกับขนมจีน โดยมีถั่วอก ผักชี กระเทียมเจียว และผักดองมีทั้งปรุงรส(ที่อำเภอแม่สายจะเป็นผักดองที่ปรุงรสพริกและ

เครื่องเทศบางชนิด) แต่ส่วนใหญ่จะไม่ปรุงรส และผักสดบางชนิด เป็นเครื่องเคียงในการรับประทาน ยังมีเส้นก๋วยเตี๋ยวใช้รับประทานกับน้ำเงี้ยวซึ่งถือเป็นอาหารที่นิยมอย่างแพร่หลายของชาวเชียงราย ซึ่งจัดเป็นลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

ที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้น้ำเงี้ยวของเชียงรายมีลักษณะที่แตกต่างจากที่อื่น คือ เครื่องปรุงที่ผสมหรือน้ำพริกที่ใช้ในการปรุงน้ำเงี้ยวจะต้องใส่ถั่วเน่าเป็นส่วนผสมสำคัญที่ช่วยให้ น้ำเงี้ยวของเชียงรายมีรสชาติเข้มข้นกว่าพื้นที่อื่นๆ ในเขตภาคเหนือ

สำหรับถั่วเน่า อาหารชนิดหนึ่งที่ทำมาจากถั่วเหลือง ซึ่งเป็นการถนอมอาหารสำหรับเก็บไว้ใช้ได้ยาวนาน จัดเป็นภูมิปัญญาอย่างหนึ่งของชาวเหนือ โดยจะมี 2 ลักษณะ คือ ถั่วเน่าเปียก และถั่วเน่าแห้ง โดยถั่วเน่าเปียกจะเก็บได้ไม่นานเท่าถั่วเน่าแห้ง ซึ่งจะทำออกเป็นแผ่นบางๆ หากจะนำมาประกอบอาหารจะผิงไฟให้หอมแล้วนำมาโขลกผสมกับน้ำพริกแล้วนำไปประกอบอาหารต่างๆ ที่นิยม คือ ผสมในน้ำพริกสำหรับทำน้ำเงี้ยว ซึ่งชาวเชียงรายถือว่าเป็นคุณลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากท้องที่อื่นๆ ในแถบล้านนา

ลักษณะพิเศษดังกล่าว จึงเป็นที่มาของน้ำเงี้ยวเชียงราย ที่หลายท่านอาจพบเจอได้ แม้ว่าจะไปในที่อื่นๆ เนื่องจากเป็นบ่งบอกถึง อัตลักษณ์เรื่องของน้ำเงี้ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงราย โดยแท้จริง

4.1.1.12 สับปะรดนางแล ภูแล : ผลไม้ปลูกได้ผลดีที่เชียงราย

การที่จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่ในหุบเขา มีอากาศหนาวเย็นเกือบตลอดปี จึงอาจส่งผลต่อคุณภาพของดินในจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะดินในเขตตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่มีความพิเศษของดินที่ส่งผลดีต่อชาวเกษตรกรในการปลูกสับปะรดนางแล ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจอีกอย่างหนึ่งที่ปลูกได้เฉพาะเขตตำบลนางแลเท่านั้น

ความพิเศษของสับปะรดนางแล คือ การมีเนื้อฉ่ำ และหวาน แม้ว่าจะมีขนาดเล็กกว่าสับปะรดพันธุ์อื่นๆ แต่ความฉ่ำหวานไม่เป็นสองรองใคร จึงเป็นที่เล่าขานและติดใจของผู้คนที่เคยลิ้มลองสับปะรดนางแล อีกทั้งพันธุ์นี้ยังไม่อาจหาได้ในพื้นที่อื่นๆ ยกเว้นที่ตำบลนางแลแห่งเดียว

นอกจากสับปะรดนางแลแล้ว ยังมีผสมพันธุ์ระหว่างสับปะรดภูเก็ทที่มีความกรอบและสับปะรดนางแลที่มีความหวาน กลายเป็นพันธุ์ภูแลที่มีความหวานและความกรอบ เพียงแต่มีขนาดลูกที่เล็กประมาณกำมือเท่านั้น

ด้วยความพิเศษของสับปะรดทั้ง 2 พันธุ์ ที่ปลูกและคงรสชาติเดิมได้ที่ตำบลนางแล จึงเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของจังหวัดเชียงราย จนนำมาใช้เป็นคำขวัญ นั้นแสดงถึงลักษณะพิเศษที่บ่งบอกความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี

4.1.1.13 พิธีบวงสรวงปลาบึกที่เชียงของ: หนึ่งเดียวของไทยที่ชาวเชียงรายภูมิใจ

อำเภอเชียงของจัดเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะพิเศษแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงราย นอกจากนี้จะเป็นอำเภอชายแดนที่ติดกับประเทศลาว โดยมีลำน้ำโขงเป็นเส้นแบ่งเขตแดนตามธรรมชาติ และใน ความพิเศษที่ติดกับชายฝั่งลำน้ำโขง คือ เป็นสถานที่จับปลาบึก ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สุด และกลายเป็นเมนูอันเลื่องชื่อที่นักท่องเที่ยวทั้งหลาย มักจะลิ้มลองเมื่อไปเที่ยวในอำเภอเชียงของ และเชียงแสน

ปลาบึก มีชื่อภาษาอังกฤษว่า PANGASIANODON GIGAS เป็นปลาน้ำจืดไม่มีเกล็ดหรือ ปลาหนังที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ลำตัวมีความยาวเกือบ 3 เมตร และมีน้ำหนักมากกว่า 250 กิโลกรัม ลำตัวมีลักษณะยาวและแบนด้านข้าง ส่วนหัวค่อนข้างใหญ่ ตามีขนาดเล็กไม่มีฟัน มีหนวดสั้นๆ ที่ขากรรไกรบน 1 คู่ซ่อนอยู่ในร่องตรงเลยมุมปาก ในขณะที่ชีวิตสีลำตัวจะเป็นสีเทา ออกแดงทางด้านหลัง ค่อยๆ กลายเป็นสีเทาแกมฟ้าทางด้านข้าง และสีขาวทางด้านใต้ท้อง มีจุดดำจุดหนึ่งทางด้านข้างตรงตำแหน่งปลายสุดของครีบหู และจุดดำอีกสามจุดบนครีบหางครีบทุก ครีบสีเทาจาง ๆ (<http://www.chiangmaizoo.com/animal/pg-an045.asp>)

ในอดีตบริเวณชายฝั่งลำน้ำโขงของอำเภอเชียงของเป็นสถานที่ที่ใช้จับปลาบึก จนเป็น เทศกาลในช่วงสงกรานต์ แต่ปัจจุบันนี้เนื่องจากปลาบึกใกล้จะสูญพันธุ์และสามารถเพาะเลี้ยงได้ จึงเปลี่ยนเทศกาลแห่งการจับปลาบึก เป็นการบวงสรวงปลาบึก และสาธิตการล่าปลาบึก โดยจะ จัดขึ้นในวันที่ 18 เมษายน 2549 ซึ่งเป็นปีที่ชาวเชียงของร่วมกันทำลายเครื่องมือล่าปลาบึก และ ร่วมใจกันประกาศเป็นวันบวงสรวงปลาบึกที่จะจัดเป็นประจำทุกปี ในวันที่ 18 เมษายน ซึ่งอยู่ ในช่วงเทศกาลสงกรานต์

จากการที่มีลักษณะเพียงหนึ่งเดียวของประเทศ สำหรับพิธีบวงสรวงปลาบึก แม้ว่าจะไม่ เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย แต่ในอนาคตจะเป็นอีกเทศกาลหนึ่งที่มีความสำคัญ และเชิญชวน นักท่องเที่ยวให้สนใจกิจกรรมดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ด้วยมีลักษณะพิเศษที่เป็นหนึ่งเดียวนี้จึงถือว่าเป็น อัตลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

ลักษณะทั้ง 13 ประการ จัดเป็นสิ่งที่โดดเด่นและสามารถบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงราย ที่สำคัญ คือ เป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายต่างยอมรับว่า เป็นข้อบ่งชี้ที่แสดงถึงความแตกต่างของจังหวัดเชียงรายจากดินแดนอื่นๆ จึงถือเป็นคุณลักษณะสำคัญแห่งอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

นอกจากคุณลักษณะทั้ง 13 ประการที่จำแนกไว้ข้างต้น ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ที่สร้างความโดดเด่นให้แก่จังหวัดเชียงราย ทว่าจังหวัดเชียงรายยังมีอัตลักษณ์แห่งล้านนาเป็นกรอบที่ทำให้ชาวเชียงรายมีลักษณะร่วมแห่งวัฒนธรรมล้านนา ควบคู่กับวิถีการดำเนินชีวิตของคนเชียงราย จึงกล่าวได้ว่า ลักษณะของล้านนาเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวเชียงรายด้วยเช่นกัน

4.1.2 ข้อค้นพบเกี่ยวกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย

จากข้อมูลที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายร่วม การศึกษาจากเอกสาร และจากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า ชาวเชียงรายมีกระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์แห่งตนดังต่อไปนี้

4.1.2.1 สร้างคำขวัญ และสัญลักษณ์ : ปลุกจิตสำนึกร่วมกันของคนเชียงราย

“เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา”

จากคำขวัญของจังหวัดเชียงราย เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของเชียงรายได้อย่างชัดเจนที่สุด และที่สำคัญ คือ เป็นสิ่งที่สร้างจิตสำนึกร่วมกันของคนเชียงราย พร้อมทั้งแสดงให้เห็นบุคลิกอื่นๆ ทราบถึงลักษณะสำคัญและสิ่งที่ทำให้เชียงรายแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ ซึ่งจัดเป็นความสำคัญของการศึกษาเชิงอัตลักษณ์

ความเป็นอัตลักษณ์ของเชียงรายเกิดขึ้น เมื่อมีการปลุก หรือสร้างจิตสำนึกร่วมให้เกิดขึ้นในใจคนเชียงราย ซึ่งจัดเป็นขั้นตอนแรกของการสร้างอัตลักษณ์แห่งสังคม ดังนั้น “คำขวัญ” จึงเป็นเสมือนตัวเชื่อมต่อจิตวิญญาณของชาวเชียงรายให้มีความสำนึกร่วมกัน นั่นเป็นเพราะว่า สังคมของจังหวัดเชียงรายเกิดขึ้นจากการรวมตัวของผู้คนหลายชั้นชน หลากอาชีพ มาอยู่ร่วมกัน การหาจุดร่วมกันที่ดี คือ การตระหนักถึงสิ่งที่ชาวเชียงรายทุกคนมีสิทธิ์เป็นเจ้าของได้อย่างภาคภูมิใจ และคำขวัญที่ตั้งขึ้น จึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกอัตลักษณ์ของความเป็นเชียงรายได้อย่างชัดเจน และสร้างความจิตสำนึกร่วมกันได้เป็นอย่างดี

นอกจากการใช้ คำขวัญ ในการสร้างอัตลักษณ์ของเชียงราย อีกสิ่งที่ปลูก หรือสร้างจิตสำนึกร่วมกันของคนเชียงรายได้เป็นอย่างดีอีกประการหนึ่ง คือ การใช้สัญลักษณ์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นตัวตนของสังคมเชียงราย อีกทั้งเป็นวิธีการที่ยืดหยุ่นแต่ละปัจเจกชนในเชียงราย พร้อมทั้งปลูกจิตวิญญาณแห่งความเป็นเชียงรายแสดงแก่สาธารณชนทั่วไป เพราะการใช้ สัญลักษณ์ เป็นวิธีที่ดีที่จะสื่อสารให้กลุ่มอื่นๆ ทราบถึงลักษณะพิเศษ หรืออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายให้บุคคลอื่นได้ทราบ

ดังนั้นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่สำคัญ คือ การแสวงหาสิ่งที่จะเป็นสัญลักษณ์ของชาวเชียงราย เพื่อปลูกจิตสำนึกที่จะกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วมกันของชาวเชียงราย นั่นคือ การสร้างอนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย ซึ่งเป็นปฐมกษัตริย์แห่งอาณาจักรล้านนาที่รู้จักกันดี ที่สำคัญ คือ ก่อที่จะมีการก่อตั้งอาณาจักรล้านนา พระองค์ทรงสร้างเมืองเชียงรายขึ้นในวันอังคาร ดังนั้นทางจังหวัดจึงได้สร้าง “อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย” ซึ่งตั้งโดดเด่นเป็นสง่า เป็นศรี และสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยประดิษฐาน ณ ห้าแยกพ่อขุนฯ ซึ่งเป็นแหล่งชุมชน และเส้นทางสัญจรที่จะผ่านไปยังจุดสำคัญต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย เช่น แม่สาย สามเหลี่ยมทองคำ เป็นต้น

อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย จึงเป็นสัญลักษณ์แห่งความศรัทธาของชาวเชียงราย และนักท่องเที่ยว ตลอดจนชาวจังหวัดใกล้เคียง สัญลักษณ์ดังกล่าวจึงเป็นตัวเชื่อมโยงความรู้สึกของชาวเชียงรายให้มีจิตสำนึกผูกพันซึ่งกันและกัน อันนำไปสู่ความเคารพ นับถือของชาวเชียงรายที่มีต่อพ่อขุนเม็งราย กษัตริย์ผู้สร้างเมืองเชียงรายและอาณาจักรล้านนา

นอกจากนี้ยังมีการใช้สีม่วง เป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัด โดยมีที่มาจากประวัติการสร้างเมืองเชียงรายที่สร้างในวันอังคาร และสีม่วง เป็นสีที่แสดงถึง เดช หรือความอำนาจภายในวันอังคาร ฉะนั้นจึงจัดเป็นสีที่ถูกโฉลกเป็นไปตามประเพณีโบราณ ที่มักจะบ่งบอกการใช้สีในแต่ละวัน ฉะนั้นที่มาของสีม่วงในการใช้เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายจึงมีที่มา และมีความสำคัญที่จะดึงดูดและเชื่อมโยงชาวเชียงรายให้มีความรู้สึก ความสำนึกร่วมกัน อันเป็นจุดเริ่มต้นของความ เป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย

หลังจากที่ทางสภาวัฒนธรรมเชียงรายมีข้อตกลงใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัดเชียงรายแล้ว สิ่งที่ต้องดำเนินการต่อมา คือ การออกแบบเสื้อผ้า ชุดแต่งกายของชาวเชียงราย เพื่อให้มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งแบ่งเป็นชุดพิธีการ และชุดลำลอง พร้อมทั้งนำสีม่วงไปใช้ในการตัดเย็บเครื่องแต่งกายเป็นชุดประจำจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดในใจชาวเชียงรายทุกคน

สิ่งที่ปรากฏขึ้นภายหลัง คือ ความพร้อมเพรียงของชาวเชียงรายในการแต่งกายด้วยชุดพื้นเมืองหรือชุดประจำจังหวัดที่มีการใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัดมาตัดเย็บ และใส่กันอย่างถ้วน

หน้า ส่วนใหญ่จะใส่เมื่อมีงานประเพณี งานบุญ หรือข้าราชการ พนักงานที่มักจะแต่งกายด้วยสีม่วงในวันอังคาร หรือวันศุกร์ สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายอีกประการหนึ่ง

นอกจากนี้ยังมีการปลุกจิตสำนึกร่วมของชาวเชียงรายด้วยการจัดงานประเพณีต่างๆ อย่างเช่น ประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง ซึ่งเป็นพิธีการที่จัดขึ้นเพื่อระลึกถึงสมเด็จพระบรมราชชนนี หรือแม่ฟ้าหลวงของชาวเชียงราย เนื่องจากพระองค์ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณของมีต่อชาวเชียงรายอย่างหาที่สุดมิได้ ในช่วงที่พระองค์ท่านยังทรงมีชีวิต และยังได้เลือกจังหวัดเชียงราย สำหรับการสร้างที่ประทับของพระองค์ ซึ่งจะรู้จักกันในนาม พระตำหนักดอยตุง ที่ปัจจุบันจัดเป็นสถานที่สำคัญที่ถือว่าเป็นสิ่งที่ยังบอกถึงความเป็นเชียงรายอีกรูปแบบหนึ่ง

4.1.2.2 ประวัติศาสตร์ : แนวทางการปลุกจิตสำนึกแห่งอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย

คำขวัญของเชียงรายข้างต้น แสดงให้เห็นถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การนำประวัติศาสตร์ของเชียงราย เพื่อสร้างจุดร่วมกันให้เกิดขึ้นในเชียงราย อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายด้วย

จากคำขวัญที่ว่า “ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” นั้น คุณมงคล หล่อสิทธิ ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย บอกถึงแหล่งที่ของการใช้ข้อความดังกล่าวว่า นำมาจากประวัติศาสตร์ของเชียงรายที่สร้างขึ้นโดยพญาเม็งราย และใช้เป็นฐานสำหรับการรวบรวมอาณาจักรต่างๆ เพื่อก่อตั้งเป็นอาณาจักรล้านนา พร้อมสร้างเมืองเชียงใหม่เป็นราชธานี

การที่พญาเม็งรายหรือพ่อขุนเม็งรายทรงสร้างเมืองเชียงรายเป็นฐานที่มั่น ก่อนที่จะย้ายไปสร้างเมืองเชียงใหม่ นั้น จึงเป็นที่มาแห่งการสร้างอัตลักษณ์ของเชียงราย ด้วยการนำจุดเด่นทางประวัติศาสตร์ มาเป็นสิ่งที่สร้างความชอบธรรมในอันที่จะใช้เป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย โดยที่ชาวเชียงรายทุกคนยินยอมพร้อมใจ และภาคภูมิใจในการความเป็นเชียงราย

ฉะนั้นจากเรื่องเล่าขานทางประวัติศาสตร์ จึงกลายเป็นแนวทางสำคัญในยึดจิตวิญญาณ ความมีส่วนร่วม และจิตสำนึกแห่งความเป็นคนเชียงราย อันนำไปสู่การสร้างเป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย ปรากฏในคำขวัญของจังหวัดเชียงรายดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

4.1.2.3 ภูมิประเทศและบรรยากาศ: สร้างสรรค์สิ่งที่เรียกว่า “นี่ คือ เชียงราย”

ภูมิประเทศและบรรยากาศที่สวยงามของจังหวัดเชียงราย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นั้นเป็นเพราะความโดดเด่นของภูมิประเทศที่มีลักษณะสำคัญ คือ การเป็นพื้นที่เหนือสุดของประเทศไทย อีกทั้งยังมีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ ได้แก่ สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อีกทั้งยังเป็นประตูมุ่งไปสู่ประเทศจีนได้อีกด้วย ลักษณะดังกล่าวจึงกลายเป็นที่มาของคำขวัญจังหวัดเชียงรายที่ว่า “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน” นั่นเอง

ลักษณะทางภูมิประเทศที่มีความพิเศษที่ไม่มีในพื้นที่ใดของประเทศไทย จัดเป็นคุณลักษณะที่สร้างความแตกต่าง และเป็นสิ่งที่จำแนกพื้นที่ของจังหวัดเชียงรายให้ไม่เหมือนกับพื้นที่ของจังหวัดอื่นๆ ซึ่งกลายเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจของคนเชียงราย และสามารถถอดอ้างลักษณะเด่นดังกล่าวให้แก่บุคคลทั่วไปได้ทราบ โดยเฉพาะการเป็นจังหวัดเหนือสุดของประเทศไทย รวมถึงการมีอาณาเขตติดต่อกับพม่าและลาว

นอกจากความพิเศษสุดของภูมิประเทศที่ทำให้จังหวัดเชียงรายมีความพิเศษมากกว่าแหล่งอื่นแล้ว ความสวยงามและทัศนียภาพของภูมิประเทศแถบอื่นๆ ในจังหวัดเชียงรายจัดเป็นส่วนสำคัญที่สร้างชื่อเสียงให้แก่เชียงราย อาทิ สามเหลี่ยมทองคำ ภูชี้ฟ้า ดอยตุง ดอยแม่สลอง ชายฝั่งแม่น้ำโขงที่อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ เป็นต้น

สิ่งเหล่านี้เป็นความผสมผสานที่ลงตัวของธรรมชาติในการสร้างสรรค์ภูมิประเทศที่แสนสวยงามมอบให้แก่จังหวัดเชียงราย อีกทั้งกลายมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสร้างความเป็นตัวตนแห่งเชียงราย เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนทั่วไประลึกถึงจังหวัดเชียงรายในแง่มุมที่ทัศนียภาพที่สวยงาม อันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่เกิดจากลักษณะทางที่ตั้งของภูมิประเทศ และบรรยากาศโดยภาพรวมที่ชาวเชียงรายรับรู้ร่วมกันเป็นอย่างดี

4.1.2.4 ประยุกต์สิ่งเก่าให้เข้ากับยุคสมัย : ทางเลือกแห่งการสร้างอัตลักษณ์

แม้ว่าจะมีการนำประวัติศาสตร์ ตำนาน หรือเรื่องเล่าขานมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ยังพบว่า มีการนำสิ่งที่มีมาตั้งแต่โบราณแต่ได้ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย สำหรับการสร้างเป็นอัตลักษณ์ เพื่อให้คนเชียงรายยอมรับและปฏิบัติร่วมกัน ลักษณะดังกล่าวจึงจัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

การนำสิ่งที่เคยมีอยู่ก่อนหน้า หรือตั้งแต่ครั้งอดีตมาเปลี่ยนแปลง หรือประยุกต์ให้เข้ากับ ยุคสมัย ได้แก่ การออกแบบชุดแต่งกายประจำจังหวัดเชียงราย หรือที่รู้จักกันในนามชุดพื้นเมือง ซึ่งเป็นชุดที่มีมาแต่โบราณ และได้รับการประยุกต์ให้เหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละยุคแต่ละสมัย ปัจจุบันมีการนำชุดพื้นเมืองมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมแก่โอกาส ซึ่งจะแบ่งเป็นชุดพิธีการและชุด ล้าลองทั้งชายและหญิง

นอกจากการประยุกต์เครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับยุคสมัยแล้ว ประเพณีที่มีมาตั้งแต่ ดั้งเดิมได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลเวลาที่เปลี่ยนไป ได้แก่ พิธีบวงสรวงปลาบึก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม เมื่อทำพิธีเสร็จจะเป็นการล่าปลาบึก

ปัจจุบันพิธีกรรมดังกล่าวมีการจัดขึ้น แต่เปลี่ยนจากการล่าปลาบึกเป็นการสาธิตการล่า ปลาบึก เหตุผลที่ต้องเปลี่ยนจากการล่าปลาบึกไปเป็นการสาธิตการล่าปลาบึกแทนนั้น เป็น เพราะว่าการล่าปลาบึกที่อยู่ตามธรรมชาติใกล้จะสูญพันธุ์ จึงต้องการอนุรักษ์ปลาบึกให้อยู่เคียงคู่ลำน้ำ โขงต่อไป

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวและประชาชนชาวเชียงของยังสามารถหาปลาบึกรับประทานได้ เนื่องจากเป็นปลาที่สามารถเพาะพันธุ์ได้ จึงไม่จำเป็นต้องล่าปลาบึกในแม่น้ำโขง ด้วยเหตุผล ดังกล่าว ชาวเชียงของจึงร่วมแรงร่วมใจกันทำลายเครื่องมือล่าปลาบึก และตั้งมั่นที่จะไม่ล่าปลาบึก กระนั้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์พิธีกรรมที่มีมาตั้งแต่โบราณไว้ จึงเปลี่ยนจากประเพณีการล่าปลาบึก เป็นการบวงสรวง และสาธิตการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้ชม ซึ่งถือเป็นอีกวิถีทางหนึ่งที่เป็น ลักษณะสำคัญของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นลักษณะเด่นอีกประการหนึ่ง ที่ทำให้จังหวัดเชียงรายมีความ แตกต่างจากดินแดนแถบอื่นๆ จึงถือว่าเป็นอัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

4.1.2.5 สร้างสรรค์สิ่งใหม่: อัตลักษณ์ร่วมสมัยของจังหวัดเชียงราย

การสร้างสิ่งใหม่เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด เชียงราย ยกตัวอย่างเช่น การสร้างวัดร่องขุ่น ของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ซึ่งเป็นศิลปะร่วม สมัยตามจินตนาการของตัวอาจารย์เฉลิมชัย และท่านยอมรับว่า...

“...ที่เชียงรายของเราไม่มีวัดที่สวยงามและโดดเด่นเท่ากับเชียงใหม่ ดังนั้นเราต้อง สร้างของใหม่ในวันนี้ เพื่อให้เป็นของเก่าในวันหน้า ซึ่งสามารถสร้างอะไรก็ได้ แต่ต้อง

สวยงาม และมีคอนเซ็ปท์ แม้ว่าจะต้องใช้เวลาบ้าง แต่จะได้ผลคุ้มค่าเมื่อแล้วเสร็จ...”

คุณเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์

จากผลงานการสร้างวัดร่องขุนของอาจารย์เฉลิมชัย เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึง การสร้างสิ่งใหม่เพื่อให้เป็นจุดร่วมกันของชาวเชียงราย และนำไปสู่การเป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย ดังนั้น องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ คือ การสร้างสิ่งใหม่ และต้องเป็นสิ่งที่คนในสังคมยอมรับ ซึ่งจะกลายเป็นจุดร่วมและเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของสังคมเชียงรายในตัวของมันเอง

4.1.2.6 นำเผยแพร่ผ่านสื่อ: แนวทางสร้างการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

องค์ประกอบสุดท้ายของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ การนำเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อประกาศให้คนในสังคมยึดถือปฏิบัติ อาทิ การกำหนดสีม่วงเป็นสีประจำจังหวัดเชียงราย หลังจากตกลงในที่ประชุมของสภาวัฒนธรรม และขออนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติเรียบร้อยแล้ว จึงมีการประกาศให้ประชาชนในเชียงรายได้รับทราบ เพื่อจะได้นำไปปฏิบัติ อันนำไปสู่การยอมรับของคนในสังคม

การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในจังหวัดเชียงรายร่วมรับรู้ และนำไปปฏิบัติตามจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ อีกทั้งจะกลายเป็นอัตลักษณ์ของสังคมเชียงรายในท้ายที่สุด และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน คือ การประกาศให้ประชาชนทั่วไปได้ร่วมรับทราบถึงวิถีชีวิตของชาวเชียงราย ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น อันนำไปสู่การจำแนกกลุ่มชนไปโดยอัตโนมัติ สิ่งเหล่านี้ล้วนนำไปสู่การแบ่งแยกสิ่งที่เป็นเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่เชียงราย นั่นหมายความว่า การทำหน้าที่ที่สำคัญแห่งการเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั่นเอง

องค์ประกอบสำคัญทั้ง 6 ประการ ถือเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบจะมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์ซึ่งกันและกันไม่มากก็น้อย อาทิ องค์ประกอบด้านสัญลักษณ์ และประวัติศาสตร์ ซึ่งต้องเคียงคู่ไปด้วยกัน หรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น สีขาวซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของวัดร่องขุน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบเหล่านี้จะต้องได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันของคนในสังคมเชียงรายได้ร่วมรับรู้ และมีอารมณ์ร่วมต่อความเป็นเจ้าของสิ่งเหล่านี้ ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับ และจะกลายเป็นอัตลักษณ์ ที่จะทำหน้าที่ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นเชียงราย กับสิ่งที่ไม่ใช่เชียงรายนั่นเอง

4.1.3 ข้อค้นพบเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ดังต่อไปนี้

4.1.3.1 ปัจจัยแห่งการจำแนกสิ่งเป็นเชียงราย

ความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ การพยายามจำแนกสิ่งที่เป็นตัวตนของชาวเชียงราย กับสิ่งที่ไม่ใช่คุณลักษณะของชาวเชียงรายให้เห็นอย่างชัดเจน แม้ว่าคุณลักษณะดังกล่าวอาจจะจำแนกได้ค่อนข้างยากก็ตาม

ยกตัวอย่างเช่น การอ้างถึงสำเนียงการพูดภาษาคำเมืองหรือภาษาเหนือของชาวเชียงราย ที่ยอมรับว่า การพูดของชาวเชียงรายจะแตกต่างจากเชียงใหม่ ที่ถือว่าเป็นสำเนียงที่ซ้ำที่สุด และเพราะที่สุดในเขตล้านนา แต่สำเนียงการพูดของคนเชียงรายจะเร็วกว่าเชียงใหม่ แต่ช้ากว่าสำเนียงของแพร่และพะเยา เป็นต้น

อย่างไรก็ตามชาวเชียงรายต่างยอมรับว่า คนต่างถิ่นที่ไม่ใช่ชาวล้านนาอาจจะฟังและจำแนกได้ยาก แต่หากเป็นคนเชียงรายด้วยกันเองมักจะฟังสำเนียงภาษาของชาวเชียงรายด้วยกันเองออก ลักษณะดังกล่าวจัดเป็นการจำแนกสิ่งที่เป็นเชียงรายนั่นเอง

ดังนั้นปัจจัยด้านการจำแนกประเภทหรือลักษณะที่บ่งบอกว่าเป็นเชียงราย จึงเป็นจุดสำคัญที่ใช้สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ เพื่อแสดงให้เห็นตัวตนหรือคุณลักษณะเด่นของเชียงรายที่มีความแตกต่างจะกลุ่มอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการค้นหาลักษณะที่มีความเหมือนกันของชาวเชียงรายนำมาจัดให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน นั่นคือ คุณลักษณะเด่นที่ชี้ชัดว่า สิ่งนี้แหละ คือ อัตลักษณ์ของเชียงราย

4.1.3.2 ปัจจัยด้านการสร้างความรู้สึกร่วม

ความรู้สึกร่วม จิตสำนึกร่วมกันของคนเชียงราย จัดเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ของคนเชียงราย นั่นเป็นเพราะว่า อัตลักษณ์ทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ เมื่อผู้คนในสังคมนั้นมีความรู้สึก หรือมีจิตสำนึก และจิตวิญญาณร่วมกัน อันนำไปสู่การแสดงออกในเชิงรูปธรรม

สำหรับการสร้างความรู้สึกร่วมของชาวเชียงราย ที่ผลักดันให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย อย่างเช่น การใช้สีม่วง เป็นสีประจำจังหวัด โดยมีต้นกำเนิดมาจากการสร้างเมืองเชียงรายของพญาเม็งรายในวันอังคาร สีม่วงจัดเป็นสีที่สร้างพลังอำนาจในวันอังคาร ตามตำราพรหมชาติ ดังนั้นการนำสีม่วงมาใช้ จึงเป็นการสร้างความรู้สึกร่วมและแสดงออกเป็นสัญลักษณ์ให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม

การแสดงออกดังกล่าว จัดเป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้ชาวเชียงรายมีจิตวิญญาณร่วมกันในการจัดประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง จึงจัดเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวเชียงรายที่ต้องการแสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดีที่มีต่อแม่ฟ้าหลวง หรือสมเด็จพระบรมราชชนนี แม้ว่าพระองค์เสด็จสวรรคต แต่ชาวเชียงรายยังคงระลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณของพระองค์อยู่เสมอ

ความรู้สึกร่วม จิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ด้วยการใช้สัญลักษณ์ ที่จะสื่อสารให้บุคคลอื่นๆ ได้รับทราบถึงความรู้สึกร่วมกันของชาวเชียงราย อีกทั้งสัญลักษณ์ดังกล่าวยังเป็นการสื่อสารถึงชาวเชียงรายด้วยกันเองได้ตระหนักถึงความรู้สึก และจิตวิญญาณที่เป็นจุดร่วมกัน อันนำไปสู่การบ่งชี้ถึงอัตลักษณ์ที่เป็นอยู่ของชาวเชียงรายด้วยเช่นกัน

4.1.3.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ล้วนส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เริ่มจากชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ลักษณะของผิพรรณของคนเชียงรายที่มีผิวขาวมากกว่าทุกจังหวัดในแถบภาคเหนือ เป็นต้น กระนั้นความเป็นอยู่ของชาวเชียงรายจะตั้งอยู่บนฐานของความเป็นชาวล้านนา จึงทำให้ไม่เห็นความแตกต่างระหว่างเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มล้านนาด้วยตนเอง

กระนั้นลักษณะของภูมิประเทศ และภูมิอากาศ ส่งผลดีต่อการสร้างอัตลักษณ์ของเชียงราย อาทิ การทำให้สาธารณชนรู้จักเชียงรายในเมืองหน้าด่านที่เป็นประตูเปิดไปสู่ประเทศพม่า ลาว และจีน เป็นต้น

ความสำคัญของภูมิประเทศที่เป็นลักษณะเฉพาะ ที่มีความโดดเด่นกว่าจังหวัดอื่นๆ จนกลายเป็นที่มาของคำขวัญจังหวัดเชียงราย คือ “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” ซึ่งแสดงว่า ชาวเชียงรายได้ให้ความสำคัญแก่ลักษณะทางกายภาพในการใช้เป็นที่มาแห่งอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4.1.3.4 ปัจจัยจากภาครัฐ

ภาครัฐ จัดเป็นหน่วยงานที่สำคัญที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเป็นหน่วยงานสำคัญ ที่ทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนในด้านการใช้สัญลักษณ์ ที่จะสื่อสารให้คนในสังคมได้รับทราบถึงความเป็นเชียงราย และส่งผลต่อความรู้สึกร่วมของคนเชียงรายอีกด้วย

ยกตัวอย่างเช่น นโยบายของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติที่ต้องการให้แต่ละจังหวัดสร้างเอกลักษณ์แห่งจังหวัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น คำขวัญ สีประจำจังหวัด ดอกไม้ประจำจังหวัด ธงประจำจังหวัด ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นที่มาอันส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ และนำไปสู่การใช้อัตลักษณ์ เพื่อแสดงให้สาธารณชนทราบถึงความเป็นตัวตนของแต่ละจังหวัด

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ภาครัฐ เป็นตัวจักรสำคัญที่ผลักดันให้จังหวัดเชียงรายค้นหาความเป็นตัวตน และนำไปสู่การใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวสื่อสารกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่า นี้ คือ จังหวัดเชียงราย

4.1.3.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจ จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะรายได้จากการท่องเที่ยว กลายเป็นประเด็นหลักที่นำไปสู่การคิดค้นหาเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ที่จะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม นั่นหมายถึง ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อสินค้า ของที่ระลึก ที่พัก และอาหาร ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเป็นอย่างดี

จากข้อมูล พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยว เป็นแรงผลักดันอีกประการหนึ่งที่ทำให้บรรดาศิลปินหรือสล่าที่อยู่พำนักในจังหวัดเชียงรายมารวมตัวกัน และจะจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวโดยมุ่งไปเยี่ยมชมบ้านของศิลปินโดยเฉพาะ อันนำไปสู่การจำหน่ายงานศิลปะที่เหล่าศิลปินได้บรรจงสร้างสรรค์ขึ้น

นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพยายามหาสิ่งที่เป็นเชิงรายได้ เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับ ส่งผลต่อการแสวงหาสิ่งที่เป็นตัวตนของเชียงราย อาทิ ลักษณะทางภูมิประเทศ เช่น ภูชี้ฟ้า สามเหลี่ยมทองคำ ชายแดนแม่สาย เป็นต้น

อาจกล่าวโดยสรุปว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ก่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของเชียงราย เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการมาสัมผัสลักษณะพิเศษของเชียงราย ที่ไม่อาจสัมผัสได้จากที่อื่น

จากข้อมูลที่ค้นพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ประการที่กล่าวมาข้างต้น เป็นตัวหลักต้นทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวได้ทำหน้าที่สื่อสารกับบุคคลอื่นๆ และชาวเชียงรายด้วยกันเอง ได้รับทราบถึง คุณลักษณะพิเศษเชิงวัฒนธรรมที่ไม่อาจหาได้จากแหล่งอื่น นอกจากที่จังหวัดเชียงรายเท่านั้น

4.1.4 สรุปภาพรวมข้อค้นพบเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลที่ค้นพบจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงคุณภาพ พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีลักษณะเป็นอัตลักษณ์ร่วมกับกลุ่มล้านนา ส่งผลให้ชาวเชียงรายมีวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่อยู่ภายใต้กรอบแห่งอาณาจักรล้านนาในอดีต ไม่มีความแตกต่างจากกลุ่มจังหวัดล้านนาอื่นๆ ประกอบด้วย เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน

กระนั้นเชียงรายยังมีลักษณะบางประการที่แทรกอยู่ อาทิ ลักษณะภูมิประเทศ บรรยายากศ ประวัติศาสตร์ อาหาร สำเนียงการพูดคำเมือง และอื่นๆ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ทำให้เชียงรายมีลักษณะเด่นที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มล้านนา หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

นอกจากนี้ ข้อมูลยังระบุอีกว่า อัตลักษณ์ดังกล่าวมีกระบวนการสร้างขึ้นด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ การใช้คำขวัญและสัญลักษณ์ ประวัติศาสตร์ ลักษณะทางกายภาพ การนำสิ่งเก่ามาประยุกต์ใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ และสุดท้าย คือ การเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับทราบ

ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ ประกอบด้วย ปัจจัยที่ต้องการสร้างความแตกต่าง การปลูกจิตสำนึก สภาพแวดล้อม ความต้องการของภาครัฐ และเศรษฐกิจ จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลักดัน ทำให้เกิดแสวงหาสิ่งที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของชาวเชียงราย ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย

การศึกษาในส่วนของ “ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย” เป็นการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

- เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 400 คน รวบรวมเป็นข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

4.2.1 ข้อค้นพบเกี่ยวกับเหตุผลในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

แม้ว่าวัตถุประสงค์หลักของการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจะอยู่ที่การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย แต่เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงเหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวเชียงราย จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ผู้วิจัยต้องการค้นหาข้อเท็จจริงดังกล่าว และคาดว่าจะเป็นข้อมูลสำคัญในการพิจารณาถึงมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเชียงราย

ข้อค้นพบเกี่ยวกับเหตุผลในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงถึง ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวทั้ง 800 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่แล้วจะเคยมาเดินมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายมาแล้ว 2 - 4 ครั้ง มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และเคยมาเที่ยวมากกว่า 10 ครั้งตามมาเป็นอันดับ 2 มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 อันดับที่ 3 เป็นการเดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 85

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงไป คือ เคยมาเที่ยวแล้ว 2 - 4 ครั้ง มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

ตารางที่ 4.1
จำนวนครั้งในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

การมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	N	%	N	%
มาเที่ยวครั้งแรก	85	21.25	176	44.00
เคยมาเที่ยว 2 – 4 ครั้ง	142	35.50	98	24.50
เคยมาเที่ยว 5 – 7 ครั้ง	38	9.50	40	10.00
เคยมาเที่ยว 8 – 10 ครั้ง	29	7.25	41	10.25
เคยมาเที่ยวมากกว่า 10 ครั้ง	106	26.50	45	11.25
รวม	400	100.00	400	100.00

ตารางที่ 4.2
ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ระยะเวลาที่ใช้สำหรับ ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	N	%	N	%
1 – 2 วัน	234	58.50	57	14.25
3 – 4 วัน	66	16.50	103	25.75
5 – 6 วัน	23	5.75	84	21.00
มากกว่า 7 วัน	46	11.50	143	35.75
อื่น ๆ	31	7.75	13	3.25
รวม	400	100.00	400	100.00

สำหรับระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้เวลาในเที่ยวจังหวัดเชียงราย 1 – 2 วันเป็นส่วนใหญ่ มีจำนวนมากถึง 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงไปจะใช้เวลา 3 – 4 วัน ในเที่ยวเชียงรายมีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมากกว่า 7 วัน มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงไปจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3 – 4 วัน มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75

ตารางที่ 4.3
แผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

แผนการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	ไปเที่ยว	ไม่เที่ยว	รวม	ไปเที่ยว	ไม่เที่ยว	รวม
ตามโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยว	46 (11.50%)	354 (88.50%)	400 (100.00%)	144 (36.00%)	256 (64.00%)	400 (100.00%)
วัดในตัวเมืองเชียงราย	50 (12.50%)	350 (87.50%)	400 (100.00%)	202 (50.50%)	198 (49.50%)	400 (100.00%)
วัดร่องขุน	157 (39.25%)	243 (60.75%)	400 (100.00%)	77 (19.25%)	323 (80.25%)	400 (100.00%)
อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย	55 (13.75%)	345 (86.25%)	400 (100.00%)	123 (30.75%)	277 (69.25%)	400 (100.00%)
พระตำหนักดอยตุง	122 (30.50%)	278 (69.50%)	400 (100.00%)	74 (18.50%)	326 (81.50%)	400 (100.00%)
พระธาตุดอยตุง	107 (26.75%)	293 (73.25%)	400 (100.00%)	83 (20.75%)	317 (79.25%)	400 (100.00%)
ดอยแม่สลอง	54 (13.50%)	346 (86.50%)	400 (100.00%)	49 (12.25%)	351 (87.75%)	400 (100.00%)
ดอยวาวี	21 (5.25%)	379 (94.75%)	400 (100.00%)	20 (5.00%)	380 (95.00%)	400 (100.00%)
ชายแดนแม่สาย	379 (94.75%)	21 (5.25%)	400 (100.00%)	98 (24.50%)	302 (75.50%)	400 (100.00%)
สามเหลี่ยมทองคำ	123 (30.75%)	277 (69.25%)	400 (100.00%)	106 (26.50%)	294 (73.50%)	400 (100.00%)

ตารางที่ 4.3(ต่อ)

แผนการ ท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	ไปเที่ยว	ไม่เที่ยว	รวม	ไปเที่ยว	ไม่เที่ยว	รวม
เมืองโบราณ เชียงแสน	62 (15.50%)	338 (84.25%)	400 (100.00%)	67 (16.75%)	333 (83.25%)	400 (100.00%)
หมู่บ้านกระเหรี่ยง รวมมิตร	26 (6.50%)	374 (93.50%)	400 (100.00%)	41 (10.25%)	359 (89.75%)	400 (100.00%)
ภูชี้ฟ้า	64 (16.00%)	336 (84.00%)	400 (100.00%)	24 (6.00%)	376 (94.00%)	400 (100.00%)
อื่นๆ	22 (5.50%)	378 (94.50%)	400 (100.00%)	16 (4.00%)	284 (96.00%)	400 (100.00%)

สำหรับแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความประสงค์จะไปเที่ยวที่ชายแดนอำเภอแม่สายมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวระบุความประสงค์ที่จะไปเที่ยวถึง 379 คน รองลงไป คือ วัดร่องขุน มีจำนวน 157 คน สามเหลี่ยมทองคำ มีจำนวน 123 คน และพระตำหนักดอยตุง มีจำนวน 122 คน

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระบุความต้องการที่จะไปเที่ยวมากที่สุด คือ วัดในเมืองเชียงราย มีจำนวน 202 คน รองลงไป คือ การท่องเที่ยวตามโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยว มีจำนวน 144 คน อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย มีจำนวน 123 คน และสามเหลี่ยมทองคำ มีจำนวน 106 คน

ตารางที่ 4.4
การท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือตอนบน(กลุ่มล้านนา)

จังหวัดในกลุ่ม ล้านนา	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	ไปเที่ยว	ไม่เที่ยว	รวม	ไปเที่ยว	ไม่เที่ยว	รวม
เชียงใหม่	306 (76.50%)	94 (23.50%)	400 (100.00%)	229 (57.25%)	171 (42.75%)	400 (100.00%)
ลำปาง	216 (54.00%)	184 (46.00%)	400 (100.00%)	61 (15.25%)	339 (84.75%)	400 (100.00%)
ลำพูน	140 (35.00%)	260 (65.00%)	400 (100.00%)	37 (9.25%)	363 (90.75%)	400 (100.00%)
แม่ฮ่องสอน	104 (26.00%)	296 (74.00%)	400 (100.00%)	46 (11.50%)	354 (88.50%)	400 (100.00%)
พะเยา	184 (46.00%)	216 (54.00%)	400 (100.00%)	82 (20.50%)	318 (79.50%)	400 (100.00%)
แพร่	122 (30.50%)	278 (69.50%)	400 (100.00%)	27 (6.75%)	373 (93.25%)	400 (100.00%)
น่าน	80 (20.00%)	320 (80.00%)	400 (100.00%)	22 (5.50%)	378 (94.50%)	400 (100.00%)

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวในการเที่ยวจังหวัดอื่นๆ ในแถบภาคเหนือตอนบน หรือจังหวัดในกลุ่มล้านนา พบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเคยไปท่องเที่ยวมาแล้วมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวน 306 คน ส่วนชาวต่างชาติ มีจำนวน 229 คน

ส่วนจังหวัดที่นักท่องเที่ยวเคยเที่ยวมาแล้วมีจำนวนรองลงไปจากจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ จังหวัดลำปางมีจำนวน 216 คน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เคยเดินทางไปเที่ยวจังหวัดพะเยาเป็นอันดับรอง มีจำนวน 82 คน

อันดับที่ 3 ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ จังหวัดพะเยา มีจำนวน 184 คน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ จังหวัดลำปาง มีจำนวน 61 คน

ตารางที่ 4.5
เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เหตุผล	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
ต้องการสัมผัสธรรมชาติและที่สวยงาม	4.78	1.18	มากที่สุด	4.68	.99	มากที่สุด
ต้องการสัมผัสบรรยากาศของเมืองเก่าแก่	4.79	1.45	มากที่สุด	4.56	1.08	มากที่สุด
ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย	4.86	1.52	มากที่สุด	1.63	1.50	น้อยที่สุด
ต้องการซื้อสินค้าบริเวณชายแดน	4.68	1.43	มากที่สุด	3.95	1.64	น้อยที่สุด
ต้องการทำธุรกิจ	4.57	2.29	มากที่สุด	3.88	1.85	น้อย
เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติพี่น้อง	4.63	2.19	มากที่สุด	2.72	2.25	น้อย

สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีเหตุผลที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติและที่สวยงาม ต้องการสัมผัสบรรยากาศของเมืองเก่าแก่ ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย ต้องการซื้อสินค้าบริเวณชายแดน ต้องการทำธุรกิจ และต้องเยี่ยมเพื่อน และญาติพี่น้องในระดับมากที่สุด

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีเหตุผลในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมากที่สุด คือ ต้องการสัมผัสธรรมชาติและที่สวยงาม และต้องการสัมผัสบรรยากาศของเมืองเก่าแก่ ส่วนเหตุผลอื่นๆ เป็นเพียงระดับน้อยและน้อยที่สุด

4.2.2 ข้อค้นพบเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีข้อค้นพบ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6
การรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ลักษณะภาพลักษณ์ของ จังหวัดเชียงราย	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
เป็นจังหวัดที่มีอายุมากกว่า 700 ปี	4.52	1.25	เห็นด้วย มากที่สุด	4.60	1.02	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นเมืองที่พ่อขุนเม็งรายสร้าง ก่อนที่จะไปสร้างเมืองเชียงใหม่	4.49	1.46	เห็นด้วย มากที่สุด	4.56	1.15	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นเมืองที่พระแก้วมรกตเคย ประดิษฐานก่อนที่จะได้รับ อัญเชิญไปยังเมืองอื่น	4.49	1.54	เห็นด้วย มากที่สุด	4.46	1.19	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่ตั้งของเมืองโบราณ อาทิจ เชียงแสน เชียงของ เวียง กาหลง เป็นต้น	4.55	1.44	เห็นด้วย มากที่สุด	4.32	1.04	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่ยังคงอนุรักษ์ วัฒนธรรมล้านนา	4.49	1.54	เห็นด้วย มากที่สุด	4.24	1.04	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่อ.เฉลิมชัย โฆษิต พิพัฒน์ สร้างวัดร่องขุนที่ สวยงามและอลังการ	4.61	1.56	เห็นด้วย มากที่สุด	4.46	1.26	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นแหล่งกำเนิดของศิลปินผู้มี ชื่อเสียง เช่น อ.ถวัลย์ ดัชนี อ.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์	4.52	1.50	เห็นด้วย มากที่สุด	4.43	1.31	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมจาก แหล่งอื่นเข้ามาผสมผสานอยู่ มากมาย	4.53	1.59	เห็นด้วย มากที่สุด	4.21	1.08	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลักษณะภาพลักษณ์ของ จังหวัดเชียงราย	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
เป็นจังหวัดที่มีชนเผ่าอยู่อย่าง หลากหลาย	4.62	1.46	เห็นด้วย มากที่สุด	4.33	1.22	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับ ประเทศพม่าและลาว	4.60	1.42	เห็นด้วย มากที่สุด	4.37	.98	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดหน้าด่านที่จะติดต่อกับ ประเทศจีน	4.59	1.61	เห็นด้วย มากที่สุด	4.30	1.08	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีสินค้าจากจีนเข้ามาขาย มากมาย อาทิ เสื้อผ้า ผลไม้ เครื่องใช้ต่างๆ	4.60	1.46	เห็นด้วย มากที่สุด	4.18	1.12	เห็นด้วย มาก
เป็นจังหวัดที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม เหมาะสมเป็นสถานที่ท่องเที่ยว	4.67	1.48	เห็นด้วย มากที่สุด	4.31	1.04	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีแหล่งน้ำพุร้อน เหมาะที่จะทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบสปา	4.55	1.58	เห็นด้วย มากที่สุด	4.29	1.12	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีอากาศเย็นเกือบ ตลอดปี	4.50	1.58	เห็นด้วย มากที่สุด	4.14	1.21	เห็นด้วย มาก
เป็นจังหวัดที่มีผู้คนเป็นมิตร และอัธยาศัยดี	4.49	1.32	เห็นด้วย มากที่สุด	4.35	1.09	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีผู้คนผิวพรรณ สวยงาม	4.45	1.37	เห็นด้วย มากที่สุด	4.34	1.12	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีผู้คนมีกิริยาที่ นุ่มนวล สงบ เสงี่ยม เรียบร้อย	4.40	1.44	เห็นด้วย มากที่สุด	4.30	.98	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีความเจริญด้าน วัตถุเป็นอย่างมาก	4.25	1.45	เห็นด้วย มากที่สุด	4.12	1.08	เห็นด้วย มาก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลักษณะภาพลักษณ์ของ จังหวัดเชียงราย	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
เป็นจังหวัดหน้าด่านที่มีคนต่าง ด้าวอาศัยเป็นจำนวนมาก	4.41	1.46	เห็นด้วย มากที่สุด	4.13	1.02	เห็นด้วย มาก
เป็นจังหวัดที่นำมาเที่ยวเพราะมี จุดผ่านแดนไปประเทศพม่าและ ลาว	4.53	1.34	เห็นด้วย มากที่สุด	4.26	.94	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีบรรยากาศเงียบ สงบ เหมาะแก่ การพักผ่อน	4.39	1.41	เห็นด้วย มากที่สุด	4.22	.97	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีอาหารการกิน ค่อนข้างหลากหลาย ทั้งอาหาร ไทย พื้นเมือง ฯลฯ	4.38	1.44	เห็นด้วย มากที่สุด	4.19	1.05	เห็นด้วย มาก
เป็นจังหวัดที่สามารถเพาะเลี้ยง ปลาบึก ซึ่งเป็นปลาขนาดใหญ่ ในแม่น้ำโขง	4.37	1.51	เห็นด้วย มากที่สุด	4.20	1.16	เห็นด้วย มาก
เป็นจังหวัดที่มีผ้าทอสวยงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ผ้าทอไทลื้อ	4.45	1.43	เห็นด้วย มากที่สุด	4.24	1.09	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีผลไม้ที่ปลูก เฉพาะท้องถิ่น เช่น สับปะรดนาง แล	4.53	1.40	เห็นด้วย มากที่สุด	4.36	1.11	เห็นด้วย มากที่สุด
เป็นจังหวัดที่มีการปลูกชาอูหลง	4.68	1.78	เห็นด้วย มากที่สุด	4.28	1.18	เห็นด้วย มากที่สุด

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ลักษณะสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ของ
จังหวัดเชียงรายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ รับรู้ภาพลักษณ์ต่างๆ ของจังหวัดเชียงรายใน
ระดับค่อนข้างสูงในทุกด้าน

ตารางที่ 4.7
เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นในกลุ่มล้านนา

รายละเอียด	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
ลักษณะทางภูมิประเทศ	3.08	2.37	ไม่เห็นความแตกต่าง	3.20	2.61	ไม่เห็นความแตกต่าง
สภาพอากาศ	3.02	2.34	ไม่เห็นความแตกต่าง	3.12	2.63	ไม่เห็นความแตกต่าง
บรรยากาศโดยทั่วไป	3.22	2.42	ไม่เห็นความแตกต่าง	3.09	2.69	ไม่เห็นความแตกต่าง
ลักษณะและรสชาติอาหารทั่วไป	3.34	2.56	ไม่เห็นความแตกต่าง	3.06	2.67	ไม่เห็นความแตกต่าง
ลักษณะและรสชาติอาหารชั้นโตก	3.48	2.68	มีความแตกต่างมาก	2.99	2.81	ไม่เห็นความแตกต่าง
รสชาติของขนมจีนน้ำเงี้ยว	3.63	2.48	มีความแตกต่างมาก	3.05	2.77	ไม่เห็นความแตกต่าง
รสชาติของข้าวซอย	3.61	2.59	มีความแตกต่างมาก	3.06	2.80	ไม่เห็นความแตกต่าง
ชาอูหลง	3.77	2.68	มีความแตกต่างมาก	3.04	2.76	ไม่เห็นความแตกต่าง
กาแฟอารบิก	3.81	2.67	มีความแตกต่างมาก	3.06	2.76	ไม่เห็นความแตกต่าง
ผลไม้จำพวก ลำไย ลิ้นจี่	3.41	2.60	มีความแตกต่างมาก	3.04	2.70	ไม่เห็นความแตกต่าง
ผลไม้จำพวก สับปะรดนางแล/กุแล	3.54	2.63	มีความแตกต่างมาก	3.03	2.74	ไม่เห็นความแตกต่าง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
ลักษณะของผู้คน	3.32	2.53	ไม่เห็นความแตกต่าง	2.99	2.74	ไม่เห็นความแตกต่าง
ภาษาถิ่น	3.46	2.49	ไม่เห็นความแตกต่าง	2.92	2.80	ไม่เห็นความแตกต่าง
สำเนียงในการพูดภาษาถิ่น	3.33	2.44	ไม่เห็นความแตกต่าง	3.03	2.75	ไม่เห็นความแตกต่าง
การแต่งกาย	3.29	2.58	ไม่เห็นความแตกต่าง	2.98	2.68	ไม่เห็นความแตกต่าง
ลักษณะของบ้านเรือนที่พักอาศัย	3.23	2.58	ไม่เห็นความแตกต่าง	3.00	2.57	ไม่เห็นความแตกต่าง
ลักษณะของวัด	3.22	2.56	ไม่เห็นความแตกต่าง	2.91	2.60	ไม่เห็นความแตกต่าง
การพ้อนรำ การแสดง	3.47	2.63	มีความแตกต่างมาก	2.78	2.74	ไม่เห็นความแตกต่าง
ของที่ระลึก	3.31	2.54	ไม่มีความคิดเห็น	2.95	2.58	ไม่เห็นความแตกต่าง
สถานที่ท่องเที่ยว	3.52	2.48	ไม่เห็นความแตกต่าง	2.85	2.67	ไม่เห็นความแตกต่าง

ด้านความแตกต่างระหว่างจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มล้านนาอีก 7 จังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยจะเห็นความแตกต่างที่รสชาติของอาหาร เช่น ข้าวซอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว ภาษาพูด ส่วนอื่นๆ จะมีไม่เห็นความแตกต่าง ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่เห็นความแตกต่างระหว่างจังหวัดเชียงรายและจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มล้านนา

4.2.3 ข้อค้นพบเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ มีดังนี้

ตารางที่ 4.8
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ รับรู้ภาพลักษณ์ จังหวัดเชียงราย	นักท่องเที่ยวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	mean	S.D	ความหมาย	mean	S.D	ความหมาย
ตัวเอง	4.56	1.73	ส่งผลมากที่สุด	4.72	1.00	ส่งผลมากที่สุด
เพื่อนสนิท	4.45	2.05	ส่งผลมากที่สุด	4.03	1.45	ส่งผลมาก
เพื่อนที่ทำงาน / ที่เรียน	4.45	2.09	ส่งผลมากที่สุด	3.51	1.87	ส่งผลมาก
แฟน / สามี / ภรรยา	4.44	2.26	ส่งผลมากที่สุด	3.34	1.85	ส่งผลปานกลาง
พ่อ / แม่	4.65	2.23	ส่งผลมากที่สุด	3.66	1.79	ส่งผลมาก
ญาติสนิท / พี่ - น้อง	4.56	2.25	ส่งผลมากที่สุด	3.46	1.77	ส่งผลมาก
โทรทัศน์	4.53	2.13	ส่งผลมากที่สุด	3.44	1.67	ส่งผลมาก
วิทยุ	4.39	2.19	ส่งผลมากที่สุด	3.30	1.71	ส่งผลปานกลาง
หนังสือพิมพ์	4.39	2.20	ส่งผลมากที่สุด	3.66	1.65	ส่งผลมาก
นิตยสาร	4.32	2.27	ส่งผลมากที่สุด	3.75	1.65	ส่งผลมาก
แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว	4.26	2.33	ส่งผลมากที่สุด	4.02	1.58	ส่งผลมาก
อินเทอร์เน็ต	4.45	2.25	ส่งผลมากที่สุด	4.13	1.53	ส่งผลมาก
บริษัทนำเที่ยว / บริษัททัวร์	4.31	2.26	ส่งผลมากที่สุด	3.74	1.79	ส่งผลมาก

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ไม่ว่าจะเป็น ตัวเอง กลุ่มเพื่อนสนิท ญาติพี่น้อง ตลอดจนสื่อมวลชนแต่

ละประเภท และบริษัทนำเที่ยว ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างมากที่สุด

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายมากที่สุด คือ ตัวเอง ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ จะส่งผลรองลงมา กระนั้นถือว่า ทุกปัจจัยต่างส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์อยู่ในระดับสูง

4.2.4 สรุปภาพรวมข้อค้นพบเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจะมีความแตกต่างกันในส่วนของการใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ประมาณ 1-2 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มากกว่า 2 วันขึ้นไป ซึ่งถือว่าใช้เวลาที่อยู่ในจังหวัดเชียงรายมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย

สำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่างมีภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน และไม่แสดงความแตกต่างในการมองภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

เมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายไปเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในแถบล้านนา ไม่ปรากฏความแตกต่าง ยกเว้น การใช้สำเนียงการพูดภาษาเหนือที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้นที่พบว่า มีความแตกต่าง

ดังนั้นอาจกล่าวโดยสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังพบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างจากภาพลักษณ์ของจังหวัดอื่นๆ ในแถบภาคเหนือตอนบน หรือกลุ่มจังหวัดล้านนา

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวไทยทุกปัจจัยล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายในระดับมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจัยส่วนตัวจะส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. เพื่อค้นหาและรวบรวมมโนทัศน์(concepts) ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
4. เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
6. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์กับอัตลักษณ์ที่เป็นจริงของจังหวัดเชียงราย
7. เพื่อหาแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

จากวัตถุประสงค์ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การศึกษาเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อเก็บข้อมูลด้านลุ่มลึกและแนวกว้าง ข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัยทั้งหมดนำมาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

จากข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัย ในส่วนของผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้สำหรับการค้นหาอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย และข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับตอบคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นำมาสรุปผลการวิจัย เพื่อตอบคำถามการวิจัย ได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1: อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ อะไร

การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นการค้นหาปรากฏการณ์ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนที่บ่งบอกลักษณะความเป็นจังหวัดเชียงรายในเชิงวัฒนธรรมศึกษา ด้วยการศึกษาเชิง

คุณภาพ ที่มุ่งเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายร่วม การศึกษา เอกสาร และการสังเกตของผู้วิจัย

ผลการวิจัยในส่วนนี้ สามารถสรุปเป็นคุณลักษณะที่บ่งบอกว่าเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด เชียงราย จำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1. อัตลักษณ์จังหวัดเชียงรายที่มีลักษณะร่วมภายในกลุ่มล้านนา

การที่จังหวัดเชียงรายเป็น 1 ใน 8 ของกลุ่มจังหวัดล้านนา หรือกลุ่มภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน หรือที่มักรู้จักกันในนามของชาวเหนือ ซึ่งทั้ง 8 จังหวัดจะมีคุณลักษณะร่วมทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึง ได้แก่ ภาษาพูด ที่ส่วนใหญ่จะใช้ภาษาเหนือเป็นภาษาพูดในการสื่อสาร หรือการอู้(พูด)คำเมืองกัน อย่างแพร่หลายใน 8 จังหวัดที่กล่าวมาข้างต้น

อาหารการกิน เป็นคุณลักษณะอีกประการหนึ่งที่เป็นวัฒนธรรมร่วมของชาวล้านนา กล่าวคือ ลักษณะ หน้าที่ รสชาติ ของอาหารพื้นเมืองหรืออาหารเหนือ จะมีลักษณะใกล้เคียงกัน อาทิ แกงฮังเล ลาบหมู แกงแค น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อง ฯลฯ อาหารเหล่านี้อาจต่างที่รสชาติ เพียงเล็กน้อยขึ้นอยู่กับความชอบของผู้ปรุงเท่านั้น

ด้านวิธีการรับประทาน ล้วนมีลักษณะเหมือนกัน คือ การนั่งล้อมวงกับพื้น หรือที่รู้จักกันในนาม การรับประทานอาหารแบบขันโตก แม้ว่าปัจจุบันหลายครัวเรือนอาจประยุกต์เป็นการรับประทานบนโต๊ะอาหาร แต่หลายครอบครัวโดยเฉพาะในชนบท การรับประทานแบบล้อมวงนั่งกับพื้น โดยมีอาหารใส่ในภาชนะ วางบนขันโตกตั้งอยู่ตรงกลางวงยังปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน และยังเป็นวิถีชีวิตของชาวล้านนาที่ตกทอดมาตั้งแต่อดีต ซึ่งถือเป็นลักษณะเด่นของวัฒนธรรมล้านนา อีกทั้งยังได้นำมาใช้ในการต้อนรับแขกเมือง หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสลักษณะแห่งความเป็นล้านนาได้เป็นอย่างดี

ประเพณี ยังเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นคุณลักษณะร่วมของชาวล้านนา อาทิ ประเพณี สงกรานต์ ที่เริ่มตั้งแต่วันที่ 13 – 16 เมษายน ของทุกปี และแต่ละวันจะมีพิธีกรรมที่ชาวเหนือ จะต้องปฏิบัติ เพื่อสร้างความเป็นสิริมงคลให้แก่ชีวิตและสำคัญมากกว่าการสาดน้ำ ที่หลายคนมองเป็นสาระสำคัญของประเพณีสงกรานต์

นอกจากนี้ยังมีประเพณีอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ประเพณีลอยกระทง การกินสลาก ฯลฯ อีกทั้งยังมีพิธีกรรมต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น การสู่ขวัญ การบวช การแต่งงาน เป็นต้น ทั้งหมดนี้จะมีรูปแบบการจัดทำคล้ายคลึงกัน ถือเป็นวิถีชีวิตอย่างหนึ่งของชาวล้านนา

การมีคุณลักษณะร่วมด้านอัตลักษณ์แห่งล้านนา จัดเป็นเสน่ห์อีกประการหนึ่งของจังหวัด เชียงรายที่เป็นจุดที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สนใจมาท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย นอกจากนี้อัตลักษณ์ร่วมแบบล้านนายังเป็นผลดีต่อวิถีการดำเนินชีวิตที่เน้นความเรียบง่าย ยึดถือศาสนา และความเชื่อดั้งเดิมเป็นหลักยึดเหนี่ยวจิตใจ อีกทั้งชาวเชียงรายมีความ ภาควิมิที่เป็นส่วนหนึ่งของล้านนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

2. อัตลักษณ์จังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ

แม้ว่าอัตลักษณ์โดยภาพรวมของจังหวัดเชียงรายจะถูกปกคลุมด้วยอัตลักษณ์แห่งความ เป็นล้านนา กระนั้นยังมีอัตลักษณ์บางประการที่ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดในเขตล้านนาด้วยกัน

ข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมได้จากการวิจัย สามารถจำแนกคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของ จังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะได้ ดังนี้

1) เมืองแห่งประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา

ความโดดเด่นของดินแดนที่เป็นจังหวัดเชียงรายในอดีต คือ ความรุ่งเรืองแห่งอาณาจักร เชียงแสน(อำเภอเชียงแสน) อาณาจักรเชียงของ(อำเภอเชียงของ) เวียงกาหลง(ตำบลเวียงกาหลง อำเภอเวียงป่าเป้า) และการเป็นเมืองที่พ่อขุนเม็งรายหรือพญาเม็งรายทรงสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นฐาน ที่ตั้งในการรวบรวมไพร่พล สำหรับการยกทัพไปโจมตีอาณาจักรอื่นๆ แล้วก่อตั้งเป็นอาณาจักร ล้านนา พร้อมทั้งสร้างเมืองเชียงใหม่ขึ้นเป็นราชธานี

ความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นที่มาที่ชาวเชียงรายใช้เป็น “จุดเด่น” ในการสร้าง “ความ แตกต่าง” จากสิ่งอื่นๆ ซึ่งเป็นการทำหน้าที่ของอัตลักษณ์ พร้อมทั้งได้นำเสนอออกมาในรูปแบบ ของคำขวัญของจังหวัดเชียงราย คือ ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา ซึ่งจัดเป็นสิ่งที่ทำให้ชาวเชียงรายเกิด ความภาคภูมิใจในอดีตความเป็นมาของเมืองเชียงราย ซึ่งจัดเป็นอัตลักษณ์ที่เด่นชัดอย่างหนึ่งของ จังหวัดเชียงราย

2) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นภูเขา และมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสหภาพพม่า อีกทั้งเป็นเส้นทางไปสู่แคว้นสิบสองปันนา ประเทศจีน

ความพิเศษดังกล่าว ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าอาศัยอยู่มากถึง 30 ชนเผ่า ประกอบด้วย

- 1) ลื้อเชียงรุ่ง
- 2) มูเซอดำ
- 3) จีน ประกอบด้วย จีนแคะ ไหหลำ แต่จิว กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน
- 4) ลัวะ หรือ ละว้า
- 5) ฮ่อ คือคนจีนที่อยู่ในเขตมณฑลยูนนานในประเทศจีน
- 6) ไตยอง ชาวเหนือเรียกว่า “ยอง”
- 7) ลื้อเชียงคำ
- 8) ยางหรือกะเหรี่ยง
- 9) ลาวอินไตจีน
- 10) อีเก้อ หรือ อาข่า
- 11) ลื้อห้วยเม็ง
- 12) ม้ง หรือ แม้ว
- 13) ไตหย่า
- 14) ตองซู่
- 15) ไตเมืองเหนือ
- 16) ข่ามู
- 17) ญวน
- 18) ลื้อแจ้
- 19) เย้า
- 20) ยางแดง หรือกะเหรี่ยงแดง
- 21) ม่าน คือชาวพม่าที่ชาวเหนือเรียก
- 22) ยางขาว หรือกะเหรี่ยงขาว
- 23) ลื้อน้ำอู

- 24) ไทยใต้
- 25) แยก บางออกเป็น 2 พวก คือแยกมลายู และแยกอินเดีย
- 26) ข้าฮอก
- 27) ไทยใหญ่ หรือเงี้ยว
- 28) ลีซอ
- 29) กูย
- 30) เขิน หรือไตเขิน

การอยู่อาศัยของ 30 ชนเผ่า ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมที่หลากหลาย เนื่องจากแต่ละชนเผ่าย่อมมีวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง สิ่งที่แสดงออกอย่างชัดเจน คือ การแต่งกาย ซึ่งแต่ละชนเผ่าจะมีลักษณะเฉพาะ และมักจะตกแต่งเมื่อถึงเทศกาลสำคัญๆ อาทิ สงกรานต์ หรืองานบุญต่างๆ

ความโดดเด่นดังกล่าว จึงเป็นอีกลักษณะหนึ่งที่ทางจังหวัดเชียงรายนำเสนอ เพื่อบ่งบอกถึงลักษณะเด่นที่ไม่มีในดินแดนอื่นๆ ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์สำคัญอีกประการหนึ่งของจังหวัดเชียงราย ในเรื่องของความหลากหลายทางวัฒนธรรม

3) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย

สถานที่ตั้งของจังหวัดเชียงราย ณ ปัจจุบัน สร้างความโดดเด่น และมีข้อได้เปรียบกว่าจังหวัดอื่นเป็นมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นจังหวัดเหนือสุดของประเทศ ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ ได้แก่ สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งปัจจุบันได้มีการเปิดจุดผ่านแดนกับทั้ง 2 ประเทศ ที่ด่านอำเภอแม่สายที่ใช้ติดต่อกับประเทศพม่า และด่านที่อำเภอเชียงของสำหรับการติดต่อกับประเทศลาว

นอกจากการมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศพม่าและลาว เชียงราย ยังเป็นจังหวัดหน้าด่านที่จะเปิดประตูไปสู่ประเทศจีนอีกด้วย จุดเด่นดังกล่าว กลายเป็นที่มาของคำขวัญเชียงรายที่ว่า “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา”

ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของข้อได้เปรียบด้านภูมิประเทศ คือ การมีสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง อาทิ ภูชี้ฟ้า ดอยตุง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดเชียงราย จนกลายเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่สามารถมีรายได้จากการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นและทำให้จังหวัดเชียงรายมีความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ลักษณะทางภูมิประเทศที่มีความพิเศษกว่าจังหวัดอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้

เชียงรายมีความพิเศษและไม่เหมือนพื้นที่อื่น ซึ่งเป็นผลมาจากการทำหน้าที่ของอัตลักษณ์ ที่ต้องการบ่งบอกให้ทราบว่า นี่แหละ คือ จังหวัดเชียงราย

4) อากาศเย็นสบายจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

ในช่วงฤดูหนาว จัดเป็นฤดูแห่งการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และทุกปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวและพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่ภูชี้ฟ้า ซึ่งเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวเข้าเดินทางไปทำทนายความหนาวเย็น จนกลายเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงราย

ไม่เพียงแต่บนยอดดอยเท่านั้นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว ความหนาวเย็นของอากาศยังเป็นตัวดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงการเข้ามาพักผ่อน แม้จะไม่ใช่วงฤดูหนาวก็ตาม ทั้งนี้เพราะเชียงรายจะเป็นจังหวัดที่มีอุณหภูมิต่ำกว่าจังหวัดอื่นๆ ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีอากาศเย็นสบาย เหมาะแก่การพักผ่อนเป็นอย่างยิ่ง

ด้วยลักษณะทางภูมิอากาศที่เย็นสบายเกือบตลอดทั้งปี จึงเป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่งของเชียงราย ที่สร้างความแตกต่างจากพื้นที่แหล่งอื่นๆ ซึ่งจัดเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาเที่ยว และเป็นสิ่งที่ทำให้คนทั่วไปรู้จักเชียงรายในรูปแบบหนึ่ง

5) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต

ปรากฏการณ์อีกอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงรายขณะนี้ คือ การรวมตัวของศิลปิน หรือสล่า ผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น จิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม ต่างรวมตัวมาอยู่ที่จังหวัดเชียงรายซึ่งมีมากเกือบ 100 ท่าน แต่ละท่านมีฝีมือในการทำงานค่อนข้างสูง อาทิ ถวัลย์ ดัชนี เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เป็นต้น

การรวมตัวของสล่า จึงส่งผลต่อการสร้างงานศิลปะ จนทำให้เมืองเชียงรายเป็นแหล่งแห่งศิลปะ แต่ปัจจุบันนี้ยังไม่ปรากฏเด่นชัด เนื่องจากผลงานส่วนใหญ่ได้นำเสนอขาย ณ แหล่งอื่นๆ เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพฯ เป็นต้น ดังนั้นจึงเกิดการรวมตัวในกลุ่มสล่าที่อยู่ในเชียงราย จัดทำแผนผังท่องเที่ยวบ้านศิลปิน ซึ่งกระจายตัวอยู่ทุกพื้นที่ในจังหวัดเชียงราย และคาดว่าจะสร้างจุดสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

จากความพิเศษของการรวมตัวของศิลปิน ที่ไม่เหมือนพื้นที่อื่นๆ ในประเทศไทย จึงกลายเป็นลักษณะเด่น และเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

6) “วัดร่องขุน”: การสร้างเอกลักษณ์ใหม่ของเชียงราย

ความตั้งใจจริงของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ จิตรกรผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง และเป็นชาวเชียงรายโดยกำเนิดที่ตั้งปฏิธานไว้ว่า จะสร้างอุโบสถให้แก่วัดร่องขุน ซึ่งเป็นวัดบ้านเกิดของท่าน ต่อมาเมื่อท่านทำการก่อสร้าง ด้วยการออกแบบที่สวยงาม และวิจิตรตระการตา ตามแบบฉบับของท่านเอง จนทำให้เกิดเสียงเล่าขาน สร้างความสนใจให้แก่ชาวเชียงราย และผู้มาเยือนเชียงราย ต้องแวะเข้าไปชมผลงานที่สวยงาม ที่เป็นเอกลักษณ์หนึ่งเดียวในประเทศไทย

แม้ว่าปัจจุบันนี้วัดร่องขุนยังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง แต่ทุกวันที่จะนักท่องเที่ยว ผู้มีจิตศรัทธาในพระพุทธศาสนา และผู้มีความชื่นชมในผลงานของอาจารย์เฉลิมชัย แวะเวียนไปชมผลงานชิ้นเอกของท่านเป็นประจำสม่ำเสมอ

ปัจจุบันวัดร่องขุน กลายเป็นสถานที่แห่งหนึ่งที่ชาวเชียงรายมีความภาคภูมิใจ พร้อมทั้งจะแนะนำให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม ซึ่งถือเป็นศิลปะร่วมสมัยที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ จนกลายเป็นลักษณะเด่น ที่จัดอยู่ในอัตลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

7) พระตำหนักดอยตุงและพระธาตุดอยตุงจุดเด่นของเชียงราย

บนยอดดอยตุง มีสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวเชียงรายอยู่ 2 สิ่ง นั่นคือ พระตำหนักดอยตุง ที่ประทับของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมชนนี หรือสมเด็จพระเจ้าของปวงชนชาวไทย หรือแม่ฟ้าหลวงของชาวเชียงราย แม้ว่าปัจจุบันพระองค์จะสวรรคต แต่พระองค์ยังอยู่ในใจของประชาชนชาวไทย และชาวเชียงรายตลอดไป

ปัจจุบันพระตำหนักดอยตุง กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม เนื่องจากตั้งอยู่บนดอยตุงในตำแหน่งที่มองเห็นทัศนียภาพที่สวยงามของจังหวัดเชียงราย กอปรกับตัวพระตำหนักมีการออกแบบก่อสร้างด้วยสถาปัตยกรรมร่วมสมัยที่ผสมผสานระหว่างศิลปะล้านนากับชาเลย์ของสวิส มีการแกะสลักไม้ตามกาลแล เริงชายและขอบหน้าต่างเป็นลวดลายต่างๆ ฝีมือช่างชาวเหนือ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะอย่างหนึ่งที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงราย

อีกทั้งบริเวณพระตำหนักยังมีสวนสวนแม่ฟ้าหลวง หรือสวนดอยตุง เป็นสวนไม้ดอก ไม้ประดับเมืองหนาว กลางสวนมีประติมากรรมเด็กยืนต่อตัว งานประติมากรรมนี้ได้รับพระราชทานชื่อว่า "ความต่อเนื่อง" นอกจากแปลงไม้ประดับกลางแจ้งแล้วยังมีโรงเรือนไม้ในร่ม จุดเด่นคือกล้วยไม้จำพวกรองเท้านารีชนิดต่างๆ ที่มีดอกสวยงามมาก ความภาพความสวยงามของสวนแม่ฟ้าหลวง

หากเดินทางต่อจากพระตำหนักขึ้นไปอีกจะพบกับ พระสถูปบรรจุพระรากขวัญเบื้องซ้าย (กระดูกไหปลาร้า) ของพระพุทธเจ้า ที่เรียกว่า พระธาตุคุดอยตุง เพราะเมื่อทำก่อสร้างพระสถูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุนี้ ได้ทำธงตะขาบหรือ “ตุง” และเป็นที่มาของชื่อ คุดอยตุง

ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ตั้งอยู่บนคุดอยตุง และกลายเป็นสัญลักษณ์ เมื่อระลึกถึงจังหวัดเชียงราย ดังนั้นจึงนับเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญที่บ่งบอกความเป็นเชียงรายได้เป็นอย่างดีอีกประการหนึ่ง

8) ประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง

พระมหากษัตริย์ที่ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี หรือสมเด็จพระย่า หรือแม่ฟ้าหลวงมีต่อชาวเชียงราย ครั้นที่พระองค์ทรงพระชนชีพอยู่นั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ชาวเชียงรายระลึกถึงพระองค์อยู่เสมอ แม้ว่าพระองค์จะสวรรคตไปแล้วก็ตาม ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายจัดเป็นประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง¹ ที่กำหนดการจัดงานขึ้นในวันที่ ๑๘ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของ องค์แม่ฟ้าหลวงของปวงชนชาวไทย

ประเพณีดังกล่าวจึงเป็นประเพณีที่ชาวเชียงรายจัดขึ้นเพียงที่เดียวในประเทศ ดังนั้นจึงจัดเป็นลักษณะเด่นที่ชาวเชียงรายภาคภูมิใจ ดังนั้นจึงถือเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายอีกรูปแบบหนึ่ง

9) สีม่วง ผ้าทอ คอปาย: ชุดประจำจังหวัดเชียงราย

เมื่อสภากาชาดจังหวัดเชียงรายได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2540 ได้มีการค้นหารูปแบบการแต่งกายที่จะใช้เป็นชุดพื้นเมืองประจำจังหวัดเชียงราย โดยการระดมความคิดจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย พร้อมทั้งมีการปรึกษาหารือกันหลายรอบ จนในที่สุดได้มีการออกแบบชุดประจำจังหวัดเชียงรายออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ชุดสำหรับงานพิธีการ และชุดลำลอง โดยให้สีม่วงเป็นสีของชุดประจำจังหวัด

สำหรับที่มาของสีม่วง ได้มาจากการวางรากฐานของเมืองเชียงรายในสมัยพ่อขุนเม็งรายที่ทรงสร้างเมืองในวันอังคาร และสีม่วงจัดเป็นเดช หรือสีแห่งอำนาจในวันดังกล่าว ดังนั้นจึงเป็นบทสรุปที่ใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด และนำมาใช้สำหรับการตัดเย็บเสื้อผ้าที่เป็นชุดพื้นเมืองของเชียงรายอีกด้วย

¹ การตาน เป็นพิธีกรรมอย่างหนึ่งของชาวล้านนาที่ใช้ในการทำบุญ เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่เสียชีวิตไปแล้ว

ปัจจุบันนี้ ชุดพื้นเมืองสีม่วง จึงเป็นสิ่งที่มักพบเห็นอยู่ประจำในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากได้มีการรณรงค์ให้หน่วยงานราชการและเอกชนใส่สีม่วงในช่วงเวลาทำงาน เช่น วันอังคาร หรือวันศุกร์ เป็นต้น ดังนั้น สีม่วงและชุดพื้นเมือง ตามแบบที่สภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย จึงกลายเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

10) สำเนียงภาษา: ลักษณะเฉพาะของชาวเชียงราย

แม้ว่าภาษาคำเมืองจะเป็นภาษาที่คนล้านนาใช้ในการพูดสื่อสารซึ่งกันและกัน แต่สิ่งที่ชาวเชียงรายแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ นั่นคือ สำเนียงภาษา ที่บ่งบอกได้ว่า นี่คือนำเนียงของคนเชียงราย หรือนั่นคือ สำเนียงของคนเชียงใหม่ เป็นต้น

ลักษณะดังกล่าวกลุ่มคนล้านนาด้วยตนเอง จะมีความสามารถพิเศษในการแยกแยะลักษณะของสำเนียงที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ได้ ฉะนั้นสำเนียงภาษาจึงเป็นตัวบ่งบอกถึงความเหมือนและความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มคนในแต่ละจังหวัดในเขตล้านนา

ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า สำเนียงภาษาในการพูดภาษาเหนือ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บ่งบอกลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ดังเช่น สำเนียงการพูดภาษาเหนือของชาวเชียงราย จึงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย

11) น้ำเงี้ยว: อาหารในรูปแบบของชาวเชียงราย

แม้ว่า อาหารเหนือ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีลักษณะหน้าตา รสชาติ ใกล้เคียงกัน กระนั้นยังมีอาหารบางประเภทที่ชาวเชียงรายมั่นใจว่าเป็นลักษณะเฉพาะของพวกเขา นั่นคือ น้ำเงี้ยว หรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในนาม ขนมจีนน้ำเงี้ยว

ความพิเศษของน้ำเงี้ยวของชาวเชียงรายจะต้องมีส่วนผสมของถั่วเน่า ซึ่งเป็นเครื่องปรุงชนิดหนึ่งที่ทำจากถั่วเหลือง ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวเชียงราย เมื่อสำเร็จรูปจะเป็นแผ่นบางๆ และเมื่อนำไปปรุงอาหารจะต้องนำไปโขลกผสมกับน้ำพริกที่จะนำไปปรุงอาหาร ซึ่งจะเพิ่มรสชาติให้มีความเข้มข้นขึ้น ดังนั้นน้ำเงี้ยวของชาวเชียงรายจึงมีความเข้มข้นมากกว่าที่อื่นๆ เนื่องจากมีส่วนผสมของถั่วเน่า ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวเชียงราย

สิ่งที่พิเศษอีกประการหนึ่งของน้ำเงี้ยวเชียงราย คือ นอกจากจะใช้รับประทานกับขนมจีนหรือขนมเส้นในภาษาเหนือ ยังนำไปรับประทานกับเส้นก๋วยเตี๋ยว จะเรียกว่า ก๋วยเตี๋ยวน้ำเงี้ยว ซึ่ง

ถือเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างสูงของชาวเชียงราย ส่วนเครื่องเคียงอื่นๆ จะไม่เห็นความแตกต่างกันในแถบล้านนา

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การรับประทานน้ำเงี้ยวของชาวเชียงราย จึงเป็นเอกลักษณ์รูปแบบหนึ่งที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในจังหวัดเชียงราย นับได้ว่าเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งที่บ่งบอกลักษณะของชาวเชียงราย

12) สับปะรดนางแล ภูแล : ผลไม้ปลูกได้ผลดีที่เชียงราย

ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายในการเป็นพื้นที่ปลูกพืชและผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้เมืองหนาวได้เป็นอย่างดี แต่พืชและผลไม้เหล่านั้น สามารถปลูกได้ในจังหวัดอื่นๆ ที่มีอากาศหนาวเย็นเช่นกัน ยกเว้น สับปะรดนางแล และภูแล ซึ่งเป็นผลไม้ที่ปลูกได้ผลดีเฉพาะ ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จึงได้ชื่อว่า สับปะรดนางแล

ส่วนสับปะรดภูแล เป็นพันธุ์ผสมระหว่างนางแล และภูเก็ท ที่ได้ส่วนดีของทั้ง 2 พันธุ์มาอยู่รวมกัน กล่าวคือ ความหวานของนางแล และความกรอบของภูเก็ท จึงทำให้ภูแลเป็นสับปะรดที่มีทั้งความหวานและกรอบในผลเดียวกัน

สับปะรดทั้ง 2 พันธุ์เป็นผลไม้ที่ปลูกและได้ผลดี เฉพาะในพื้นที่แถบตำบลนางแล จึงกลายเป็นลักษณะเฉพาะของผลไม้ ที่มีในจังหวัดเชียงรายเท่านั้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นางแลและภูแล เป็นสับปะรดที่เป็นอัตลักษณ์พิเศษของจังหวัดเชียงราย

13) พิธีบวงสรวงปลาบึกที่เชียงของ

สมัยก่อนที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นสถานที่ที่ใช้ในการล่าปลาบึก ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดขนาดใหญ่ ที่อาศัยเฉพาะในแม่น้ำโขง ปัจจุบันปลาบึกใกล้จะสูญพันธุ์แล้ว อีกทั้งสามารถเพาะพันธุ์ และเพาะเลี้ยงได้

จากเหตุผลดังกล่าว ชาวเชียงของ จึงพร้อมใจกันไม่ล่าปลาบึก แต่จะเปลี่ยนเป็นการบวงสรวงปลาบึก และสาธิตวิธีการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้ชม โดยจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันที่ 18 เมษายน ซึ่งอยู่ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของชาวเหนือ

เนื่องจากพิธีกรรมดังกล่าว จะกลายเป็นประเพณีของชาวเชียงของ ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในเชียงราย และเป็นประเพณีที่เกิดขึ้นแห่งเดียวของประเทศ จึงคาดว่า ลักษณะดังกล่าวจะกลายเป็นอัตลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่งของชาวเชียงราย

ลักษณะทั้ง 13 ประการจัดเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นรูปแบบเฉพาะของชาวเชียงราย ที่สร้างความแตกต่างในกลุ่มล้านนาด้วยตนเอง และเป็นการสร้างความเหมือนหรือจุดร่วมกันของชาวเชียงราย ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทหนึ่งของอัตลักษณ์ในการแยกแยะลักษณะที่ “เหมือน” และ “ต่าง” ของกลุ่มคนในสังคม

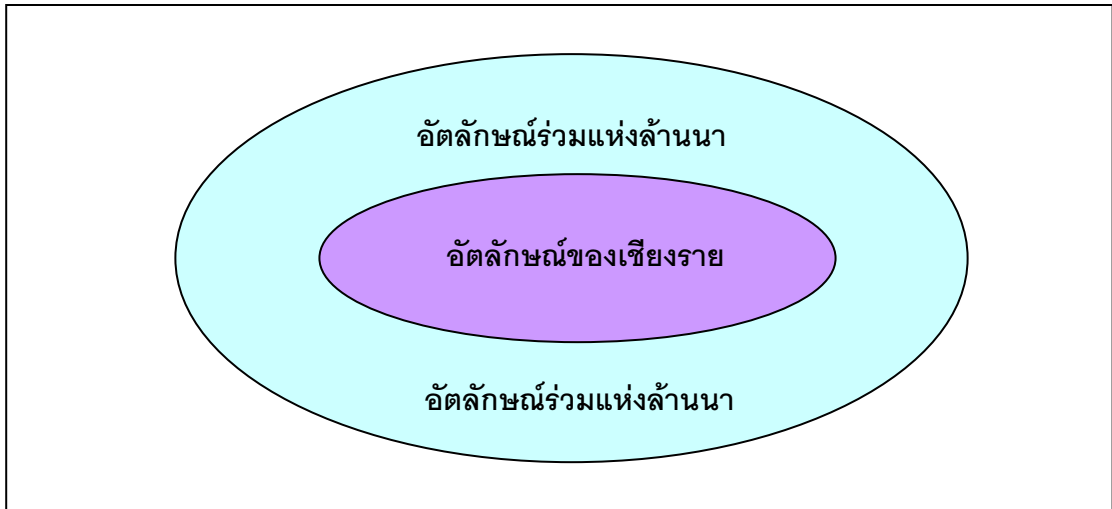
จากข้อมูลการวิจัย สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมี 2 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนา ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายตระหนักว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา และมีวิถีชีวิตใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนาด้วยตนเอง

ส่วนอีกอัตลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง คือ อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย จำแนกได้ 13 ประการ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น อัตลักษณ์ในส่วนนี้จะเป็นตัวจำแนกความแตกต่างของชาวเชียงรายจากกลุ่มอื่นๆ และทำให้ชาวเชียงรายได้ทราบถึงสิ่งที่เหมือนกันในหมู่ชาวเชียงรายด้วยตนเอง

ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้ง 2 ลักษณะ จึงเป็นสิ่งที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมของชาวเชียงราย ดังที่แสดงในภาพที่ 6.1 ที่อธิบายถึงปรากฏการณ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่ค้นพบในจังหวัดเชียงราย กล่าวคือ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม รวมถึงอัตลักษณ์ต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นชาวเชียงราย จะมีอัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนาครอบคลุมความเป็นอยู่ วิถีคิด ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นแบบแผนการดำเนินชีวิต และเป็นอัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายยินยอมพร้อมใจยกอยู่ภายใต้อัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนา

ส่วนอัตลักษณ์ที่เป็นของชาวเชียงรายโดยเฉพาะจะอยู่ในแกนกลาง เนื่องจากเป็นอัตลักษณ์ย่อยที่แตกตัวออกมาจากอัตลักษณ์หลัก หรืออัตลักษณ์ร่วมของล้านนา

อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ทั้ง 2 รูปแบบส่งผลต่อวิถีชีวิต การจำแนกแยกแยะถึงคุณลักษณะที่บ่งบอกว่า เป็นชาวเชียงรายภายใต้กรอบแห่งการเป็นชาวล้านนานั้นเอง



ภาพที่ 5.1

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

คำถามการวิจัยข้อที่ 2: กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

หากกล่าวถึง กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย จะพบว่า เมืองค์ประกอบอยู่ภายในกระบวนการที่มีการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดลักษณะที่เป็นตัวตน หรือสิ่งที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ที่จะปรากฏแก่สาธารณชนได้รับทราบถึง คุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์นั้น

จากการศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลอย่างลุ่มลึก ที่ใช้หลายวิธีผสมผสานกัน เมื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาสกัด จึงพบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีกระบวนการสร้างที่เป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย

เนื่องจากอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายจะต้องเป็นสิ่งที่คนเชียงรายมีการรับรู้ มีความรู้สึกร่วมกัน อันนำไปสู่การยอมรับว่า สิ่งนั้นเป็นตัวตน หรืออัตลักษณ์ที่บ่งบอกว่า สิ่งนั้น คือ ลักษณะของชาวเชียงราย พร้อมทั้งสกัดสิ่งที่ไม่ใช่ลักษณะของชาวเชียงรายออกไป นั่นเป็นเพราะจุดหลักสำคัญของอัตลักษณ์ คือ การบ่งบอกสิ่งที่เป็น กับ สิ่งที่ไม่เป็นอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์จะทำงานภายใต้กฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย

ดังนั้นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์จึงจำเป็นต้องได้รับการยอมรับ และมีความรู้สึกมีส่วนร่วมของคนในสังคมเชียงรายนั่นก่อนว่า เป็นสิ่งที่เหมาะสมกับสังคมเชียงราย และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมจะเกิดการหา “สิ่ง” ที่คนในสังคมเชียงรายให้การยอมรับอย่างชอบธรรม ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบหลายประกอบที่ผสมผสานจนทำให้เกิดความรู้สึกรับรู้ และยอมรับว่า สิ่งนั้น คือ อัตลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเชียงราย

จากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบที่ทำให้ชาวเชียงรายเกิดความรู้สึก จิตสำนึกร่วมกัน อันนำไปสู่การยอมรับว่า สิ่งนั้นเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของเชียงราย มีดังนี้

1) สร้างคำขวัญและสัญลักษณ์ปลุกการรับรู้ร่วมกัน

ความสำคัญของคำขวัญ และสัญลักษณ์ คือ เป็นตัวแทนที่ใช้สื่อสารให้คนในสังคมได้รับทราบ สิ่งที่ต้องการสื่อสารได้อย่างง่าย และไวต่อการรับรู้ เพราะคำขวัญและสัญลักษณ์มักจะแฝงนัยสำคัญที่สังคมเชียงรายต้องการสื่อสารให้คนในสังคมและภายในสังคมได้รับรู้ และประจักษ์ร่วมกัน

สำหรับ “คำขวัญ” ที่เชียงรายประกาศใช้ เพื่อบอกกล่าวความเป็นเชียงราย คือ “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” ซึ่งเป็นคำกีดความที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะเด่นของเชียงราย นอกจากจะเป็นการย้ำให้คนเชียงรายทราบถึงอัตลักษณ์แห่งตนแล้วยังเป็นการประกาศให้สาธารณชนได้รับทราบถึง สิ่งที่มี และสิ่งที่เป็นของเชียงราย ที่หาไม่ได้ในพื้นที่แห่งอื่น

ส่วน “สัญลักษณ์” ที่เชียงรายใช้ในการสื่อสารกับสังคม เช่น การใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด โดยที่มาของสัญลักษณ์มาจากประวัติศาสตร์ของการสร้างเมืองเชียงรายในวันอังคาร และสีม่วงเป็นสีแห่งอำนาจในวันดังกล่าว ส่งผลให้มีการใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด ตลอดจนรณรงค์ให้มีการใช้สีม่วงการเครื่องแต่งกาย เพื่อการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชาวเชียงราย

ดังนั้นทั้งการใช้ คำขวัญ และสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างจิตสำนึกร่วมกัน จนก่อให้เกิดการยอมรับ สิ่งที่เป็นอยู่ ของจังหวัดเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของเชียงรายที่ใช้ในการสื่อสารกับสังคม

2) นำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าขานสร้างจิตสำนึกร่วมกัน

ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ที่มี การเล่าขาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะจุดชนวนให้เกิดจิตวิญญาณแห่งความรักในผืนแผ่นดินที่คนเชียงใหม่ถือกำเนิด และอยู่อาศัย นั่นเป็นเพราะประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ล้วนมีส่วนสำคัญทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในบรรพบุรุษของตนเอง

สังเกตจากคำขวัญของเชียงใหม่ จะมีประวัติศาสตร์ที่ชาวเชียงใหม่ภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก นั่นคือคำว่า “ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” ที่ต้องการแสดงถึงความโดดเด่นแห่งประวัติศาสตร์ที่เคยเป็นรากฐานในการก่อสร้างอาณาจักรล้านนาของพ่อขุนเม็งราย เนื่องจากพระองค์ทรงสร้างเมืองเชียงใหม่เป็นฐานที่มั่นในการรวบรวมไพร่พล และภายหลังพระองค์จึงสร้างเชียงใหม่ขึ้นเป็นราชธานี ฉะนั้นชาวเชียงใหม่ จึงต้องการบอกกล่าวเล่าขานให้ทราบถึง ความสำคัญของเชียงใหม่ที่เป็นเสมือนต้นกำเนิดแห่งวัฒนธรรมล้านนานั้นเอง

นัยสำคัญของความหมายที่แฝงในคำขวัญ จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สร้างความรู้สึกกับรู้ร่วมกันของชาวเชียงใหม่ และยอมรับถึงความสำคัญของผืนแผ่นดินเชียงใหม่ ที่เป็นเสมือนแหล่งกำเนิดอาณาจักรล้านนา แม้ว่าความเจริญจะไปรวมตัวกันที่เชียงใหม่ก็ตาม

นอกจากนี้ยังมีการอ้างอิงประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการขอขมขใจที่จะใช้สื่อสารในเชิงอัตลักษณ์ อาทิ การใช้สีม่วง ซึ่งมีที่มาจากประวัติศาสตร์แห่งการสร้างเมืองเชียงใหม่ การใช้ตุ๊กเป็นสัญลักษณ์ เป็นต้น ถือเป็น การปลูกจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี จนนำไปสู่การยอมรับในสิ่งที่นำเสนอเป็นอัตลักษณ์ของเชียงใหม่

3) ใช้ลักษณะเด่นของภูมิประเทศสร้างความเป็นเชียงใหม่

คำขวัญของเชียงใหม่ได้ใช้ลักษณะเด่นทางภูมิประเทศมาเป็นจุดสำคัญในการสื่อสาร ได้แก่ “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน” ซึ่งเป็นลักษณะทางกายภาพที่สื่อสารถึงคนในสังคมได้ง่าย และชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรมมากกว่าการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งจะต้องหาที่มาของความหมายแห่งสัญลักษณ์นั้น

ดังนั้นการใช้จุดเด่นแห่งภูมิประเทศของจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นการง่ายที่จะสร้างการยอมรับอัตลักษณ์แห่งตนของชาวเชียงใหม่ได้ค่อนข้างง่ายกว่าการใช้สัญลักษณ์ อีกทั้งลักษณะเด่นด้านภูมิประเทศของจังหวัดเชียงใหม่เป็นสิ่งที่มีความเฉพาะ ซึ่งมีความสำคัญในด้านการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า ลาว และจีน

นอกจากนี้ความโดดเด่นทางภูมิประเทศที่มีความสวยงาม อาทิ ภูเขาสามเหลี่ยมทองคำ จัดเป็นจุดที่สร้างความตื่นตา ตื่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว และกลายเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความ เป็นเชียงราย ที่หลายคนจะต้องระลึกถึง เมื่อได้ยืนสถานที่ดังกล่าว ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่สร้างการ ยอมรับว่า ลักษณะเด่นหรืออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4) ประยุกต์ของแก่นนำมาใช้ใหม่

องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในหมู่ชาวเชียงราย คือ การนำสิ่งเก่ามาประยุกต์เป็นสิ่งใหม่ให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และสิ่งที่ชาว เชียงรายได้ดำเนินการให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม

ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบชุดพื้นเมืองหรือชุดประจำจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการ ประยุกต์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วนำมาผสมผสานให้เหมาะสม เพื่อหาจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ของชาว เชียงราย ที่จะใช้แต่งกายในพิธีการสำคัญ หรือชุดลำลอง สำหรับการสวมใส่ในวันที่ไม่ต้องการพิธี การมากนัก ปัจจุบันการแต่งกายในรูปแบบดังกล่าวมีให้เห็นทั้งในที่ทำงาน และงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวเชียงรายพร้อมใจที่จะแต่งกายในแบบฉบับของชาวเชียงราย ซึ่งเป็นอัตลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่ง

นอกจากนี้ยังมีประเพณีบวงสรวงปลาบึก ที่สมัยก่อนเป็นพิธีกรรมที่ใช้ในการล่าปลาบึก แต่ปัจจุบันชาวเชียงของได้ประกาศเลิกการล่าปลาบึก ซึ่งเป็นสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์แห่งลำน้ำโขง และเปลี่ยนเป็นการสาธิตพิธีการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้ชม ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีในวันที่ 18 เมษายน ที่หาดไคร้ อำเภอลี้ของ จังหวัดเชียงราย

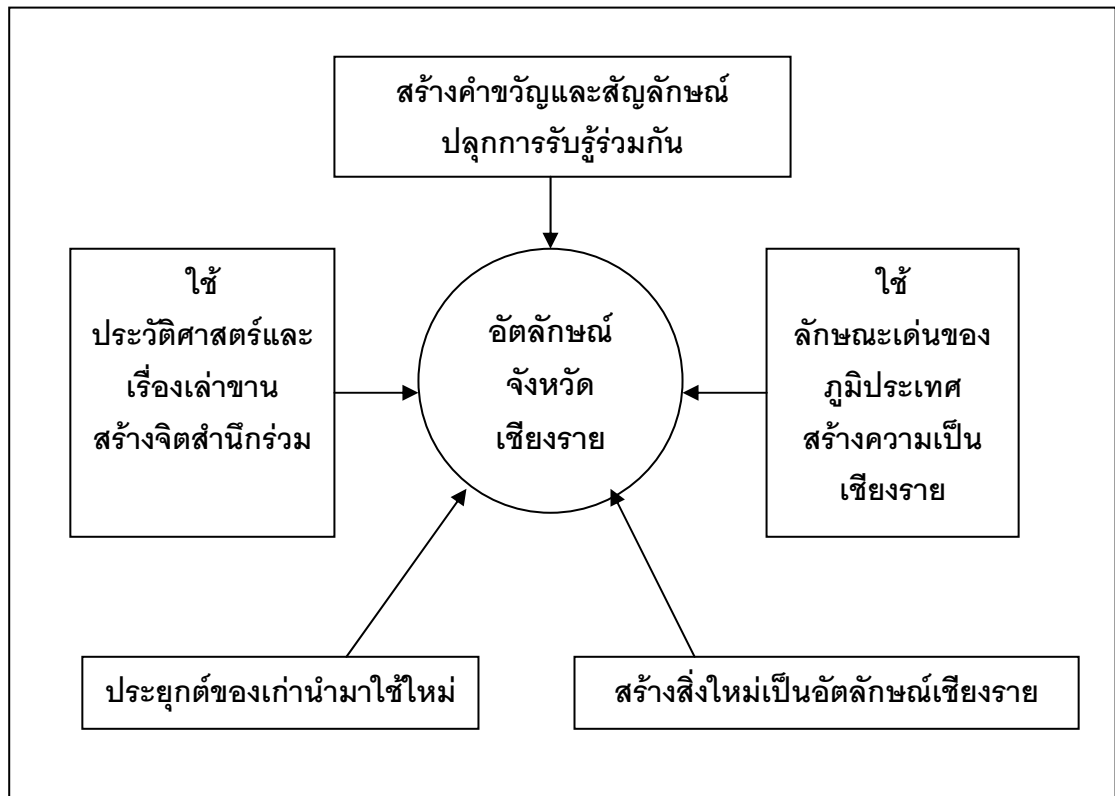
5) สร้างสิ่งใหม่เป็นอัตลักษณ์เชียงราย

แม้ว่า สิ่งเก่า ที่เคยมีในอดีตจะสร้างความคุ้นเคย ที่นำไปสู่การสร้างจิตสำนึกร่วมกัน และ ส่งผลต่อการยอมรับของคนในสังคมเชียงรายได้เป็นอย่างดี กระนั้นการสร้างสิ่งใหม่ เพื่อให้เป็นอัต ลักษณ์ของชาวเชียงราย ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความยอมรับให้เกิดชอบอย่างชอบธรรม ในหมู่ชาวเชียงรายได้เช่นกัน

ยกตัวอย่างเช่น การสร้างอนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย ที่ปัจจุบันได้รับการยอมรับจากคน เชียงรายว่าจะต้องมีการสักการะเป็นประจำทุกปี เพราะถึงเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์รูปแบบหนึ่งที่ชาว เชียงรายให้ความนับถือ

รวมถึงการสร้างวัดร่องขุนของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ที่กลายเป็นสถานที่ที่ชาว เชียงราย มักจะพาแขก หรือญาติพี่น้อง ที่มาจากต่างถิ่นไปเยี่ยมชมความสวยงามอันวิจิตรตระการ ตา ซึ่งเป็นศิลปะร่วมสมัยที่อาจารย์เฉลิมชัยได้บรรจงสร้างสรรค์ขึ้น แม้ว่าจะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ แต่ ได้รับการยอมรับจากชาวเชียงรายน่า เป็นสถานที่แห่งหนึ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชาว เชียงราย

ดังนั้นความสำคัญของสิ่งใหม่ที่สร้างขึ้น จึงเป็นเสมือนการเพิ่มเติมคุณลักษณะสำคัญที่จะ บ่งชี้ถึงความเป็นเชียงรายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น และที่สำคัญ คือ เป็นการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมหรือความเหมือนกันให้เกิดขึ้นในจิตใจชาวเชียงราย อีกแนวทางหนึ่ง



ภาพที่ 5.2

องค์ประกอบแห่งการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ถือเป็นสิ่งสำคัญแห่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาว เชียงราย ที่ทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันว่า มีสิ่งที่เป็นลักษณะเด่นอยู่ในเชียงราย และนำไปสู่การ

ยอมรับลักษณะเด่นเหล่านั้นว่า เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายในที่สุด

ขั้นที่ 2 การสื่อสารให้ทราบถึงลักษณะเด่นของชาวเชียงราย

ในขั้นแรกเป็นการหาสิ่งที่เป็นจุดร่วม ที่จะทำให้ชาวเชียงรายมีความรู้สึก รับรู้ร่วมกันว่าเป็นสิ่งที่มีคุณลักษณะที่สำคัญ และมีความพิเศษที่จะสร้างความโดดเด่นให้แก่ชาวเชียงราย หลังจากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนที่ 2 ซึ่งทำหน้าที่ต่อเนื่องจากขั้นตอนแรก โดยจะทำหน้าที่ผลักดันให้เกิดการยอมรับอัตลักษณ์แห่งจังหวัดเชียงราย โดยองค์ประกอบทั้ง 5 จะเป็นส่วนผลักดันให้เกิดการรับรู้ร่วมกันของคนในจังหวัดเชียงรายว่า มีลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย เป็นการหลอมรวมจิตวิญญาณของชาวเชียงรายให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และบ่งบอกได้ทันทีว่า สิ่งนี้เป็นของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ

การดำเนินงานในขั้นที่ 2 จัดเป็นขั้นตอนที่ช่วยผลักดันให้เกิดการรับรู้ จึงนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนในจังหวัดเชียงราย และประชาชนทั่วไปได้ร่วมรับรู้ ถึงคุณลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงราย

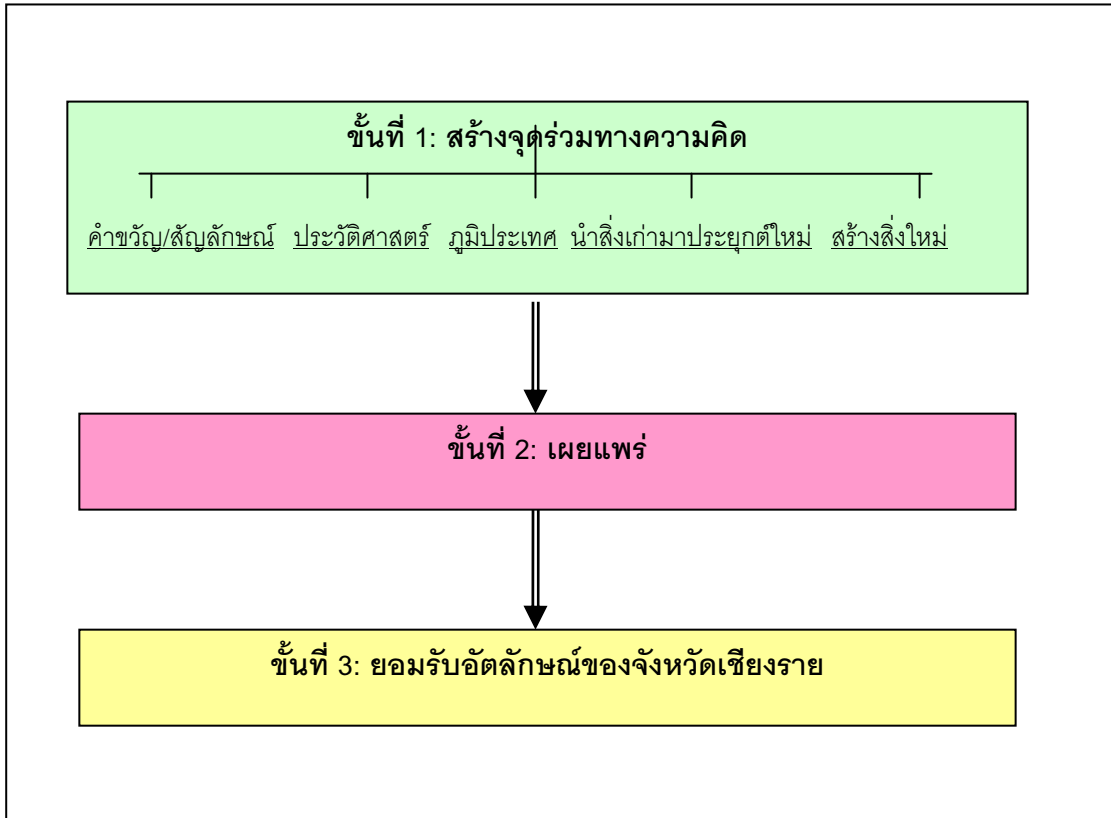
ขั้นที่ 3 ยอมรับคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ในขั้นสุดท้ายนี้ เป็นขั้นตอนของการยอมรับถึงคุณลักษณะพิเศษที่นำเสนอในขั้นตอนที่ 2 ว่า เป็นสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยการยอมรับนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มที่เป็นประชาชนชาวเชียงราย จะยอมรับโดยการนำคุณลักษณะต่างๆ ที่นำเสนอไปใช้ในวิถีชีวิตจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ ต่อมาจึงกลายเป็นอัตลักษณ์ของสังคมเชียงรายในที่สุด
- 2) กลุ่มประชาชนทั่วไปจะร่วมรับรู้ว่าคุณลักษณะดังกล่าวเป็นวิถีชีวิตของชาวเชียงราย ดังนั้นการยอมรับของทั้ง 2 กลุ่ม จะนำไปสู่การแบ่งแยกสิ่งที่เป็นเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่เชียงราย นั้นหมายความว่า การทำหน้าที่ที่สำคัญแห่งการเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั่นเอง

ขั้นตอนของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่ต้องให้ความสนใจในการสร้างจุดร่วมบางประการที่จะทำให้เกิดการยอมรับในหมู่คนเชียงราย จนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่ทำ

ให้บุคคลกลุ่มสามารถรับรู้ได้ว่า สิ่งเหล่านั้นเป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย ซึ่งแต่ละขั้นตอนจึงมีความสำคัญอย่างเท่าเทียมกัน ดังแสดงในภาพที่ 6.3



ภาพที่ 5.3

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

คำถามการวิจัยข้อที่ 3: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายมีอะไรบ้าง

จากข้อมูลที่ค้นพบ แสดงให้ทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยแห่งการจำแนกสิ่งเป็นเชียงราย

ปัจจัยที่ต้องการจัดกลุ่ม/ประเภท ที่บ่งบอกว่า สิ่งนี้ แสดงถึงตัวตนของชาวเชียงราย หรือปฏิเสธสิ่งที่ไม่ใช่คุณลักษณะของชาวเชียงราย หลักการนี้จะแสดง 2 สิ่งที่เป็นคู่ขนานกัน ได้แก่ “สิ่ง

ที่ใช่กับสิ่งที่ไม่ใช่” หรือ “สิ่งที่เหมือนกับสิ่งที่แตกต่าง” ซึ่งจะจำแนกคุณลักษณะที่เป็นเชิงร้ายได้อย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม

ดังนั้นปัจจัยแห่งการจำแนก จะทำหน้าที่ในการแบ่งแยกสิ่งที่ไม่ใช่ และไม่ใช่ลักษณะที่บ่งบอกความเป็นเชิงร้าย รวมถึงทำการจัดแบ่งหมวดหมู่ของคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงความเป็นเชิงร้าย ซึ่งจะทำหน้าที่แสดงให้เห็นทราบว่า มีอะไรบ้างที่เป็นอัตลักษณ์ของเชิงร้าย และปฏิเสธสิ่งที่ไม่สามารถบ่งบอกว่าเป็นอัตลักษณ์ของเชิงร้าย

2. ปัจจัยด้านการสร้างความรู้สึกร่วม

แรงผลักดันที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ การสร้างความรู้สึกรับรู้ร่วมกันว่า สิ่งที่มีคุณลักษณะพิเศษนั้นบ่งบอกถึงความเป็นเชิงร้าย เช่น การใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด การสร้างคำขวัญที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะพิเศษของจังหวัดเชียงราย ที่ไม่มีในที่อื่นๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวสร้างความรู้สึกร่วมกันในจิตใจชาวเชียงรายได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นความรู้สึกร่วม และจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ในทางกลับกันอัตลักษณ์เหล่านั้นจะเป็นตัวที่ช่วยดึงความรู้สึกร่วมของชาวเชียงรายมาอยู่รวมศูนย์ที่อัตลักษณ์เหล่านั้นด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ลักษณะพิเศษของเชียงรายที่มีภูมิประเทศ และภูมิอากาศ หรือลักษณะสำคัญทางกายภาพของจังหวัดเชียง จัดเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ผลักดันให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สืบเนื่องจากคำขวัญของเชียงรายที่ว่า “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” โดย 2 วลีแรกแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษทางกายภาพของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ

จึงกล่าวโดยสรุปว่า ลักษณะสำคัญทางกายภาพ หรือลักษณะพิเศษทางภูมิประเทศเป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่นำมาใช้สื่อสารกับชาวเชียงราย และสาธารณชนได้รับถึง ความเป็นตัวตนของเชียงราย และเมื่อกล่าวถึงดินแดนเหนือสุดในสยาม หลายคนมักจะนึกถึงจังหวัดเชียงราย นั่นหมายความว่า อัตลักษณ์แห่งเชียงรายกำลังทำหน้าที่บ่งบอกความเป็นเชียงรายให้แก่สาธารณชนได้รับทราบโดยทั่วกัน

4. ปัจจัยด้านภาครัฐ

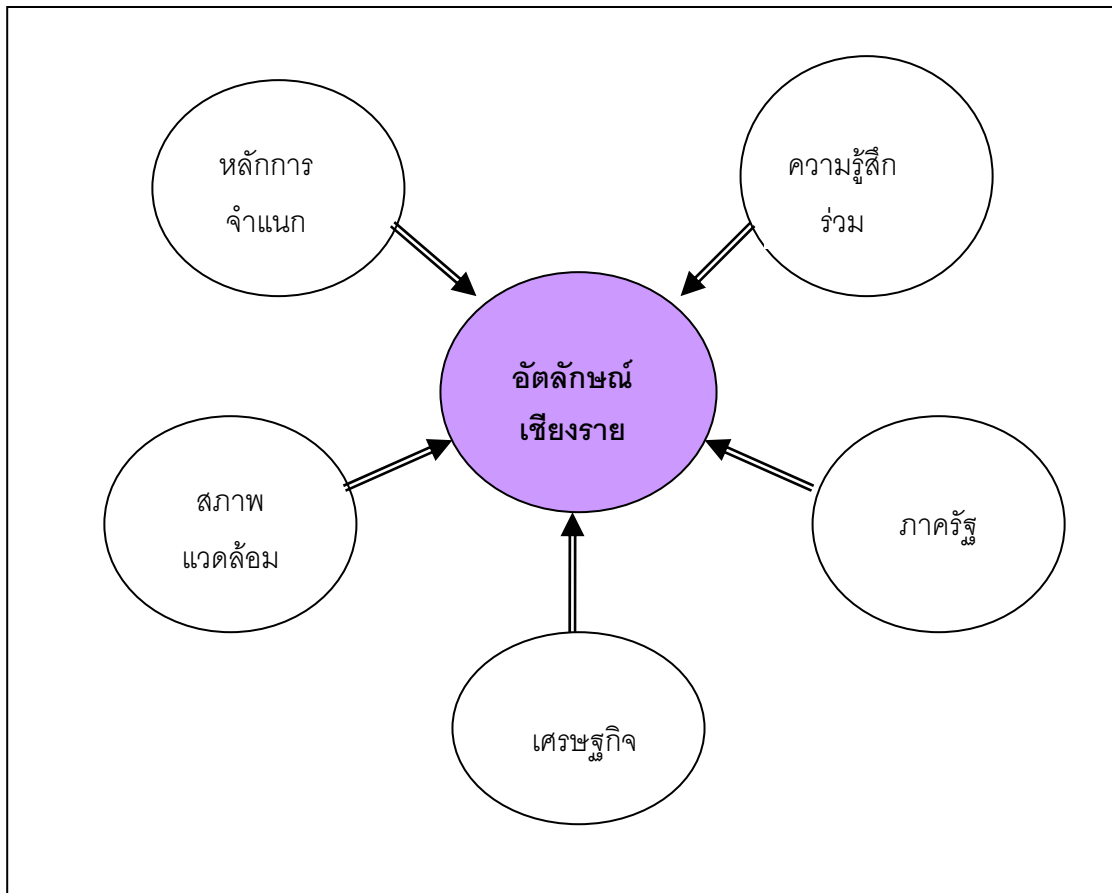
แรงผลักดันของภาครัฐ จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด เชียงรายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การแสวงหาลักษณะการแต่งกายที่เป็นชุดประจำจังหวัดเชียงราย ทั้ง ชายและหญิง ที่แบ่งเป็นงานพิธีการและชุดลำลอง รวมถึงการพยายามใช้สีม่วงในการตัดเย็บ เสื้อผ้า เพื่อสร้างความพร้อมเพรียงกันของกลุ่มคนเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย ในที่สุด

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ภาครัฐ เป็นตัวจักรสำคัญที่ผลักดันให้จังหวัดเชียงรายนับหาความเป็นตัวตน และนำไปสู่การใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวสื่อสารกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่า นี่ คือ จังหวัดเชียงราย

5. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

รายได้จากการท่องเที่ยว จัดเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ชาวเชียงรายเร่งหาลักษณะพิเศษ ที่จะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ อาทิ การแสวงหาแหล่งที่จะจัดทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยว การหาจุดเด่นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว นำมาส่งเสริมและสื่อสารให้ผู้สนใจได้รับรู้ และรับทราบถึง คุณลักษณะพิเศษ นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบ

ดังนั้นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ก่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของ เชียงราย เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการมาสัมผัสกับลักษณะพิเศษของ เชียงราย ที่ไม่อาจสัมผัสได้จากที่อื่น



ภาพที่ 5.4

ปัจจัยที่ผลักดันทำให้เกิดอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

คำถามการวิจัยข้อที่ 4: ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างไร

คำจำกัดความของคำว่า “ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย” สำหรับงานวิจัยนี้ หมายถึง ภาพที่สะท้อนออกจากตัวตนของชาวเชียงราย หรืออีกมุมมอง คือ สิ่งที่บุคคลอื่นมองเห็นคุณลักษณะสำคัญของชาวเชียงราย

การวิจัยส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มุ่งสำรวจลักษณะสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ของชาวเชียงรายในสายตาของผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว ด้วยการให้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน และชาวต่างประเทศ 400 คน

ผลการวิจัย(ตารางที่ 5.6) พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน โดยยอมรับว่า จังหวัดมีภาพลักษณ์ด้านความเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ มีลักษณะทางภูมิประเทศที่มีความ

โดดเด่นเฉพาะตัวและสวยงาม พร้อมทั้งมีบรรยากาศเหมาะจะเป็นที่พักอาศัยและการท่องเที่ยว ส่วนลักษณะผู้คนชาวเชียงรายได้มีอัธยาศัยที่ดี มีความเป็นมิตร เรียบร้อย พร้อมทั้งมีอาหารมากมาย ให้เลือกรับประทานทั้งอาหารพื้นเมือง และอาหารไทย

ที่สำคัญนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มล้วนรับรู้ว่าเป็นแหล่งปลูกสับปะรดนางแล และกล้วย แล พร้อมทั้งผลไม้เมืองเหนือ อาทิ ลำไย ลิ้นจี่ เป็นต้น รวมถึงพืชและผลไม้เมืองหนาว ได้แก่ ชาอูหลง และสตอเบอรี่

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังรับทราบว่า เชียงรายเป็นดินแดนแห่งศิลปินที่มีชื่อเสียง อาทิ กล้วย ดัชนี เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เป็นต้น และยังมีศิลปินหรือสลาอื่นๆ อีกด้วย พร้อมทั้งยังทราบว่า อำเภอเชียงของเป็นแหล่งที่สามารถเพาะพันธุ์ปลาบึก ซึ่งเป็นปลาที่อาศัยอยู่ในแม่น้ำโขงเท่านั้น

แตเมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายได้เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา (ตารางที่ 5.7) พบว่า ชาวต่างชาติไม่เห็นความแตกต่างระหว่างจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย รับรู้ว่าจังหวัดเชียงรายมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา ไม่ว่าจะเป็น ลักษณะทางภูมิประเทศ อากาศ บรรยากาศโดยทั่วไป รวมถึงรสชาติของอาหารพื้นเมืองโดยรวม แต่จะเห็นความแตกต่างมากในรสชาติของน้ำเงี้ยว ข้าวซอย รวมถึงผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ สับปะรดนางแล เป็นต้น

จากข้อมูลที่ค้นพบ จึงสรุปว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ได้ในลักษณะที่เหมือนกัน กล่าวคือ รับรู้ว่า ภาพลักษณ์ของเชียงรายได้มีลักษณะที่เป็นแบบเชียงรายได้(ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.6)

แต่ถ้าแยกความแตกต่างของลักษณะสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ของเชียงรายได้กับจังหวัดอื่นๆ ในแถบล้านนา พบว่า ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่พบความแตกต่าง ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะพบความแตกต่างในเรื่องของรสชาติอาหารบางประเภท เช่น น้ำเงี้ยว ข้าวซอย รวมถึงพืชและผลไม้ที่ปลูกได้ผลดีในจังหวัดเชียงราย เช่น สับปะรดนางแล ชาอูหลง ลิ้นจี่ เป็นต้น

คำถามการวิจัยข้อที่ 5: ปัจจัยใดมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ข้อมูลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ละปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ เพื่อน

สามี/ภรรยา พ่อ/แม่ เป็นต้น รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ฯลฯ และบริษัทนำเที่ยว ล้วนส่งผลกระทบต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ค่อนข้างสูง

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยส่วนตัวส่งต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ จังหวัดเชียงรายมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยตัวอื่นๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลการรับรู้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านบุคคลใกล้ชิด เช่น แฟน สามี หรือภรรยา และสื่อวิทยุ เป็นปัจจัยที่ส่งผลการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง(ดูรายละเอียดที่ตาราง 5.8)

ดังนั้นจึงสรุปว่า ปัจจัยทุกตัว ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยส่วนตัว ปัจจัยทางสังคม และสื่อมวลชน ทุกแขนง รวมถึงบริษัทท่องเที่ยว ล้วนส่งผลการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายต่อ นักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยส่วนตัวจะส่งผลมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว ส่วนอื่นๆ ส่งผลในระดับปานกลางถึงสูง

คำถามการวิจัยข้อที่ 6: อะไร คือ ความเหมือนหรือความแตกต่างระหว่าง ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายกับอัตลักษณ์ของคนเชียงราย

ข้อมูลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายคิดว่า เป็นลักษณะพิเศษของพวกเขา โดย แบ่งออกเป็น อัตลักษณ์ร่วมกับกลุ่มล้านนา และอัตลักษณ์เฉพาะของเชียงรายเอง (อ่าน รายละเอียดในข้อสรุปที่ 1) กับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และ ชาวต่างชาติรับรู้ (ข้อสรุปที่ 5) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันจะ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน หมายความว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน

ข้อมูลที่ค้นพบอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความเป็นตัวตน หรืออัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายคิดว่าเป็นการบ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย แม้ว่าจะมีลักษณะร่วมของกลุ่มล้านนาโอบอุ้มอยู่ สามารถ สะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ให้บุคคลอื่นๆ สามารถรับรู้ และรับทราบถึงความเป็นเชียงรายได้

คำถามการวิจัยข้อที่ 7: อะไร คือ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่จะนำไปสร้างเป็นจุด ขยายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ปัจจุบันกระแสแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นับเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจาก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดการนำศิลปะ วัฒนธรรม และ ประเพณีต่างๆ มาสร้างเป็นจุดขยายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นเกิดขึ้น สังเกตได้จากปฏิทิน

การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของบริษัทนำเที่ยวได้นำศิลปะ วัฒนธรรมดั้งเดิมของเชียงใหม่เข้าไปบรรจุในปฏิทินการท่องเที่ยว อาทิ ประเพณีตานหามแม่ฟ้าหลวง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

อีกทั้งที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ได้มีการสร้างจุดขายที่เน้นการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวเพื่อนัมัสการพระธาตุ 9 จอม ซึ่งมี 9 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ การนัมัสการพระธาตุดอยตุง และพระตำหนักดอยตุง การไปจุดข้ามแดนที่อำเภอแม่สาย การขึ้นไปพิชิตภูชี้ฟ้า การชิมชาที่แม่สลอง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นหนึ่งในแผนการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวของเชียงใหม่

ดังนั้นข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัย ในส่วนของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่ ล้วนเกิดจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่เกิดขึ้นในใจชาวเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสเข้ามาสัมผัสกับจังหวัดเชียงใหม่

อย่างไรก็ตามหากต้องการนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ไปสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นเพียงแนวทางที่นำข้อมูลที่กำลังกล่าวต่อไปนี้ นำไปใช้เพื่อต่อยอดการสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้ดำเนินการมาระยะหนึ่งแล้ว

ฉะนั้นจุดขายที่ผู้วิจัย จะนำเสนอต่อไปนี้ จึงมีข้อมูลบางส่วนผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวได้นำมาใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามจุดขายด้านการท่องเที่ยวที่จะนำเสนอต่อไปนี้ คาดจะเป็นประโยชน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจะเป็นข้อมูลที่น่าไปใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อต่อยอดจุดขายการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

สำหรับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ที่สมควรนำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

1. อัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนา

วิถีชีวิตแห่งล้านนา จัดเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเดินทางมาสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบล้านนา ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นจุดเด่นสำคัญที่นำมาเป็นจุดขาย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพราะอัตลักษณ์

และภาพลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นล้านนา จัดเป็นลักษณะดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ที่มีวิถีชีวิตในแบบล้านนาที่นักท่องเที่ยวต้องการมาสัมผัสลักษณะดังกล่าว

แม้ว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนาจะมีความคล้ายคลึงกันในหมู่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนหรือกลุ่มจังหวัดล้านนา ประกอบด้วย เชียงรายเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางแห่งวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน กระนั้นจังหวัดเชียงรายยังเป็นอีกแห่งหนึ่งที่ยังคงมีวัฒนธรรมแห่งล้านนาอบอวลอยู่ทั่วไป

ดังนั้นการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ล้านนามาเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายดังที่มีการดำเนินงานกันอยู่ในปัจจุบันนี้ จึงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งเพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะต้องการสัมผัสลักษณะที่เป็นธรรมชาติของเชียงราย ฉะนั้น “ความเป็นล้านนา” ซึ่งเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่มีมาแต่ดั้งเดิมของเชียงรายจึงเปรียบเสมือนธรรมชาติอย่างหนึ่งของชาวเชียงราย เนื่องจากเป็นสิ่งที่ฝังรากลึกในวิถีชีวิตของชาวเชียงราย และคาดว่าจะเป็สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการประจักษ์เมื่อมาเยือนจังหวัดเชียงราย

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้อาจสรุปได้ว่า ลักษณะเฉพาะแห่งความเป็นล้านนา จัดเป็นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์สำคัญของเชียงราย ที่นักท่องเที่ยวประทับใจ และประสงค์อยากจะมาสัมผัสกลิ่นอายแห่งล้านนา ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญในการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนามาสร้างเป็นจุดขาย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

2. อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลการวิจัยค้นพบว่า เชียงรายมีอัตลักษณ์เฉพาะอยู่ 13 ลักษณะ แต่เมื่อนำมาศึกษาถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะพบว่า อัตลักษณ์บางประการนักท่องเที่ยวไม่สามารถจำแนกให้แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ ในกลุ่มล้านนา อาทิ สำเนียงภาษา อาหาร ลักษณะของผู้คน เป็นต้น

กระนั้นยังมีลักษณะสำคัญที่เหมาะสมจะนำมาต่อยอดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย

1) การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา

เชียงรายจัดเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนาน เป็นดินแดนแห่งอารยธรรมเชียงแสน เชียงของ และเวียงกาหลง ส่วนเมืองเชียงราย ถือเป็นเมืองฐานแห่งการก่อตั้งอาณาจักรล้านนา เนื่องจากเป็นเมืองที่พ่อขุนเม็งรายหรือพญาเม็งรายทรงสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นฐาน

ที่ตั้งในการรวบรวมไพร่พล สำหรับการยกทัพไปโจมตีอาณาจักรอื่นๆ แล้วก่อตั้งเป็นอาณาจักรล้านนา พร้อมทั้งสร้างเมืองเชียงใหม่ขึ้นเป็นราชธานี

ดังนั้นการนำประวัติศาสตร์ของแต่ละแห่งที่มีในจังหวัดเชียงราย นำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว จึงเป็นแรงดึงดูดอีกประการหนึ่งที่จะใช้สร้างสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งที่จังหวัดเชียงรายจัดเป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน อีกทั้งมีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่จะนำมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี

2) นมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย

จากการที่เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์มออบที่จะสักการะ และศึกษาลักษณะของสถาปัตยกรรมของวัดวาอารามต่างๆ ที่มีในตัวเมืองจังหวัดเชียงราย เช่น วัดพระแก้ว ที่ซึ่งเคยประดิษฐานพระแก้วมรกต ก่อนที่จะถูกอัญเชิญไปประดิษฐานในที่ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีวัดที่ตั้งอยู่ตามอำเภอต่างๆ อาทิ วัดพระธาตุจอมกิติ วัดพระธาตุจอมแจ้ง หรือการนมัสการพระธาตุดอยตุง เป็นต้น แม้ว่าวัดในจังหวัดเชียงรายจะมีไม่เทียบเท่ากับวัดในจังหวัดเชียงใหม่ กระนั้นถือว่ามีความสำคัญทางพระพุทธศาสนาที่สมควรสักการะอย่างยิ่ง

นอกจากวัดวาอารามแล้ว สิ่งก่อสร้างร่วมสมัยที่สมควรนำไปแนะนำนักท่องเที่ยว อาทิ อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย พระตำหนักดอยตุง รวมถึง วัดร่องขุ่น ที่ก่อสร้างโดยเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าไปเยี่ยมชมเป็นอย่างมากเช่นกัน

ดังนั้นสถานที่ที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นข้อมูลที่ประการหนึ่งที่เหมาะสมจะนำไปต่อยอดให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายให้เกิดขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดีด้วยเช่นกัน

3) ประเพณีและพิธีกรรมของเชียงราย

แม้ว่าประเพณีและพิธีกรรมส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงรายจะเป็นไปตามแบบแผนแห่งล้านนา อาทิ สงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น กระนั้นยังมีประเพณีและพิธีกรรมบางประการที่มีเฉพาะที่เชียงรายเท่านั้น อาทิ ประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง² ซึ่งเป็นประเพณีที่ชาวเชียงรายร่วม

² การตาน เป็นพิธีกรรมอย่างหนึ่งของชาวล้านนาที่ใช้ในการทำบุญ เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่เสียชีวิตไปแล้ว

น้อมใจระลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี หรือสมเด็จพระย่า หรือแม่ฟ้าหลวงมีต่อชาวเชียงราย ครั้นที่พระองค์ทรงพระชนชีพอยู่ ประเพณีดังกล่าวมีกำหนดการจัดงานขึ้นในวันที่ ๑๘ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของ องค์แม่ฟ้าหลวงของปวงชนชาวไทย

นอกจากนี้ยังมีพิธีบวงสรวงปลาบึกที่อำเภอเชียงของ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีเขตติดต่อกับประเทศลาว โดยมีลำน้ำโขงเป็นตัวแบ่งเขตแดนตามธรรมชาติ และที่แห่งนี้ในอดีตเป็นแหล่งล่าปลาบึกที่มีชื่อเสียง แต่เมื่อปลาบึกในลำน้ำโขงใกล้สูญพันธุ์ อีกทั้งปัจจุบันปลาบึกสามารถเพาะพันธุ์ได้ ชาวเชียงของจึงร่วมแรงร่วมใจกันไม่ล่าปลาบึก แต่กระนั้นยังคงพิธีบวงสรวงปลาบึก โดยจะจัดเป็นประจำในวันที่ 18 เมษายนของทุกปี พร้อมกับจะมีพิธีสาธิตการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้รับชม

ด้วยประเพณีที่มีรูปแบบเฉพาะดังกล่าว จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำไปสร้างจุดขาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตอีกรูปแบบหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

4) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความพิเศษของจังหวัดเชียงราย คือ การเป็นศูนย์รวมของชนเผ่าต่างๆ มากถึง 30 ชนเผ่า อาทิ ลื้อเชียงรุ่ง มูเซอดำ จีน ประกอบด้วย จีนแคะ ไหหล้า แต่จิว กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน ลัวะ หรือละว้า ฮ่อ คือคนจีนที่อยู่ในเขตมณฑลยูนนานในประเทศจีน ไตยองหรือยอง ลื้อเชียงคำ ยางหรือกะเหรี่ยง ลาวอินโดจีน อีเก้อหรืออาข่า ลื้อห้วยเม็ง ม้งหรือแม้ว ไตย่า ตองซู้ ไตเมืองเหนือ ช่ามู ญวน ลื้อแจ้เงา ยางแดงหรือกะเหรี่ยงแดง ม่าน คือชาวพม่าที่ชาวเหนือเรียก ยางขาว หรือกะเหรี่ยงขาว ลื้อน้ำอู ไทยใต้ แขก แบ่งออกเป็น 2 พวก คือ แขกมลายูและแขกอินเดีย ช่าฮอก ไทยใหญ่หรือเงี้ยว ลีซอ กูย และเขินหรือไตเขิน

ทั้ง 30 ชนเผ่าจะมีวัฒนธรรมของตนเองและดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน เช่น การแต่งกาย อาหาร พิธีกรรม และประเพณีบางประการ การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมของแต่ละชนเผ่า ส่งผลให้ดินแดนแห่งจังหวัดเชียงรายมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันยากที่จะหาได้ในดินแดนอื่นๆ

ลักษณะของวัฒนธรรมดั้งเดิมของแต่ละชนเผ่า จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่น่าจะนำมาเป็นจุดขาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพราะนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังมีความสนใจที่จะเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย

ความได้เปรียบทางภูมิประเทศของจังหวัดเชียงราย นับเป็นจุดสำคัญในการนำมาสร้างเป็นจุดขาย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย จุดเด่นด้านภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายจะแบ่งออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

1. การเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศพม่าและประเทศลาว ซึ่งปัจจุบันมีด่านผ่านแดนอยู่ อำเภอแม่สาย และอำเภอเชียงแสนเพื่อติดต่อกับประเทศพม่าและอำเภอเชียงของ สำหรับติดต่อกับประเทศลาว

2. ลักษณะภูมิประเทศที่สวยงามตามธรรมชาติ ที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาน้อยใหญ่ ล้อมรอบ ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อาทิ ภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง ดอยวาวี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความงามตามธรรมชาติบางแห่งยังไม่ได้รับการปรับปรุงและส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ลักษณะสำคัญทั้ง 2 ประการ จึงเป็นจุดเด่นของจังหวัดเชียงราย ที่นำมาใช้เป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งในปัจจุบันและในอนาคตต่อไป

6) ลักษณะอากาศที่เย็นสบายตลอดปี

ด้วยภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายที่ตั้งอยู่บนภูเขา ส่งผลให้มีอากาศเย็นเกือบตลอดทั้งปี โดยเฉพาะบนยอดดอยมีอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ที่จะใช้เป็นจุดขายที่นำมาสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้ดีไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าจังหวัดเชียงใหม่หรือแม่ฮ่องสอน ฉะนั้นจุดขายด้านอากาศที่เย็นสบาย สามารถมาพักผ่อนได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะฤดูหนาวจึงเหมาะสมที่จะนำมาสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี

7) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต

ปัจจุบันกลุ่มศิลปินหรือสล่าเมืองเชียงรายได้มีการรวมตัว และจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย การดำเนินการดังกล่าวจึงเป็นอีกประการหนึ่งที่ผู้รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย น่าจะนำไปบรรจุในแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เนื่องจากผลงานด้านศิลปะจะเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีกแนวทางหนึ่ง ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายและผู้เกี่ยวข้อง จึงควรสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มศิลปินที่รวมตัวกันจัดทำแผนที่เที่ยวบ้านสล่าเชียงราย เพราะจะเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มสล่าชาวเชียงราย และที่สำคัญยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดเชียงราย ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวในอีกรูปลักษณะหนึ่ง

8) อาหารและผลไม้เฉพาะที่เชียงราย

อาหารพื้นเมืองของจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับอาหารพื้นเมืองของจังหวัดอื่นๆ ในแถบล้านนา แต่มีอาหารประเภทหนึ่งที่ชาวเชียงรายภูมิใจนำเสนอ คือ น้ำเงี้ยว ที่ถือว่าเป็นสูตรต้นตำรับของอาหารที่รับประทานพร้อมกับขนมจีน แต่ในจังหวัดเชียงราย นอกจากจะรับประทานกับขนมจีน อาจรับประทานกับก๋วยเตี๋ยว หรือที่เรียกว่า ก๋วยเตี๋ยวน้ำเงี้ยว กระนั้น น้ำเงี้ยวที่อำเภอแม่สายกับที่อื่นๆ อาจแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ถือว่า ขนมจีนน้ำเงี้ยว เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่ง นอกเหนือจากอาหารพื้นเมืองที่คนต่างถิ่นมักจะรู้จักกันในนามอาหารขันโตก ซึ่งเป็นลักษณะการรับประทานแบบดั้งเดิมของชาวล้านนา

นอกจากขนมจีนน้ำเงี้ยวต้นตำรับของชาวเชียงรายแล้ว ยังมีผลไม้ประเภทสับปะรดที่ปลูกได้ดีเฉพาะตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเท่านั้น นั่นคือ สับปะรดนางแล และสับปะรดภูแล ซึ่งเป็นผลไม้ที่ไร้รสหวานฉ่ำ อร่อย เป็นที่รู้จักกันในจังหวัดเชียงราย

ดังนั้นหากต้องการแนะนำจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักในด้านอาหารพื้นเมืองและผลไม้ประจำท้องถิ่นแล้ว เห็นควรนำขนมจีนน้ำเงี้ยว และสับปะรดนางแลเป็นอีกหนึ่งในเมนูอาหารที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว เมื่อมาเยี่ยมชมจังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งนำลักษณะเด่นของอาหารดังกล่าวมาเสนอ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เนื่องจากจะใช้เป็นแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมาลิ้มชิมรสอาหารทั้ง 2 ประเภท รวมถึงอาหารพื้นเมือง และผลไม้อื่นๆ ที่มีในเชียงรายอีกด้วย

ลักษณะทั้ง 8 ประการที่กล่าวมาข้างต้น จัดเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงรายที่ควรนำมาสร้างเป็นจุดขาย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากลักษณะที่กล่าวมาทั้ง 8 ประการมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบผจญภัยด้วยการพิชิตยอดดอยต่างๆ หรือการท่องเที่ยวข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

ดังนั้นการสร้างจุดขายของจังหวัดเชียงรายจึงควรนำลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 8 ประการ และลักษณะแห่งความเป็นล้านนา ซึ่งเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวเชียงรายผสมผสาน เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้หันมาท่องเที่ยว และพักอาศัยในจังหวัดเชียงราย เพื่อก่อให้เกิดรายได้ให้แก่คนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดีทั้งในปัจจุบันและอนาคต

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลการวิจัยทั้งหมดนำมาอภิปรายผล ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 1: อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

การค้นหาลักษณะของจังหวัดเชียงราย จัดเป็นวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์แบบเจาะลึก อภิปรายกลุ่ม และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์และจำแนกลักษณะเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) อัตลักษณ์ร่วมของล้านนา เป็นอัตลักษณ์ครอบคลุมวิถีชีวิตของชาวเชียงราย ที่เป็นเช่นนั้น เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นหนึ่งในอาณาจักรล้านนาในอดีต ส่งผลให้กลุ่มจังหวัดล้านนาทั้ง 8 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน มีลักษณะความเป็นอยู่ การดำรงชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

เหตุผลสำคัญที่ทำให้เชียงรายมีอัตลักษณ์แห่งล้านนาโดยอ้อมวิถีชีวิตอยู่นั้น เป็นเพราะว่าคนเชียงรายต่างตระหนักว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา มีความรู้สึกเป็นกลุ่มคนพวกเดียวกันกับ 8 จังหวัดที่กล่าวมาข้างต้น ฉะนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่อัตลักษณ์ของเชียงรายจะได้รับอิทธิพลจากการเป็นชาวล้านนา นำมาเป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิต พร้อมทั้งมีความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของชาวล้านนา และเป็นอัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายภาคภูมิใจ นั่นเป็นเพราะอัตลักษณ์มักมีรากฐานจากสิ่งที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประวัติศาสตร์ของเชื้อชาติ (Woodward, 1997) ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ลักษณะสำคัญซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีความสอดคล้อง และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชาวล้านนาทั้ง 8 จังหวัดดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

2) อัตลักษณ์ของเชียงราย แม้ว่าคนเชียงรายจะยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของดินแดนแห่งล้านนา กระนั้นชาวเชียงรายยังมีจุดยืนถึง ลักษณะเฉพาะที่เป็นเชียงราย ส่งผลให้เกิดการจำแนก ลักษณะเด่นที่จะบอกคนทั่วไปได้ว่า สิ่งสำคัญที่บ่งถึงความเป็นเชียงราย

เหตุผลที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายอีกประการหนึ่ง เนื่องมาจากหน้าที่สำคัญ ของอัตลักษณ์ที่จะสื่อความหมายถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่ง นั้นมีลักษณะที่โดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2547) หรืออาจกล่าว อีกนัยหนึ่ง คือ ลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของบุคคลแต่ละกลุ่มที่แสดงออกต่อผู้อื่น ลักษณะเฉพาะนั้น จะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้บุคคลนั้นๆ ได้ หรือตอบคำถามว่า “ฉัน เป็น ใคร” และ “ฉัน คือ ใครใน สายตาของคนอื่น” (Hoult, 1974)

จากข้ออ้างข้างต้น ล้วนเป็นเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ชาวจังหวัดเชียงรายมุ่งหาลักษณะ พิเศษ เพื่อจำแนก แยกแยะ ให้เห็นถึงความเป็นชาวเชียงรายที่ไม่สามารถหาได้จากแหล่งอื่นๆ อีก ทั้งจะสามารถตอบได้ว่า ฉัน เป็นชาวเชียงราย และ ฉัน คือ ชาวเชียงรายในสายตาของผู้อื่น

อัตลักษณ์ทั้ง 2 ประการ เป็นสิ่งที่ปรากฏในสังคมจังหวัดเชียงรายอย่างเด่นชัด กอปรกับ เป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายต่างพึงพอใจที่จะอยู่ภายใต้อัตลักษณ์ทางสังคมทั้ง 2 ประการนี้ และเป็น ภายใต้งานของสังคมที่ได้รับการแบ่งแยกออกเป็นกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มล้านนา และกลุ่มคน เชียงราย

การแบ่งแยกลักษณะสำคัญออกเป็นกลุ่มๆ นั้น Woodward(1997) อธิบายว่า เป็นไปตาม กฎเกณฑ์การทำงานของอัตลักษณ์ ที่จะกำหนดลักษณะของกลุ่มด้วยความเหมือนและความ แตกต่าง เช่น อัตลักษณ์ในรูปแบบของความแตกต่างระหว่างชนชาติ หรือความขัดแย้งด้านความ เชื่อ หรือความแตกต่างของชาย-หญิง ในความแตกต่างจะทำให้เรามองเห็นภาพของความเหมือน ภายใต้งาน จะนั้น อัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของความตระหนักรู้ว่า เรา “เหมือน” หรือ “ต่าง” จากคน อื่นอย่างไร

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ส่งผลให้เชียงรายที่มีความรู้สึกที่ว่า ตนเป็นคนในกลุ่มล้านนา และคน เชียงรายโดยเฉพาะจึงมีลักษณะสำคัญทางวัฒนธรรมในรูปแบบของล้านนา พร้อมกับพยายาม สร้างความแตกต่างในส่วนที่เป็นเชียงรายร่วมด้วย ส่งผลให้คนเชียงรายมีองค์ประกอบของอัต ลักษณ์แห่งล้านนาและของเชียงรายโดยเฉพาะผสมผสานกันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 2: กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

แนวคิดของ Weinreich และ Saunderson(2003) ที่เสนอแนวทางการศึกษาอัตลักษณ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์โครงสร้างทางอัตลักษณ์ (Identity Structure Analysis : ISA) ที่มุ่งติดตามดูพัฒนาการของอัตลักษณ์แต่ละกลุ่มที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

จากการศึกษา พบว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้ง 3 ขั้นตอน เริ่มจากการสร้างจุดร่วมกันทางความคิด การเผยแพร่จุดร่วมกันทางความคิด และยอมรับว่า สิ่งเหล่านั้นเป็นอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดเชียงราย จัดเป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องกันของการสร้างอัตลักษณ์ที่ส่งผลให้คนในจังหวัดเชียงรายมีความรู้สึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายใต้กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทั้ง 3 ขั้นตอน

เมื่อนำแต่ละขั้นตอนมาแจกแจงรายละเอียด พบว่า ขั้นตอนของการสร้างจุดร่วมกันทางความคิดมีวิธีการที่ซับซ้อนมากกว่าขั้นตอนอื่นๆ เริ่มจากการสร้างคำขวัญและสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อปลุกจิตสำนึกแห่งการรับรู้ร่วมกันของชาวเชียงราย วิธีการดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดแห่งการสร้างอัตลักษณ์ของ Woodward (1997) ที่อธิบายว่า การอยู่ร่วมกันเป็นสิ่งคม และการใช้สัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่ใช้แยกแยะลักษณะที่มีความแตกต่างออกไปจากกลุ่ม จัดเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่

ส่วนการนำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าขานสร้างจิตสำนึกร่วมกัน การใช้ลักษณะเด่นของภูมิประเทศสร้างความเป็นเชียงราย และการประยุกต์ของเก่าที่เคยมีในอดีตนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ใหม่ให้มีความทันสมัยมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนอยู่ภายใต้กรอบความคิดของ Woodward (1997) ที่อธิบายว่า อัตลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะ เป็น เชื้อชาติ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ รวมถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาต่างๆ ของแต่ละพื้นที่ และที่สำคัญ อัตลักษณ์จะต้องทำหน้าที่อธิบายลักษณะที่มีความแตกต่างจากสิ่งอื่นๆ ที่มีในกลุ่มเดียวกันได้

ด้านการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาใหม่นั้นเป็นไปตามกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Moghadam (1994) ที่อธิบายว่า อัตลักษณ์ของแต่ละแห่งอาจจะคงที่ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับบางอัตลักษณ์ เพื่อสนองตอบต่อสถานการณ์หนึ่งๆ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้เพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์จะเกิดขึ้นจากการจัดระบบของสังคม แม้ว่าบางสิ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลและเทศะ อย่างไรก็ตามถือว่า สังคมเป็นจุดกำเนิดสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่และเป็นสิ่งที่บ่งบอกตัวตนของสังคมนั้นๆ

ส่วนขั้นตอนของการเผยแพร่สิ่งที่จะสร้างเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันของชาวเชียงราย จัดเป็นขั้นตอนที่จะสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่ค่อนข้างกว้างและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างมาก ดังนั้นจำเป็นต้องสร้างลักษณะที่เป็นศูนย์รวมกันของชาวเชียงราย ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามกลไกของสังคม (Moghadam, 1994) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางนโยบายการเผยแพร่อัตลักษณ์ดังกล่าวมาจากหน่วยงานของภาครัฐ คือ สภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย ที่ต้องการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

กลไกทางสังคมส่งผลกระทบต่อเพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์ มักเกิดขึ้นจากการจัดระบบระเบียบของสังคม โดยกลุ่มสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมืองล้วนส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของสมาชิกในสังคม ดังนั้นบุคคลจึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเมื่อเข้าไปเป็นสมาชิกของสังคมนั้น (Moghadam, 1994) เหตุผลดังกล่าวจัดเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ขั้นตอนแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดเชียงราย ตามเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการไว้ตั้งแต่ต้น

ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้ง 3 ขั้นตอน มีแบบแผนและกระบวนการตามหลักการแห่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่เน้นลักษณะสำคัญและกระบวนการเชื่อมโยงแต่ละหน่วยที่มีความสำคัญอันนำไปสู่อัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงรายให้เกิดขึ้นในใจของชาวเชียงราย และปรากฏต่อสายตาของกลุ่มอื่นๆ นำไปสู่การจำแนก แยกแยะ สิ่งที่เป็นจังหวัดเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่จังหวัดเชียงรายนั่นเอง

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 3: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีอยู่ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแห่งการจำแนก การสร้างจุดร่วมทางสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ ทั้ง 5 ปัจจัยล้วนอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องอัตลักษณ์เป็นผลผลิตทางสังคม (Barker, 2004 และ Moghadam, 1994)

แนวคิดดังกล่าวมีสาระสำคัญว่า อัตลักษณ์ผลผลิตทางสังคม ที่แสดงออกในรูปของประเพณี ขนบธรรมเนียม ฉะนั้นหากต้องการทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวมนุษย์แต่ถูกแสดงออกให้เห็นในรูปของตัวแทน (representation) ส่งผลให้อัตลักษณ์ไม่มีเป็นสากล มีแต่ลักษณะที่เป็นส่วนร่วมกันของคนในสังคม ดังนั้นสังคมแต่ละแห่งจึงมีการแสดงออกที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละสังคมออกมาปรากฏแก่สายตาของคนทั่วไป (Barker, 2004)

นอกจากนี้ Moghadam (1994) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า มีอัตลักษณ์บางประการที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา เป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากแรงกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งมักจะ เป็นไปตามสิ่งแวดล้อม อาทิ การเปลี่ยนแปลงตนเองเมื่อต้องเข้าไปอยู่ในสังคมใหม่ กลุ่มการเมือง ใหม่ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการสร้างความผันแปรแก่อัตลักษณ์ หรืออาจจะ เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ แล้วเกิดการพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ขึ้นอีก

ดังนั้นอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลอาจจะคงที่ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง พร้อมๆ กับมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับบางอัตลักษณ์ เพื่อสนองตอบต่อสถานการณ์หนึ่งๆ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้ เพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์จะเกิดขึ้นจากการจัดระบบของสังคม โดยกลุ่มสถาบันต่างๆ ได้แก่ สถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมือง ล้วนส่งผลต่อสมาชิกในสังคม ดังนั้นบุคคลจึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเมื่อเข้าไปเป็นสมาชิกสังคมนั้นๆ

จึงกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ เป็นผลผลิตมาจากสังคมที่กล่อมเกลาในคนในสังคมมีลักษณะ วิถีชีวิต แนวคิดในการดำรงชีวิต ตลอดจนพฤติกรรมการแสดงออกที่คล้ายคลึงกันของคนในสังคมนั้นๆ เนื่องจากต้องแสดงอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงการเป็นสมาชิกในสังคม ฉะนั้นการแสดงออกซึ่ง พฤติกรรมและอัตลักษณ์ต่างๆ จึงเป็นไปตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับของสังคมที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน แม้ว่าบางสิ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลและเทศะ อย่างไรก็ตามถือว่า สังคมเป็น จุดกำเนิดสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่และเป็นสิ่งที่บ่งบอกตัวตนของสังคมนั้นๆ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นสิ่งที่สนับสนุนถึงปัจจัยทางสังคมทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ปัจจัยแห่งการจำแนก การสร้างจุดร่วมทางสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ ที่ผลักดันให้ เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 4: ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติโดยภาพรวมแล้วมีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน หมายความว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มคน ที่มองภาพชาวเชียงรายที่สะท้อนลักษณะแห่งตนออกมา ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ ลักษณะพิเศษที่บอกความเป็นตัวตนของเชียงรายได้

เมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายไปเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มล้านนา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะสามารถแยกลักษณะพิเศษที่เป็นอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์เฉพาะของ

เขียนรายได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างชาว
เขียนรายกับกลุ่มคนอื่น ๆ ในเขตภาคเหนือได้

เหตุที่เป็นเช่นนั้น อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เก็บกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะ
เป็นผู้อยู่ในภาคเหนือ มีจำนวนถึง 268 คนจากทั้งสิ้น 400 คน (ดูตาราง 3.5) ซึ่งกลุ่มคนเหนือ
ด้วยกันจึงมีทักษะในการจำแนกลักษณะแห่งความเหมือนและแตกต่างกันของลักษณะที่เป็น
ล้านนา และลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัด ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ของอัตลักษณ์ในการจำแนก
ลักษณะแห่งความเหมือนและแตกต่างดังที่กล่าวไว้ในการอภิปรายผลข้อที่ 1 และ 2

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่สามารถจำแนกความแตกต่างของเขียนรายกับจังหวัด
อื่นๆ ในล้านนา เนื่องจากไม่มีความคุ้นเคย และส่วนใหญ่มักจะมองคนไทยมีลักษณะเหมือนกัน
หรือบางครั้งอาจมองว่า ชาวเอเชียมีลักษณะใกล้เคียงกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักใช้ลักษณะแห่ง
ผิพรรณ บุคลิกลักษณะภายนอก ในการประเมินลักษณะ หรือภาพลักษณ์ที่พบเจอนั่นเอง

กระนั้นอาจสรุปภาพรวมของการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนรายในสายตา
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากการสะท้อนภาพลักษณ์
ที่มาจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเขียนราย เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็น รับรู้ และสัมผัสได้อย่างชัดเจน
เสมือนว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนซึ่งกันและกัน

การอภิปรายผลการวิจัยข้อ 5: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ นักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาติมีความแตกต่างกันในบางประเด็น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัย
ส่วนตัว ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยของจากสื่อมวลชน และบริษัทนำเที่ยวต่างส่งผลต่อการรับรู้
ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนรายในระดับสูง

ลักษณะดังกล่าวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ พบว่า ปัจจัยส่วนตัวส่งผลต่อ
การรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนรายสูงสุด นอกจากนั้นปัจจัยอื่นๆ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยของ
จากสื่อมวลชน และบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ ส่งผลต่อการรับรู้ในระดับสูงและปานกลาง

ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปตามลักษณะของวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ
นักท่องเที่ยวต่างชาติ มักมีวัฒนธรรมในการเชื่อมั่นตนเองค่อนข้างสูง ส่งผลให้เป็นปัจจัย
สำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนราย ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวไทย ที่

การตัดสินใจมักจะต้องใช้ปัจจัยต่างๆ ผสมผสานกัน ส่งผลให้ปัจจัยทุกตัวล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

การอภิปรายผลวิจัยข้อ 6: เปรียบเทียบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยที่ปรากฏเกี่ยวกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า อัตลักษณ์ของชาวเชียงราย กับภาพลักษณ์ของชาวเชียงรายที่นักท่องเที่ยวรับรู้มีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

ทั้งนี้เพราะว่า “อัตลักษณ์” (identity) สิ่งที่ควบคุมกัน คือ “ภาพลักษณ์” (Image) โดย Birkit and Stadler(1986) ได้ให้นิยามของความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสิ่งว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพฉาย (Projector) ของอัตลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Lynn(1995) กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ คือ ตัวตนของเรา ภาพลักษณ์ คือ สิ่งที่ทุกคนมองเห็นเรา (Identity is who you are. Image is how people perceive you.) รวมถึง Gripsrud(2000) ยังสรุปว่า สิ่งที่คนอื่นเชื่อมโยงเกี่ยวกับตัวเรา นั่นคือ สิ่งที่เราประทับใจผ่านสื่อ หรือสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์ นั่นคือ ภาพลักษณ์ที่แสดงออกมานั่นเอง นอกจากนี้ Sarup(2002) ยังอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ว่า เป็นผลพวงซึ่งกันและกัน เนื่องจากภาพสะท้อนของอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์นั่นเอง

ข้ออ้างอิงข้างต้น จึงเป็นการอธิบายหน้าที่ของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ที่ต่างเป็นภาพสะท้อนซึ่งกันและกัน เนื่องจากความหมายของอัตลักษณ์ในการวิจัยนี้ คือ สิ่งที่เป็นตัวตนของเชียงราย ในขณะที่ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนจากการแสดงอัตลักษณ์แห่งตนให้ผู้อื่นรับรู้ เมื่อผลการวิจัยออกมาว่า ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีลักษณะไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการยืนยันลักษณะสำคัญของคู่ขนานระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

การอภิปรายผลการวิจัยข้อที่ 7: แนวทางการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์มาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ผลของการวิจัยด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางเผยแพร่ 2 เรื่องหลัก ได้แก่

1. ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวล้านนา
2. อัตลักษณ์ที่เป็นชาวเชียงรายโดยเฉพาะ ประกอบด้วย

- 1) การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา
- 2) นมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย
- 3) ประเพณีและพิธีกรรม
- 4) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- 5) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย
- 6) อากาศเย็นสบาย
- 7) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต
- 8) อาหารและผลไม้ที่มีเฉพาะที่เชียงราย

การนำอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้งหมดข้างต้น ถือเป็นสาระสำคัญที่จะนำมาสร้างจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากตรงตามนโยบายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ เพื่อดำเนินการดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประเภทธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2528)

ฉะนั้นแนวทางที่นำเสนอข้างต้น นับว่ามีคุณสมบัติด้านความเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมของชาวเชียงรายอย่างแท้จริง จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมที่จะนำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทนำเที่ยว ล้วนนำทรัพยากรของจังหวัดเชียงราย ไม่ว่าจะเป็น ประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรม ความสวยงามตามธรรมชาติ มาเป็นจุดขายในการสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว อันนำไปสู่การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ตามเป้าหมายที่วางไว้ตั้งแต่ต้น

5.3 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ข้อมูลที่ค้นพบจากการศึกษา เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย นำมาประมวลเป็นองค์ความรู้ได้ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ของในสังคมหนึ่งๆ อาจมีอัตลักษณ์ที่ซ้อนทับกันอยู่ อย่างเช่น อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จะประกอบด้วย อัตลักษณ์แห่งล้านนาโอบล้อม อัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของเชียงราย ส่งผลให้คนเชียงรายแสดงอัตลักษณ์ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน คือ อัตลักษณ์ของการเป็นคนล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของเชียงราย

2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ จะต้องเริ่มต้นจากการหาจุดร่วมของคนในสังคมเป็นอันดับแรก โดยหาจากสิ่งที่จะปลุกกระตุ้นความคิดความรู้สึกของคนในสังคม อาทิ การหาจุดร่วม

ของคนในเชียงรายจะใช้ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ ความโดดเด่นทาง พิธีกรรมหรือประเพณีที่ไม่เหมือนใคร สิ่งเหล่านี้มาสร้างเป็นคำขวัญ และสัญลักษณ์ เพื่อจะได้สื่อ ถึงคนในเชียงรายได้รับทราบร่วมกัน หลังจากนั้นนำสิ่งเหล่านี้เผยแพร่ อันจะนำไปสู่การยอมรับอัต ลักษณะร่วมกันของคนในสังคมเชียงราย

3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1) ปัจจัยแห่งการจำแนกสิ่งที่มีลักษณะเหมือนและต่างกัน เพื่อจะได้รับลักษณะ ที่เป็นเชียงรายและไม่ใช่เชียงราย

2) ปัจจัยแห่งการสร้างจุดร่วมทางสังคม เพื่อหาสิ่งที่ดึงดูดคนในสังคมเข้ามาอยู่ ภายใต้อัฏภูเกณฑเดียวกัน

3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลให้มีลักษณะที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

4) ปัจจัยด้านภาครัฐ ที่มากกระตุ้น ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์แห่งท้องถิ่น

5) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องเร่ง สร้างอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

4. ภาพสะท้อนที่ออกมาจากอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลอื่นมองเห็น จากอัตลักษณ์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่แสดงตัวตนออกมาอย่างไร ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ สิ่งนั้น หมายความว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ที่คนทั่วไปได้รับรู้ ถึงสิ่งที่เชียงรายเป็นอยู่

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์นั้น มีองค์ประกอบ ในเรื่องของ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อ การสะท้อนภาพเหล่านั้นให้สังคมได้รับรู้

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย มีข้อเสนอแนะเพื่อ แนวทางนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ผลดีของการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ ทำให้ทราบถึงจุดยืนของชาว เชียงราย ที่วางตำแหน่งพื้นที่ของตัวเองไว้ในจุดที่เป็นคนล้านนาที่เป็นรูปแบบของชาวเชียงราย ดังนั้นการวางจุดขายทางการท่องเที่ยว จึงต้องเข้าใจความนึกคิดและความรู้สึกร่วมของชาว เชียงรายด้วย เพราะจะเป็นแนวทางนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. การสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว โดยนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัด เชียงรายไปดำเนินการ 3 แนวทาง ประกอบด้วย

1) นำอัตลักษณ์เดิมมาเป็นจุดขาย โดยเฉพาะลักษณะที่เป็นศิลปวัฒนธรรมแบบ ล้านนา ชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร และประเพณี นำมาเป็นจุดขาย เนื่องจากยังมีนักท่องเที่ยวที่ สนใจอัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ที่มีกลิ่นอายแห่งล้านนาอบอวลอยู่ในทั่วทุกพื้นที่ของ จังหวัดเชียงราย

2) นำจุดเด่นของภูมิประเทศที่มีความสวยงาม และได้เปรียบของเชียงราย อาทิ พื้นที่ ดินลำนํ้าโขง หรือแหล่งท่องเที่ยวตามยอดดอย เพื่อเปิดโอกาสให้ชมทัศนียภาพที่สวยงาม นอกเหนือจาก ภูชี้ฟ้า เพราะจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

3) สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้แก่จังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างที่สวยงาม และมี คุณค่าทางจิตใจ ยกตัวอย่างเช่น วัดร่องขุน ซึ่งเป็นวัดที่สร้างใหม่ และประสบความสำเร็จในด้าน ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีศักยภาพใน การต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง เป็นต้น

3. นำผลการวิจัยข้างต้นไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย จำแนกเป็นการดำเนินงานเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

เชิงนโยบาย

1) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้น โดยการนำอัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวไปข้างต้น บรรจุในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อ ปลุกเร้าให้เกิดความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะยาว โดยบำรุงรักษาอัต ลักษณ์ของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็น อัตลักษณ์อย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งประกอบสร้างอัต ลักษณ์รูปแบบใหม่ที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่น่าสนใจ แก่นักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมภาคเอกชน ในการนำเอาอัตลักษณ์ที่เป็น ลักษณะสำคัญ เช่น อัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจน สิ่งประดิษฐ์ร่วมสมัย นำมาสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี วัตถุประสงค์มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้สร้างและขยายตลาดการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น

2) ภาครัฐควรสร้างมาตรการสนับสนุนภาคเอกชน โดยการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ด้วยการมุ่งเน้นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพื่อเปิดตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม

3) ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกัน ทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมถึงอนุรักษ์ลักษณะสำคัญที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสืบต่อไปอย่างยาวนาน และเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติตราบนานเท่านาน

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาดและคณะ. **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.** สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.2544, น. 1.

อภิัญญา เฟื่องฟูสกุล. **อัตลักษณ์.** กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546,หน้า. 2-6.

เอกสารภาษาอังกฤษ

Barker, Chris. **The SAGE Dictionary of Cultural Studies.** London: SAGE Publications, 2004: p 94.

Breger, Louis. **From Instinct to Identity: The Devrlopment of Personslity.**1974, p. 329.

Edgar, Andrew and Sedgwick, Peter. **Editer. Key Concept in Cultural Theory.** London and New York: ROUTLEDGE. 1999, pp. 183-187.

Ford, Hoult Tomas. **Dictionary of Modern Sociology.** 3 edition. Totowa: Littlefield, Adam& Co., 1974.

Gripsrud, Jostein. **Understanding Media Culture.** London: OxFord University press, 2000: p.5.

Moghadam, M. Valentine. Editer. **Identity Politics and Woman: Cultural reassertion and Feminism in International Perspective**. San Francisco: Westview Press Inc., 1994: p 45.

P. Schlesinger. "Wishful Thinking: Cultural, Media and Collective Identities in Europe Media." Journal of Communication 43 (Spring 1993) : 6-15.

Servaes. Cultural Identity and Mode of Communication. Communication Yearbook 12, pp.387-388.

Sarup Madan. Identity Culture And The Postmodern World. Reprinted. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd., 2002: pp.xv-xvi.

Woodward, Kathryn. **Identity and Difference**. London: SAGE Publications Ltd., 1997: pp10-12.

Weinreich, Peter and Saunderson, Wendy. Editer. **Analysing Identity Cross-Culture, Societal and Clinical Contexts**. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group. 2003: pp.xviii-xx.

Young, George. **Tourism: Blessing or Blight?** . Harmondworth: Penguin Book. 1973, pp.134-137.

เว็บไซต์

http://www.thaiwisdom.org/p_culture/api/api_1.htm เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/> เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2548

http://www.tourthai.com/province/chiang_rai/index.php เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2548

<http://www.zabzaa.com/chiangrai/history.htm> เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548

http://www.tourismchiangrai.com/index.php?option=cr_travel_more&id=193 เมื่อวันที่ 4
กุมภาพันธ์ 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/database-cr.htm#2> เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2548

<http://www.dhammathai.org/watthai/north/watrongkhun.php> เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2548

http://www.geocities.com/lek41_plus/watrongkhun.html เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2548

<http://www.dhammathai.org/watthai/north/watrongkhun.php> เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2548

<http://www.moohin.com/033/033m022.shtml>. เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2548

http://www.ezytrip.com/travelsearch/district_attract2.php?chk=636 เมื่อวันที่ 4 มีนาคม
2548

<http://web.chiangrai.net/tourcr/attraction/Doitung.php> เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/database-culture2.htm> เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/>. เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548

<http://www.chiangmaizoo.com/animal/pg-an045.asp> เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2548

สัมภาษณ์

กลุ่มศิลปิน / สล่า

คุณกนก วิศวะกุล เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2547

อาจารย์ฉลอง พิณจสุวรรณ์ เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2547

อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2548

คุณพานทอง แสนจันทร์ เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2548

คุณพรหมมา อินยาศรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2548

คุณสมพล ยารังสี เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2548

คุณมงคล สิทธิหล่อ ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2548

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. บทความการวิจัย

ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม

ภาคผนวก ค. ภาพ Focus Group

ภาคผนวก ก.
บทความการวิจัย

อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

Identity and Image of Chiangrai Provice

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์

Katekanok Chumpradit

จิราพร ขุนศรี

Jiraporn Khunsri

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Chiangrai Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งศึกษาภาพสะท้อนของอัตลักษณ์ อันได้แก่ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เหล่านั้น

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพในส่วนของอัตลักษณ์ โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม การสังเกต และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณในส่วนของภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 รูปแบบ คือ อัตลักษณ์แห่งล้านนา กับอัตลักษณ์ของเชียงรายเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการหาสิ่งที่เป็นจุดร่วมของคนเชียงราย ขั้นการเผยแพร่ และขั้นแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ดังกล่าว ส่วนกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ประกอบด้วย ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจำแนก การสร้างจุดร่วมของสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ

สำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ลักษณะของภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถจำแนกลักษณะที่แตกต่างของเชียงรายจากกลุ่มล้านนาได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถจำแนกได้

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีเพียงปัจจัยส่วนตัวที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่อนข้างสูง

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งหมายความว่า ภาพลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์มีคุณลักษณะและรูปแบบไปในทิศทางเดียวกัน

Abstract

Identity and image of Chiangrai Province aimed to find out the identity and the process of the identity forming and the factors of the cause of identity of Chiangrai. The study also examined the identify reflection which was image of Chiangrai Province and the factors influenced on the image perception.

The research was divided into 2 parts, qualitative and quantitative research. The first part was the qualitative research on the identity. The instruments used were an in-depth interview, focus group, observation and documentary, while the second was the quantitative research on the image of Chiangrai province. The sample used in this study comprised of 800 tourists which consisted of 400 Thai tourists and 400 foreign tourists. The results of the study were as follows;

There were two kinds of identity of Chiangrai Province which were Lanna and Chiangrai style. The three processes of the identity forming were finding the unity of Chiangrai people, publishing, and accepting the identity of Chiangrai Province. The discrimination, the social unity, environment the public and economics sectors were the important factors on the identification of Chiangrai Province.

Regarding to the image of Chiangrai Province, it was found that the tourists acknowledged the characteristics of the image of Chiangrai Province in the same direction. However, Thai tourists could discriminate the difference of Chiangrai from Lanna identity, while the Foreigners could not.

Regarding to the factors influenced on the image perception, It was found that each factors highly influenced on Thai tourists, whereas the personal factors highly influenced on foreign tourists.

Moreover, the difference between the identity and the image of Chiangrai Province was not found. It could be interpreted that the image which was the reflection of identity had the same characteristics and form.

คำนำ

เป็นที่ยอมรับว่า การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ประเทศ โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยด้านเสถียรภาพของดุลการชำระเงิน อีกทั้งการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งธุรกิจบริการโดยตรง และโดยอ้อม ที่สำคัญยังเป็นการกระจายรายได้ รวมถึงความเจริญสู่ภูมิภาค พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กระนั้นการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชน หากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่ดีเท่าที่ควร อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์

ปัญหาที่มักพบอีกประการหนึ่ง คือ คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ยังไม่ได้มีการเตรียมพร้อมที่จะทำให้ชุมชนของตนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ได้เตรียมความพร้อมด้านความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง เมื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวแล้วอาจส่งผลทำให้เกิดการทำลายลักษณะของชุมชนไปอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งเท่ากับเป็นผลด้านลบของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2544) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของไทยกำลังประสบปัญหาหลายด้าน พร้อมทั้งได้เสนอแนวทางสำหรับจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ประกอบด้วย 1) กำหนดให้ “การท่องเที่ยวยั่งยืน” เป็นวาระแห่งชาติ 2) ตั้งหน่วยงานประสานงานการปฏิบัติการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ 3) ตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง” 4) พัฒนากลุ่มธุรกิจเชิงพื้นที่ 5) ลงทุนด้านความรู้และสารสนเทศ

พร้อมทั้งได้เสนอให้มีการจัดทำวิสัยทัศน์ของการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชาติระยะยาว ซึ่งได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เรื่อง “การมีเอกลักษณ์ไทยใน

มาตรฐานสากล ในพุทธศักราช 2555” เป้าหมายนี้ มิใช่แค่การรักษามรดกท่องเที่ยวให้ยั่งยืนสถาพร แต่ยังต้องเป็นความยั่งยืนที่ระดับคุณภาพการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะและนโยบายการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติข้างต้น ล้วนเป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และของท้องถิ่นที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคต

จากนโยบายดังกล่าวส่งผลให้เกิดการระดมสรรพกำลังจากหลายฝ่าย เร่งปรับปรุงและวางแผนด้านการท่องเที่ยว ดังเช่น จังหวัดเชียงรายได้มีการประชุมระดมความคิดเห็น เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสู่ความยั่งยืน เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2547 ในการประชุมครั้งนั้น พบว่า เชียงราย จัดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมากจังหวัดหนึ่ง เพียงแต่ขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมไปถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายเอง สิ่งเหล่านี้ล้วนกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายโดยตรง ดังนั้นจึงควรเร่งคืนสภาพ ความเป็นตัวตน เอกลักษณ์และวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมให้กลับมาโดยเร็วที่สุด

จากข้อสรุปดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ควรเร่งศึกษาถึงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย อันเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ อันจะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของจังหวัดเชียงรายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาและรวบรวมมโนทัศน์(concept) ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
4. เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
6. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์กับอัตลักษณ์ที่เป็นจริงของจังหวัดเชียงราย
7. เพื่อหาแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

วิธีการศึกษา

1. อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นการค้นหาข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการ 3 แบบ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(Dept-Interview) การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) และการประชุมระดมความคิด
2. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยว มุ่งหาข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษา 2 แบบ คือ แบบสอบถาม และการประชุมระดมความคิด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ อัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ ส่งผลให้เก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
 - ประชากร ได้แก่ ชาวเชียงรายทั้งหมด
 - กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประชาชนชาวเชียงรายอายุระหว่าง 15 - 80 ปี จำนวน 15 - 20 คน กลุ่มสภาวัฒนธรรมเชียงราย 10 - 15 คน และกลุ่มช่างและศิลปินของจังหวัดเชียงราย 10 - 15 คน
2. การศึกษาด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
 - ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งหมดที่มาเยือนจังหวัดเชียงราย ในช่วงที่เก็บข้อมูล (เมษายน – พฤษภาคม 2549)
 - กลุ่มตัวอย่าง ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ทั้ง 2 กลุ่มจะใช้วิธีการสุ่มแบบ Multistage Random Sampling ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้
 - ขั้นที่ 1** แบ่งพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายออกเป็น 3 เขต ได้แก่ แหล่งที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น แหล่งที่มีนักท่องเที่ยวปานกลาง และแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวน้อย
 - ขั้นที่ 2** จัดแบ่งโควต้าตามพื้นที่ ได้แก่ แหล่งนักท่องเที่ยวมากร้อยละ 50 (กลุ่มละ 200 คน) แหล่งนักท่องเที่ยวปานกลาง ร้อยละ 30 (กลุ่มละ 120 คน) และแหล่งนักท่องเที่ยวน้อย ร้อยละ 20 (กลุ่มละ 80 คน)
 - ขั้นที่ 3** แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญตามจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น

หลังจากดำเนินงานตามขั้นตอนข้างต้นได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 207 คน เพศชาย 193 คน จำแนกตามกลุ่มอายุ ประกอบด้วย กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 52 คน กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี 101 คน กลุ่มอายุ 31-40 ปี 79 คน กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี 83 คน และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป 24 คน

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งเป็นระดับประถมศึกษา 19 คน มัธยมศึกษา 151 คน อนุปริญญา 41 คน ปริญญาตรี 137 คน สูงกว่าปริญญาตรี 47 คน และอื่นๆ 5 คน หากจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีนักเรียน/นักศึกษา 131 คน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 86 คน เกษตรกร 12 คน บริษัทเอกชน/ธนาคาร 41 คน ธุรกิจส่วนตัว 68 คน รับจ้างทั่วไป 19 คน ว่างาน 5 คน และกลุ่มเกษียณอายุ 38 คน และกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน ประกอบด้วย กลุ่มที่มีรายได้เป็นต่ำกว่า 5,000 บาท 108 คน รายได้ 5,001-15,000 บาท 149 คน 15,001-25,000 บาท 82 คน มากกว่า 25,001 บาท 61 คน

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็น เพศชาย 225 คน เพศหญิง 175 คน โดยมีกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 48 คน กลุ่มอายุ 21-30 ปี 104 คน กลุ่มอายุ 31-40 ปี 112 คน กลุ่มอายุ 41-50 ปี 73 คน กลุ่มอายุ 51-60 ปี 42 คน และสูงกว่า 60 ปี 21 คน

ระดับการศึกษาแบ่งเป็น ประถม 11 คน มัธยม 92 คน อนุปริญญา 49 คน ปริญญาตรี 142 คน สูงกว่าปริญญาตรี 79 คน และอื่นๆ 27 คน เมื่อนำมาจำแนกอาชีพ พบว่า มีกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา 81 คน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 33 คน เกษตรกร 5 คน บริษัทเอกชน/ธนาคาร 21 คน ธุรกิจส่วนตัว 35 คน รับจ้างทั่วไป 51 คน ว่างาน 3 คน และผู้เกษียณอายุ 171 คน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติมีรายได้ต่อปี จำแนกเป็น ต่ำกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ 81 คน 10,001-20,000 ดอลลาร์สหรัฐ 136 คน 20,001-30,000 ดอลลาร์สหรัฐ 81 คน สูงกว่า 30,001 ดอลลาร์ 102 คน หากนำมาจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เอเชีย 110 คน ยุโรป 133 คน อเมริกา 74 คน ออสเตรเลีย 65 คน แอฟริกา 12 คน และอื่นๆ 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งตามออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การศึกษาเรื่องของ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยเครื่องมือ 4 แบบ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Dept Interview) การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) สังเกตการณ์ (Observation) และเอกสาร (Documentary)

ขั้นตอนที่ 2 : การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จะใช้ “แบบสอบถาม” เพื่อค้นหาข้อมูลในเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 3: เป็นการตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้มีการศึกษาทั้งส่วนของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยใช้ “การประชุมระดมความคิด” เพื่อหาข้อสรุปของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้จากส่วน 1 และ 2 มาเขียนพรรณนาเชิงเหตุและผล เพื่อศึกษาถึงความเหมือนและความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 3 นำมาสังเคราะห์ และพรรณนาเชิงเหตุและผล เพื่อสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว อันเป็นแนวทางสำคัญที่จะนำไปวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายต่อไป

ผลการวิจัย

1. **คุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) อัตลักษณ์ร่วมภายในกลุ่มล้านนา (มี 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมร่วมของชาวล้านนา อาทิ ภาษาคำเมือง อาหาร ประเพณี เป็นต้น

2) อัตลักษณ์จังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ แม้ว่าอัตลักษณ์โดยภาพรวมของจังหวัดเชียงรายจะถูกปกคลุมด้วยอัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา กระนั้นยังมีอัตลักษณ์บางประการที่ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดในเขตล้านนาด้วยกัน

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการวิจัย สามารถจำแนกคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะได้ ดังนี้

(1) เมืองแห่งประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา ถือเป็นต้นกำเนิดของอาณาจักรล้านนา เริ่มที่พญาเม็งรายได้ก่อตั้งนครเชียงใหม่ก่อน หลังจากนั้นจึงสร้างนครเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนา

(2) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งชุมนุมของความหลากหลายถึง 30 ชนเผ่า

(3) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย เพราะมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ คือ สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รวมถึงการเป็นหน้าด่านที่จะติดต่อไปยังประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีภูมิทัศน์ตามธรรมชาติที่สวยงามเหมาะสมเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเป็นอย่างดี

(4) อากาศเย็นสบายจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี

(5) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต และมีการรวมตัวกันเพื่อจัดเส้นทางเยี่ยมบ้านสล่า (หมายถึง ศิลปิน) เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

(6) “วัดร่องขุน”: การสร้างเอกลักษณ์ใหม่ของเชียงราย ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงราย

(7) พระตำหนักดอยตุงและพระธาตุดอยตุงจุดเด่นของเชียงราย

(8) ประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง จัดงานขึ้นในวันที่ ๑๘ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของ องค์แม่ฟ้าหลวงหรือสมเด็จพระย่าของปวงชนชาวไทย

(9) สีม่วง ผ้าทอ คอปาย: ชุดประจำจังหวัดเชียงราย

(10) สำเนียงภาษา: ลักษณะเฉพาะของชาวเชียงราย

(11) น้ำเงี้ยว: อาหารในรูปแบบของชาวเชียงราย

(12) สับปะรดนางแล ภูแล : ผลไม้ปลูกได้ผลดีที่เชียงราย

(13) พิธีบวงสรวงปลาบึกที่เชียงของ

จากข้อมูลการวิจัย สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมี 2 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนา ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายตระหนักว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา และมีวิถีชีวิตใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนาด้วยตนเอง

ส่วนอีกอัตลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง คือ อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย จำแนกได้ 13 ประการ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น อัตลักษณ์ในส่วนนี้จะเป็นตัวจำแนกความแตกต่างของชาวเชียงรายจากกลุ่มอื่นๆ และทำให้ชาวเชียงรายได้ทราบถึงสิ่งที่เหมือนกันในหมู่ชาวเชียงรายด้วยตนเอง

2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย ประกอบด้วย การสร้างคำขวัญและสัญลักษณ์ การใช้ประวัติศาสตร์สร้างจิตสำนึกร่วม การใช้ภูมิประเทศที่โดดเด่นสร้างความเป็นเชียงราย การประยุกต์ใช้สิ่งเก่านำมาทำใหม่ และการสร้างสิ่งใหม่เป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย ปัจจัยทั้ง 5 ประการ ถือเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย ที่ทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันว่า มีสิ่งที่เป็นลักษณะเด่นอยู่ในเชียงราย และนำไปสู่การยอมรับลักษณะเด่นเหล่านั้นว่า เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายในที่สุด

ขั้นที่ 2 การสื่อสารให้ทราบถึงลักษณะเด่นของชาวเชียงราย เป็นการผลักดันให้เกิดการยอมรับอัตลักษณ์แห่งจังหวัดเชียงราย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ อาทิ ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย รวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น บริษัททัวร์ ด้วยใช้วิธีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนในจังหวัดเชียงราย และประชาชนทั่วไปได้ร่วมรับรู้ ถึงคุณลักษณะเด่น และกลายเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย

ขั้นที่ 3 ยอมรับคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นประชาชนชาวเชียงราย จะยอมรับโดยการนำคุณลักษณะต่างๆ ที่นำเสนอไปใช้ในวิถีชีวิตจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ ต่อมาจึงกลายเป็นอัตลักษณ์ของสังคมเชียงรายในที่สุด และกลุ่มประชาชนทั่วไปจะร่วมรับรู้ว่าคุณลักษณะดังกล่าวเป็นวิถีชีวิตของชาวเชียงราย

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จากข้อมูลที่ค้นพบ แสดงให้ทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย การจำแนกสิ่งเป็นเชียงราย การสร้างความรู้สึกร่วม สภาพแวดล้อม ภาครัฐ และภาคเศรษฐกิจ มีผลทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยว

ในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายไปเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา พบว่าชาวต่างชาติไม่เห็นความแตกต่างระหว่างจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย รับรู้ว่าจังหวัดเชียงรายมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา ไม่ว่า

จะเป็น ลักษณะทางภูมิประเทศ อากาศ บรรยากาศโดยทั่วไป รวมถึงรสชาติของอาหารพื้นเมือง โดยรวม แต่จะเห็นความแตกต่างมากในรสชาติของน้ำเงี้ยว และข้าวซอย

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนตัว ปัจจัยทางสังคม และสื่อมวลชนทุกแขนง รวมถึงบริษัทท่องเที่ยว ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยส่วนตัวจะส่งผลมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว ส่วนอื่นๆ ส่งผลในระดับปานกลางถึงสูง

6. การเปรียบเทียบระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

เมื่อนำคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์เชียงราย (ข้อที่ 1) เปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติรับรู้ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน หมายความว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน

7. อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่เหมาะสมเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย จากข้อมูลเมื่อนำมาสังเคราะห์เพื่อสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การรณรงค์อัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนา
- 2) อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีและพิธีกรรม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิประเทศที่ได้เปรียบ ลักษณะอากาศที่เย็นสบายตลอดปี แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต รวมถึงอาหารและผลไม้เฉพาะที่เชียงราย

อภิปรายผลการวิจัย

1. **อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จากการศึกษ พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 ประการ คือ อัตลักษณ์ร่วมของล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นเชียงรายโดยเฉพาะ คุณลักษณะดังกล่าว Woodward(1997) อธิบายว่า เป็นไปตามกฎเกณฑ์การทำงานของอัตลักษณ์ ที่จะกำหนดลักษณะของกลุ่มด้วยความเหมือนและความแตกต่าง คำอธิบายดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลสำคัญทำให้เชียงรายที่มีความรู้สึกว่า ตนเป็นคนในกลุ่มล้านนา และคนเชียงรายโดยเฉพาะจึงมีลักษณะสำคัญทางวัฒนธรรมในรูปแบบของล้านนา พร้อมกับพยายามสร้างความแตกต่างในส่วนที่เป็นเชียงรายร่วมด้วย ส่งผลให้คนเชียงรายมีองค์ประกอบของอัตลักษณ์แห่งล้านนาและของเชียงรายโดยเฉพาะผสมผสานกันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

2. **กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จากการศึกษา พบว่ากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้ง 3 ขั้นตอน ซึ่งเป็นไปตามแบบแผนและกระบวนการตามหลักการแห่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่เน้นลักษณะสำคัญและกระบวนการเชื่อมโยงแต่ละหน่วยที่มีความสำคัญอันนำไปสู่อัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงรายให้เกิดขึ้นในใจของชาวเชียงราย และปรากฏต่อสายตาของกลุ่มอื่นๆ นำไปสู่การจำแนกแยกแยะ สิ่งที่เป็นจังหวัดเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่จังหวัดเชียงราย

3. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย** ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีอยู่ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแห่งการจำแนก การสร้างจุดร่วมทางสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ ทั้ง 5 ปัจจัยล้วนอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดว่าด้วยเรื่องอัตลักษณ์เป็นผลผลิตทางสังคม (Barker, 2004 และ Moghadam, 1994)

4. **ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยว** ผลการวิจัย พบว่าภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยภาพรวมแล้วมีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน หมายความว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มองภาพชาวเชียงรายที่สะท้อนออกมา ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์ คือ ภาพที่สะท้อนที่เกิดจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็น รับรู้ และสัมผัสได้อย่างชัดเจน เสมือนว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนซึ่งกันและกัน

5. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยว** ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยส่วนตัวส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย นั่นเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักจะเชื่อมั่นตนเองค่อนข้างสูง ส่งผลให้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

6. **เปรียบเทียบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** ผลการวิจัย พบว่าอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย กับภาพลักษณ์ของชาวเชียงรายที่นักท่องเที่ยวรับรู้มีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน นั่นเป็นเพราะ “อัตลักษณ์” (identity) สิ่งที่ควบคู่กัน คือ “ภาพลักษณ์” (Image) ต่างเป็นภาพสะท้อนซึ่งกันและกัน (Birkit และ Stadler, 1986 ,Lynn, 1995, Gripsrud, 2000 และ Sarup, 2002) ผลการวิจัยออกมาว่า ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีลักษณะไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการยืนยันลักษณะสำคัญแบบเหรียญ 2 ด้าน ระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ดังกล่าวอธิบายข้างต้น

7. แนวทางการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์มาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ผลของการวิจัยด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย 2 ประการ ได้แก่ ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นชาวเชียงรายโดยเฉพาะ ประกอบด้วย การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา นมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย ประเพณีและพิธีกรรม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย อากาศเย็นสบาย แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต และอาหารและผลไม้ที่มีเฉพาะที่เชียงราย ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จัดทำสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาค

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

1. อัตลักษณ์ของในสังคมมักมีลักษณะที่ซ้อนทับกันอยู่ เช่น อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ส่งผลให้คนเชียงรายแสดงอัตลักษณ์ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน คือ อัตลักษณ์ของการเป็นคนล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของเชียงราย
2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ เริ่มต้นจากการหาจุดร่วมของคนในสังคม ด้วยการปลูกจิตสำนึกของคนในสังคม สร้างเป็นคำขวัญ และสัญลักษณ์ เพื่อจะได้สื่อถึงคนในเชียงรายได้รับทราบร่วมกัน หลังจากนั้นนำสิ่งเหล่านี้เผยแพร่ อันจะนำไปสู่การยอมรับอัตลักษณ์ร่วมกันของคนในสังคมเชียงราย
3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว ในกรณีของจังหวัดเชียงรายมีองค์ประกอบ คือ การจำแนกสิ่งที่มีลักษณะเหมือนและต่างกัน เพื่อบ่งบอกว่าสิ่งนี้ คือ เชียงราย และสิ่งนั้นไม่ใช่เชียงราย การสร้างจุดร่วมทางสังคม เพื่อหาสิ่งที่ดึงดูดคนในสังคมเข้ามาอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์เดียวกัน สภาพแวดล้อมส่งผลให้มีลักษณะที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ปัจจัยภาครัฐ มีบทบาทสำคัญที่กระตุ้นทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์แห่งท้องที่ และปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องที่ จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว
4. ภาพสะท้อนที่ออกมาจากอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลอื่นมองเห็นจากอัตลักษณ์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่แสดงตัวตนออกมาอย่างไร ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น หมายความว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ที่คนทั่วไปได้รับรู้ถึงสิ่งที่เชียงรายเป็นอยู่

5. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์นั้น มีองค์ประกอบในเรื่องของ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการสะท้อนภาพเหล่านั้นให้สังคมได้รับรู้

ข้อเสนอแนะ

1. ผลดีของการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ ทำให้ทราบถึงจุดยืนของชาวเชียงรายที่ต้องการวางตำแหน่งของตัวเองว่า เป็นส่วนหนึ่งของล้านนาในแบบฉบับเฉพาะของชาวเชียงรายที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ บ้างในบางส่วน ดังนั้นการวางจุดขายทางการท่องเที่ยวจึงต้องเข้าใจความนึกคิดและความรู้สึกร่วมของชาวเชียงรายด้วย เพราะจะเป็นแนวทางนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. การสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว โดยนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปดำเนินการ 3 แนวทาง ประกอบด้วย

1) นำอัตลักษณ์เดิมมาเป็นจุดขาย โดยเฉพาะลักษณะสำคัญของความเป็นล้านนา ประกอบด้วย ศิลปวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร และประเพณี นำมาเป็นจุดขาย เนื่องจากยังมีนักท่องเที่ยวที่สนใจอัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ที่มีกลิ่นอายแห่งล้านนาอบอวลอยู่ในทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย

2) นำจุดเด่นของภูมิประเทศที่มีความสวยงาม และได้เปรียบของเชียงราย อาทิ พื้นที่ติดลำน้ำโขง หรือแหล่งท่องเที่ยวตามยอดดอย เพื่อเปิดโอกาสให้ชมทัศนียภาพที่สวยงามนอกเหนือจาก ภูเขาไฟ เพราะจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

3) สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้แก่จังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างที่สวยงาม และมีคุณค่าทางจิตใจ ยกตัวอย่างเช่น วัดร่องขุ่น ซึ่งเป็นวัดที่สร้างใหม่ และประสบความสำเร็จในด้านดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง เป็นต้น

3. นำผลการวิจัยข้างต้นไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย จำแนกเป็นการดำเนินงานเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

เชิงนโยบาย

1) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้น โดยการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวไปข้างต้น บรรจุในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อปลูกเร้าให้เกิดความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะยาว โดยบำรุงรักษาอัตลักษณ์ของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็น อัตลักษณ์อย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งประกอบสร้างอัตลักษณ์รูปแบบใหม่ที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมภาคเอกชน ในการนำเอาอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะสำคัญ เช่น อัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ร่วมสมัย นำมาสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้สร้างและขยายตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) ภาครัฐควรสร้างมาตรการสนับสนุนภาคเอกชน โดยการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ด้วยการมุ่งเน้นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพื่อเปิดตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม

3) ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกัน ทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมถึงอนุรักษ์ลักษณะสำคัญที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสืบต่อไปอย่างยาวนาน และเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติตราบนานเท่านาน

บรรณานุกรม

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาดและคณะ. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.2544, น. 1.

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. **อัตลักษณ์**. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546,หน้า. 2-6.

Barker, Chris. *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. London: SAGE Publications, 2004: p 94.

Breger, Louis. *From Instinct to Identity: The Development of Personality*.1974, p.

329.

Gripsrud, Jostein. **Understanding Media Culture**. London: Oxford University press,
2000: p.5.

Moghadam, M. Valentine. Editer. **Identity Politics and Woman: Cultural reassertion and
Feminism in International Perspective**. San Francisco: Westview Press Inc.,
1994: p 45.

P. Schlesinger. "Wishful Thinking: Cultural, Media and Collective Identities in Europe
Media." Journal of Communication 43 (Spring 1993) : 6-15.

Servaes. Cultural Identity and Mode of Communication. Communication Yearbook 12,
pp.387-388.

Sarup Madan. **Identity Culture And The Postmodern World**. Reprinted. Edinburgh:
Edinburgh University Press Ltd., 2002: pp.xv-xvi.

Woodward, Kathryn. **Identity and Difference**. London: SAGE Publications Ltd., 1997:
pp10-12.

Weinreich, Peter and Saunderson, Wendy. Editer. **Analysing Identity Cross-Culture,
Societal and Clinical Contexts**. London and New York: Routledge Taylor &
Francis Group. 2003: pp.xviii-xx.

Young, George. **Tourism: Blessing or Blight?** . Harmondworth: Penguin Book. 1973,
pp.134-137.

ภาคผนวก ข.
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม
เรื่อง ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ จัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางการจัดทำแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต จึงขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็น โดยข้อมูลนี้จะมีส่งผลกระทบต่อท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่สละเวลาในการให้ข้อมูล มา ณ โอกาสนี้ด้วย

คณะผู้วิจัย

1. เพศ{ }ชาย { }หญิง
2. อายุ { }ต่ำกว่า 15 ปี { } 15 – 20 ปี
 { } 21 – 30 ปี { } 31 – 40 ปี
 { } 41 – 50 ปี { } 51 – 60 ปี { } 61 ปีขึ้นไป
3. ท่านเป็นนักท่องเที่ยวมาจาก { } กรุงเทพมหานคร
 { } ภาคเหนือ
 { } ภาคกลาง
 { } ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ/อีสาน
 { } ภาคตะวันออก
 { } ภาคตะวันตก
 { } ภาคใต้
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ปัจจุบันท่าน { } อยู่ในระหว่างการศึกษา
 { } ไม่ได้ศึกษา/ จบการศึกษาแล้ว
5. ระดับการศึกษา { } ประถมศึกษา
 { } มัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 3 / ม.ศ.3)
 { } มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 { } อนุปริญญา / ปวส.

- { } ปริญญาตรี
 { } สูงกว่าปริญญาตรี
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. อาชีพ { } นักเรียน / นักศึกษา
 { } รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานของรัฐ
 { } เกษตรกร
 { } พนักงานบริษัทเอกชน / ธนาคาร
 { } ผู้เกษียณอายุ
 { } ค้าขาย / ประกอบอาชีพส่วนตัว / อาชีพอิสระ
 { } รับจ้างทั่วไป
 { }ว่างงาน
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. รายได้ของท่านต่อเดือน { } ต่ำกว่า 5,000 บาท
 { } 5,001 – 10,000 บาท
 { } 10,001 – 15,000 บาท
 { } 15,001 – 20,000 บาท
 { } 20,001 - 30,000 บาท
 { } ตั้งแต่ 30,001 บาท
8. ท่านเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่บ่อยครั้งแค่ไหน
 { } มาเที่ยวครั้งแรก
 { } มาเที่ยว 2 – 4 ครั้ง
 { } มาเที่ยว 5 – 7 ครั้ง
 { } มาเที่ยว 8 – 10 ครั้ง
 { } มากกว่า 10 ครั้ง
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. การมาเที่ยวเชียงใหม่ครั้งนี้ ท่านจะใช้เวลาอยู่ในการท่องเที่ยวกี่วัน
 { } 1 - 2 วัน { } 3 - 4 วัน
 { } 5 - 6 วัน { } 7 วันขึ้นไป
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. การท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านวางแผนจะไปเที่ยวที่ใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- { } ไปเที่ยวตามโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยว { } เที่ยววัดในเขตตัวเมืองเชียงราย
 { } วัดร่องขุน { } สักการะอนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย
 { } พระตำหนักดอยตุง { } พระธาตุดอยตุง
 { } ดอยแม่สลอง { } ดอยวาวี
 { } ชายแดนแม่สาย { } สามเหลี่ยมทองคำ
 { } เมืองโบราณเชียงแสน { } หมู่บ้านกระเหรี่ยงรวมมิตร
 { } ชายแดนลาวที่เชียงของ { } ภูชี้ฟ้า
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. เหตุผลที่ท่านมาเที่ยวจังหวัด เชียงราย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่ สวยงาม					
ต้องการสัมผัสบรรยากาศของ เมืองเก่าแก่					
ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ของจังหวัดเชียงราย					
ต้องการซื้อสินค้าบริเวณชายแดน					
ต้องการทำธุรกิจ					
เยี่ยมเพื่อน ญาติพี่น้อง					

12. นอกจากมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายแล้ว ท่านเคยไปเที่ยวจังหวัดเหล่านี้ หรือไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- { } เชียงใหม่ { } ลำปาง
 { } ลำพูน { } แม่ฮ่องสอน
 { } พะเยา { } แพร่
 { } น่าน
 { } ไม่เคยไปเที่ยวทั้ง 7 จังหวัดที่กล่าวมา (ข้ามไปตอบข้อ 14)

13. จากที่ท่านเคยไปเที่ยวจังหวัดต่างๆ ในแถบภาคเหนือตอนบน ท่านเห็นความแตกต่างของ
จังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในแถบภาคเหนือตอนบน อย่างไร

- หมายเลข 1 = ไม่เห็นความแตกต่าง
 หมายเลข 2 = มีความแตกต่างเล็กน้อย
 หมายเลข 3 = ไม่มีความคิดเห็น
 หมายเลข 4 = มีความแตกต่างมาก
 หมายเลข 5 = มีความแตกต่างมากที่สุด

	1	2	3	4	5
ลักษณะทางภูมิประเทศ					
สภาพอากาศ					
บรรยากาศ					
ลักษณะและรสชาติอาหารทั่วไป					
ลักษณะและรสชาติของอาหารขึ้นโตก					
รสชาติของขนมจีนน้ำเงี้ยว					
รสชาติของข้าวซอย					
ชาอูหลง					
กาแฟอารบิก้า					
ผลไม้จำพวก ลำไย ลิ้นจี่					
ผลไม้จำพวก สับรดนางแล / กล้วย					
ลักษณะของผู้คน					
ภาษาถิ่น					
สำเนียงในการพูดภาษาถิ่น					
การแต่งกาย					
ลักษณะของบ้านเรือน ที่พักอาศัย					
ลักษณะของวัด					
การพ้อนรำ การแสดง					
ของที่ระลึก					
สถานที่ท่องเที่ยว					

14. ท่านมีความคิดเห็นในเรื่องต่อไปนี้ ของจังหวัดเชียงรายอย่างไร	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ มีอายุมากกว่า 700 ปี					
พ่อขุนเม็งรายสร้างเมืองเชียงรายนก่อนแล้วจึง ไปสร้างเมืองเชียงใหม่					
เป็นจังหวัดที่เคยประดิษฐานพระแก้วมรกต ก่อนที่จะถูกอันเชิญไปยังที่อื่นๆ					
เป็นจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลาย แห่ง เช่น เชียงแสน เชียงของ เวียงกาหลง เป็นต้น					
เป็นจังหวัดที่ยังอนุรักษ์และอบอวลไปด้วย วัฒนธรรมล้านนา					
เป็นจังหวัดที่อ.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ สร้าง วัดร่องขุ่น ที่สวยงามและอลังการ					
เป็นจังหวัดที่มีเป็นแหล่งกำเนิดของศิลปินผู้มี ชื่อเสียง อาทิ อ.ถวัลย์ ดัชนี อ.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์					
เป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมจากแหล่งอื่นเข้า ผสมอยู่มากมาย					
เป็นจังหวัดที่มีหลากหลายชนเผ่า					
เป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศ พม่าและลาว					
เป็นจังหวัดหน้าด่านที่จะติดต่อไปยังประเทศ จีน					

14. ท่านมีความคิดเห็นในเรื่องต่อไปนี้ ของจังหวัดเชียงรายอย่างไร	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีสินค้าจากประเทศจีนเข้ามา ขาย เช่น เสื้อผ้า ผลไม้ เครื่องใช้ต่างๆ					
เป็นจังหวัดที่มีลักษณะภูมิประเทศสวยงาม เหมาะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
เป็นจังหวัดที่มีแหล่งน้ำพุร้อน เหมาะที่จะทำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบสปา					
เป็นจังหวัดที่มีอากาศเย็นเกือบตลอดปี					
ผู้คนมีผิวพรรณที่สวยงาม					
ผู้คนมีความนุ่มนวล สงบ เสงี่ยม					
ผู้คนมีความเคลื่อนไหวอย่างกระชับกระฉ่ง					
เป็นจังหวัดที่มีความเจริญด้านวัตถุเป็นอย่าง มาก					
เป็นจังหวัดที่มีชาวชนต่างด้าวมาอาศัย จำนวนมาก					
เป็นจังหวัดที่น่ามาเที่ยว เพราะมีจุดผ่านแดน ไปเที่ยวประเทศพม่าและลาว					
เป็นจังหวัดที่มีบรรยากาศเงียบ สงบ เหมาะแก่การพักผ่อน					

ท่านมีความคิดเห็นต่อในเรื่องต่อไปนี้ ของจังหวัดเชียงรายอย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีอาหาร การกิน ค่อนข้างหลากหลาย ทั้งอาหารพื้นเมือง อาหารไทย และอาหารฟาสฟู้ดต่างๆ					
เป็นจังหวัดที่สามารถเพาะเลี้ยงปลาบึก ซึ่ง เป็นปลานขนาดใหญ่จากลำน้ำโขง					
เป็นจังหวัดที่มีผ้าทอสวยงาม และมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ผ้าทอไทลื้อ					
เป็นจังหวัดที่มีผลไม้ประจำท้องถิ่น เช่น สับปะรดนางแล ลิ้นจี่					
เป็นจังหวัดที่มีการปลูกชาอูหลง					

15. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ และความรู้สึกที่ท่านมีต่อ จังหวัดเชียงราย	ส่งผล มากที่สุด	ส่งผล มาก	ส่งผล ปาน กลาง	ส่งผลน้อย	ส่งผลน้อย ที่สุด
ความเข้าใจของตนเอง					
เพื่อนสนิท					
เพื่อนที่ทำงาน / ที่เรียน					
แฟน / สามี / ภรรยา					
พ่อ / แม่					
ญาติสนิท / พี่ - น้อง					
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร					
แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว					
อินเทอร์เน็ต					
บริษัทนำเที่ยว / บริษัททัวร์					

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่าน ที่สละเวลาให้ข้อมูลอันมีค่าต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ เป็นอย่างสูง
คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ค.

ภาพกิจกรรม Focus Group

ภาพการจัดทำ Focus Group





ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ-สกุล นางเกศกนก ชุ่มประดิษฐ์
ตำแหน่ง อาจารย์ 6
สังกัด โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
e-mail kkn23@hotmail.com
การศึกษา
ปริญญาตรี ศศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปริญญาโท นศ.ม. (การหนังสือพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานการวิจัย

- 2547 “การสื่อสารเพื่อการจัดการในชุมชน”
ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ
- 2548 “อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย”
ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ

ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวจิราพร ชุนศรี
วันเดือนปีเกิด 16 พฤษภาคม 2514
สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
สถานที่ทำงานปัจจุบัน เลขที่ 80 หมู่ 9 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
โทรศัพท์ 0-5377-6017 โทรสาร 0-5377-6057
โทรศัพท์มือถือ 081-3867226
e-mail : Khun_jiraporn@yahoo.com
ตำแหน่งงาน อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิติศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ประวัติการศึกษา ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านสันโค้ง(เชียงรายจรูญราษฎร์)

มัธยมต้น	โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์
มัธยมปลาย	โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม
อุดมศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต(นิเทศศาสตรพัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำวิจัย

- 2545 เรื่อง แนวโน้มหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงรายในทศวรรษหน้า
(2546-2554)
- 2546 ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายต่อการจัดการเรียนการสอน
- 2547 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย
- 2548 อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
- 2549 การศึกษาการค้าชายแดน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย