มุมมองทางภูมิศาสตร์ ผ่านคำขวัญประจำจังหวัด*

Geographical Perspective through Provincial Slogans

จิตรภณ สุนทร (Jittrapon Soontorn)**

บทคัดย่อ

คำขวัญประ จำจังหวัด เป็นการนำเสนอข้อมูลของสิ่งที่เป็นจุดเด่นประจำจังหวัดต่าง ๆ เปรียบเสมือนการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อให้คนภายในจังหวัดเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในความโดดเด่นของท้องถิ่นของตน ข้อมูลที่มักถูกหยิบขึ้นมาสร้างเป็นคำขวัญประจำจังหวัดนั้นโดยทั่วไปจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ลักษณะเด่นทางพื้นที่ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ทางธรรมชาติ ข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติ ข้อมูลสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งประเพณีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ประจำจังหวัด ในขณะที่การศึกษาเชิงภูมิศาสตร์นั้นเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ซึ่งมีความคาบเกี่ยวกับศาสตร์อื่น ๆ หลากหลายแขนง ดังนั้นเมื่อนำคำขวัญประจำจังหวัดของแต่ละจังหวัดมาทำการจำแนกข้อมูลอัตลักษณ์ทางพื้นที่ที่ได้นำเสนอ พบว่าคำขวัญประจำจังหวัดส่วนใหญ่ได้นำเสนอข้อมูลอัตลักษณ์ทางพื้นที่ ในลักษณะที่คล้ายคลึงกันทั้งสิ้น 7 กลุ่มได้แก่ 1) ทำเลที่ตั้งของจังหวัด 2) หน้าที่หรือความสำคัญของจังหวัด 3) ลักษณะภูมิลักษณ์ของจังหวัด 4) สิ่งปลูกสร้างหรือโบราณสถานของจังหวัด 5) วัฒนธรรมของจังหวัด 6) สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด 7) ประวัติศาสตร์ของจังหวัด โดยเมื่อวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลที่นำเสนอในคำขวัญประจำจังหวัดด้วยมุมมองทางภูมิศาสตร์ พบว่า สามารถจัดกลุ่มตามประเด็นหลักได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ทำเลที่ตั้ง (Location) 2) สถานที่ (Place) 3) ภูมิภาค (Region) และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลก (Human-Earth Relationships)

คำสำคัญ: คำขวัญประจำจังหวัด, ทำเลที่ตั้ง, ภูมิภาค, มุมมองทางภูมิศาสตร์

---

* บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการ

This article aims to publishing academic knowledge.

** อาจารย์ประจำสาขาวิชาสังคมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
E-mail: jittrapon@webmail.npru.ac.th

Instructor of Social Studies Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

Abstract

Provincial slogans are the tools to present the iconic or the identities of each province which made the uniqueness and locals proud in their province. The information that usually promoted in Provincial Slogans are dominant spatial information such as Natural Environments, Natural Resources, Buildings, Cultures and Histories of province. In Geography, the way to studies is to investigates the relationship between the phenomena or activities and spatial that may overlap to the others sciences. After considered in each provincial slogan, most of all provinces had presented the spatial identities similarities to 7 groups which are 1) Locations 2) Functions 3) Topologies 4) Buildings 5) Cultures 6) Product and 7) Histories. If we analyzed the identities of provincial slogans by using geography methods, we can divide into 4 dimensions which are 1) Locational Dimension 2) Place Dimension 3) Regional Dimension and 4) Human-Earth Relationships Dimension

Keyword: Provincial Slogans, Location, Region, Geographical Perspective

บทนำ

คำขวัญประจำจังหวัด เป็นการนำเสนอข้อมูลของสิ่งที่เป็นจุดเด่นประจำจังหวัดต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้คนต่างถิ่นให้ทราบถึงจุดเด่นทางพื้นที่ที่สำคัญของแต่ละจังหวัด ในขณะเดียวกัน คำขวัญประจำจังหวัดก็เปรียบเสมือนการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อให้คนภายในจังหวัดเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในความโดดเด่นของท้องถิ่นของตน ข้อมูลที่มักถูกหยิบขึ้นมาสร้างเป็นคำขวัญประจำจังหวัดนั้นโดยทั่วไปจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ลักษณะเด่นทางพื้นที่ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ทางธรรมชาติ ข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติ ข้อมูลสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งสภาพประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของจังหวัด

โดยทั่วไปมนุษย์จะมีระดับความรับรู้เชิงพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละบริบท ทั้งในแง่ของช่วงเวลา เหตุการณ์หรือสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ เช่น ความแตกต่างของระดับการรับรู้ในช่วงวัยเด็กและการรับรู้ในช่วงวัยผู้ใหญ่ ในขณะเดียวกันการนำเสนอข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ในประเด็นต่าง ๆ ให้กับสังคมก็มักจะถูกสร้างขึ้นมาตามบริบทของสังคมในช่วงเวลาต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลง หรือสร้างความหมายใหม่ขึ้นตลอดเวลา (นราธร สายเส็ง, 2560: 639) เมื่อพิจารณาในกรณี พัฒนาการของคำขวัญประจำจังหวัด พบว่าแต่ละจังหวัดมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลเกี่ยวกับคำขวัญอยู่เสมอ เช่นการเพิ่มเติมสถานที่ หรือข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าประจำถิ่น เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ สังคม และเศรษฐกิจของจังหวัด ในช่วงแต่ละช่วงเวลา ซึ่งระหว่าง พ.ศ.2543 – 2550 นั้นจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 41 จังหวัดจากจำนวนทั้งสิ้น 76 จังหวัดในขณะนั้น ได้มีการปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงคำขวัญประจำจังหวัดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากยิ่งขึ้น (กมลา บัวศรีคำ, 2551)

อัตลักษณ์ของจังหวัดที่ถูกนำเสนอผ่านทางคำขวัญประจำจังหวัด จึงเป็นเครื่องมือทางภาษาที่ใช้สื่อสารข้อมูลเชิงพื้นที่ให้แก่ผู้รับสารที่อยู่ในแต่ละภูมิภาคหรือแม้กระทั่งผู้รับสารจากต่างแดน ซึ่งสามารถก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อตัวจังหวัดเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยว เมื่อผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวรับรู้เกี่ยวกับคำขวัญประจำจังหวัดนั้น ๆ จะสามารถประเมินสภาพพื้นที่ สภาพความเป็นอยู่ สถานที่สำคัญ รวมทั้งประวัติศาสตร์ประจำถิ่น จึงทำให้สามารถคาดการณ์บรรยากาศของพื้นที่และเกิดความคาดหวังที่จะไปเยี่ยมชมซึมซับบรรยายกาศของสิ่งที่ถูกนำเสนอไว้ในตัวคำขวัญนั้นเอง

1.มุมมองทางภูมิศาสตร์

ภูมิศาสตร์ คือ การศึกษาความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่บนพื้นโลก หรือปรากฏการณ์ที่เกิดบนพื้นที่ ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง เช่นการกระจายตัวของสิ่งมีชีวิตบนโลก รูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เป็นต้น โดยการศึกษาทางภูมิศาสตร์จะเป็นการศึกษาที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ อย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่ออธิบายสาเหตุของปรากฏการณ์เชิงพื้นที่ รวมทั้งการวิเคราะห์คาดการณ์เกี่ยวกับปรากฏการณ์เชิงพื้นที่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ปัจจุบันการศึกษาทางภูมิศาสตร์สมัยใหม่ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล ในประเด็นหลัก 5 ประเด็น (พวงเพชร์ ธนสิน, 2555: 1-2)

1.1 ทำเลที่ตั้ง (Location) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับตำแหน่งของเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาต่าง ๆ โดยทั่วไปมักจะนำเสนอทำเลที่ตั้งในรูปแบบของ 1) ที่ตั้งสัมบูรณ์ (Absolute Location) หรือการระบุที่ตั้งอย่างเฉพาะเจาะจง เช่น ระบบพิกัด ระบบไปรษณีย์ เป็นต้น 2) ที่ตั้งสัมพันธ์ (Relative Location) หรือ การระบุที่ตั้งอย่างคร่าว ๆ อาศัยการอ้างอิงอาณาเขตติดต่อ

1.2 สถานที่ (Place) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะเด่นของพื้นที่ หรือ อัตลักษณ์ของพื้นที่หนึ่ง ทั้งที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมหรือมีลักษณะเป็นนามธรรม โดยสามารถศึกษาได้ในหลากหลายมิติ เช่น ลักษณะภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะวัฒนธรรม รวมทั้งประวัติศาสตร์ของสถานที่ เป็นต้น

1.3 การเคลื่อนที่ (Movement) เนื่องด้วยความเป็นพลวัตของสังคม และธรรมชาติ ดังนั้นปรากฏการณ์เชิงพื้นที่ลักษณะต่าง ๆ จึงเกิดการหมุนเวียน เคลื่อนย้าย เคลื่อนที่อยู่ตลาดเวลา ทำให้นักภูมิศาสตร์มีความตะหนักในประเด็นเกี่ยวกับ สาเหตุและรูปแบบของการเคลื่อนที่ของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทั้งปรากฏการณ์ที่มีลักษณะเป็นพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิต เช่น การเดินทางของมนุษย์ การอพยพของฝูงนก หรือแม้กระทั้งปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น การเคลื่อนตัวของแผ่นเปลือกโลก การเคลื่อนที่ของแนวพายุโซนร้อน เป็นต้น

1.4 ภูมิภาค (Region) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับภาพรวมของพื้นที่ โดยคำว่า ภูมิภาค หมายถึง ความคล้ายคลึงของสภาพพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นความคล้ายคลึงทางกายภาพของพื้นที่ หรือความคล้ายคลึงทางด้านวัฒนธรรมภายในพื้นที่ ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับภูมิภาคจึงทำให้มองเห็นภาพรวมของสถานการณ์ของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ศึกษาได้เป็นอย่างดี

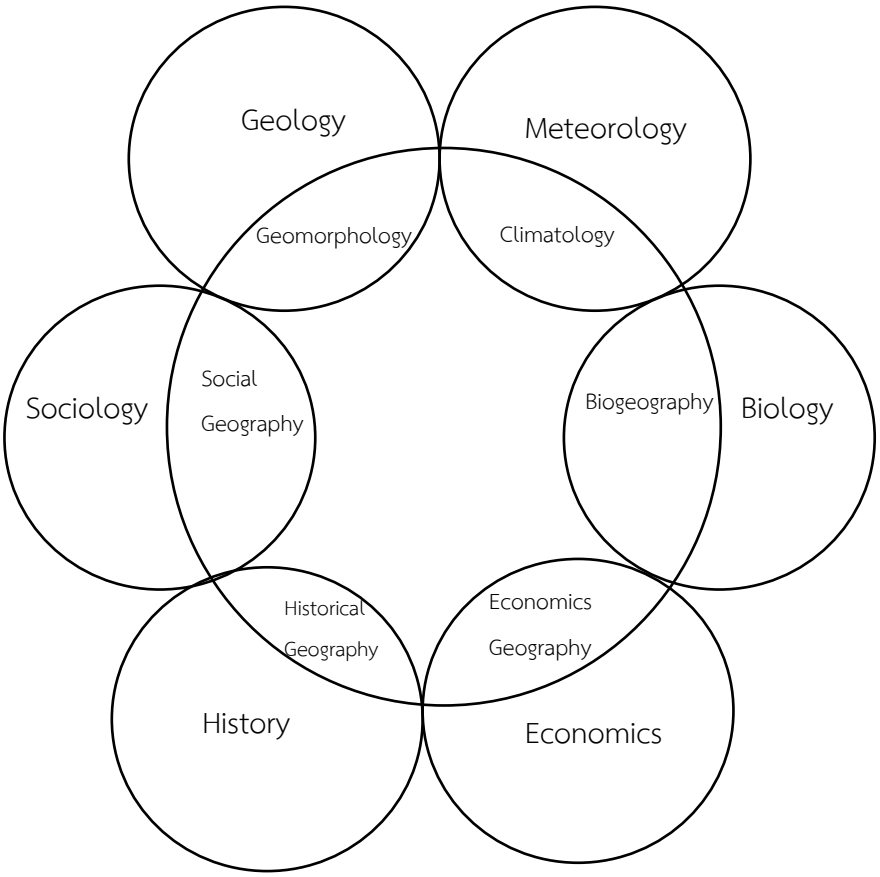
Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลก (Human-Earth Relationships) เป็นประเด็นการศึกษาที่นักภูมิศาสตร์ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเป็นประเด็นที่ใกล้ตัวมนุษย์มากที่สุด ลักษณะการศึกษาจะมุ่งหาความสัมพันธ์ระหว่าง เหตุ-ผล ของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งนักภูมิศาสตร์ได้พัฒนาแนวความคิด หรือมุมมองในการศึกษาระหว่างมนุษย์และโลกมาโดยตลอด เช่น แนวคิดนิยัตินิยมสิ่งแวดล้อม (Environmental Determinism) แนวคิดภาวะแวดล้อมอาจเป็นไปได้ (Environmental Possibilism) เป็นต้น เพื่อค้นหาแนวทางในการป้องกันและแก้ปัญหาหรือผลกระทบ ที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในพื้นที่

2. ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิศาสตร์กับศาสตร์อื่น ๆ

จากประเด็นความหมายของภูมิศาสตร์ที่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง เราจะพบว่าในแต่ละบริบทนั้น ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นล้วนมีความซับซ้อนในหลากหลายมิติ ทำให้การศึกษาทางภูมิศาสตร์จำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่น ๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างเช่น ปรากฏการณ์มหาอุทกภัย พ.ศ. 2554 ที่เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในประเทศไทย สร้างความเสียหายเป็นวงกว้าง หากทำการวิเคราะห์เหตุการณ์ครั้งนั้น จะพบว่า สาเหตุของปัญหาน้ำท่วมนั้นเกี่ยวข้องกับหลากหลายปัจจัย เช่น ปริมาณน้ำฝนสะสม อิทธิพลของพายุ การบริหารจัดการน้ำ สภาพการใช้ประโยชน์ที่ดิน เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันทั้งสิ้น เริ่มตั้งแต่การที่ประเทศไทยได้รับอิทธิพลจาก พายุโซนร้อนจำนวน 3 ลูก ได้แก่ นกเตน (Nock-Ten) ไห่ถาง (Haitang) และ เนสาด (Nesat) ในช่วงระหว่าง ปลายเดือนกรกฎาคม ถึงปลายเดือนกันยายน 2554 ทำให้ทั่วทุกภาคของประเทศไทยมีฝนตกชุกหนาแน่น และมีฝนตกหนักถึงหนักมากอย่างต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ (ศูนย์ภูมิอากาศ สำนักพัฒนาอุตุนิยมวิทยา, 2554: 1-4) เป็นเหตุให้ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทยมีปริมาณน้ำฝนสะสมค่อนข้างมาก ประกอบกับการบริหารจัดการน้ำและการระบายน้ำในลักษณะที่ฝืนสภาพทางภูมิศาสตร์คือ การพยายามผันน้ำออกสู่ทะเลโดยไม่ให้ผ่านพื้นที่ชั้นในของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของประเทศ ทำให้การระบายน้ำต้องใช้เวลาค่อนข้างนานและไม่สัมพันธ์กับปริมาณน้ำส่วนเกินภายในพื้นแผ่นดิน อีกทั้งสภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินของประเทศไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่รับน้ำให้กลายเป็น เขตที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม เมื่อมีปริมาณน้ำส่วนเกินในพื้นที่จึงทำให้ไม่มีพื้นที่รองรับน้ำส่งผลให้ปริมาณน้ำส่วนเกินเหล่านั้นกลายเป็นปัญหาอุกภัยในเขตเมืองในที่สุด

จากตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาทางภูมิศาสตร์ที่มุ่งหาคำตอบให้กับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ล้วนแล้วแต่มีความคาบเกี่ยวกับศาสตร์อื่น ๆ ทั้งสิ้น โดยนักภูมิศาสตร์ได้นิยามความสัมพันธ์หรือความคาบเกี่ยวระหว่างภูมิศาสตร์กับศาสตร์อื่น ๆ ไว้ดังนี้ คือ มีความสัมพันธ์กับชีววิทยา อุตุนิยมวิทยา ธรณีวิทยา สังคมวิทยา ประวัติศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์ (Holt-Jensen, A., 1999: 3)ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความคาบเกี่ยวระหว่างภูมิศาสตร์และศาสตร์อื่น ๆ
ที่มา: Fenneman, 1919 อ้างถึงใน Holt-Jensen, A., 1999

3. คำขวัญประจำจังหวัดกับอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์

ปัจจุบันจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 77 จังหวัด ต่างได้นำเสนออัตลักษณ์ทางพื้นที่ของจังหวัดผ่านการใช้คำขวัญประจำจังหวัด เป็นการสร้างความรับรู้ (Perception) ให้กับผู้คนทั่วไป ในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้กับคนในพื้นที่และเป็นการสร้างสำนึกรักท้องถิ่น เมื่อทำการพิจารณาลักษณะและรูปแบบการนำเสนอคำขวัญประจำจังหวัดของแต่ละจังหวัด (รวบรวมคำขวัญประจำจังหวัดจากเว็บไซต์สำนักงานจังหวัด เปรียบเทียบกับข้อมูลจากสำนักงานราชบัณฑิตยสภา) ผ่านอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ของลักษณะเด่นทางพื้นที่ตามลักษณะความคาบเกี่ยวระหว่างภูมิศาสตร์กับศาสตร์อื่น ๆ ตามแนวทางของ Holt-Jensen, A ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น เมื่อนำคำขวัญประจำจังหวัดของแต่ละจังหวัดมาทำการจำแนกข้อมูลอัตลักษณ์ทางพื้นที่ที่ได้นำเสนอ พบว่าคำขวัญประจำจังหวัดส่วนใหญ่ได้นำเสนอข้อมูลอัตลักษณ์ทางพื้นที่ ในลักษณะที่คล้ายคลึงกันทั้งสิ้น 7 กลุ่ม ได้แก่

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

1) ทำเลที่ตั้งของจังหวัด 2) หน้าที่หรือความสำคัญของจังหวัด 3) ลักษณะภูมิลักษณ์ของจังหวัด 4) สิ่งปลูกสร้าง หรือโบราณสถานของจังหวัด 5) วัฒนธรรมของจังหวัด 6) สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด 7) ประวัติศาสตร์ของจังหวัด

โดยเมื่อพิจารณาตามหมวดหมู่อัตลักษณ์ทางพื้นที่ที่ปรากฏอยู่ในคำขวัญของแต่ละจังหวัด พบว่ามีรูปแบบการนำเสนอดังนี้

3.1 ทำเลที่ตั้งของจังหวัด ด้วยลักษณะการนำเสนอข้อมูลผ่านคำขวัญที่มีข้อจำกัดด้านความกระชับของคำ ทำให้การนำเสนอข้อมูลทำเลที่ตั้งของจังหวัด จะเป็นไปในลักษณะของการบอกที่ตั้งสัมพันธ์ของจังหวัดว่าอยู่บริเวณใดของประเทศ โดยอาจจะอ้างอิงจากเรื่องของทิศทาง หรือความใกล้กับสถานที่สำคัญของประเทศ โดยเมื่อทำการจัดกลุ่มจังหวัดที่การนำเสนอคำขวัญในลักษณะนี้พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 10 จังหวัด

ตัวอย่างเช่น

นครนายก: เมืองในฝันที่ใกล้กรุง ภูเขางาม น้ำตกสวย...
ตราด: ...ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา
เชียงราย: เหนือสุดยอดในสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน...
บึงกาฬ: ...ประเพณีแข่งเรือ เหนือสุดแดนอีสาน...

3.2 หน้าที่หรือความสำคัญของจังหวัด ในกลุ่มของจังหวัดที่มีลักษณะเด่นหรือมีความสำคัญต่อการบริหารประเทศ เศรษฐกิจของประเทศ มักจะมีการนำเสนอความสำคัญหรือหน้าที่ของจังหวัดผ่านทางคำขวัญด้วยเช่นกัน โดยจังหวัดที่มีการนำเสนอคำขวัญในลักษณะนี้มีด้วยกันทั้งสิ้น 10 จังหวัด

ตัวอย่างเช่น

สมุทรปราการ: ...ปลาสลิด แห้งรสดี ประเพณีรับบัว ครบถ้วนทั่วอุตสาหกรรม
สมุทรสาคร: เมืองประมง ดงโรงงาน...
นนทบุรี: ...นามระบือ เลื่องลือทุเรียนนนท์ งามน่ายลศูนย์ราชการ
ปัตตานี: เมืองงามสามวัฒนธรรม ศูนย์ฮาลาลเลิศล้ำ...

3.3 ลักษณะภูมิลักษณ์ของจังหวัด เป็นการนำเสนอลักษณะเด่นทางพื้นที่ในเชิงกายภาพหรือสภาพแวดล้อมของจังหวัดนั้น ๆ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่มีความสำคัญมากแต่ละจังหวัดจะพยายามหยิบยกอัตลักษณ์ของสภาพพื้นที่มาใส่ไว้ในคำขวัญประจำจังหวัด เนื่องด้วยมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัด โดยภาพรวมพบว่า การนำเสนอลักษณะภูมิลักษณ์ในคำขวัญนั้นเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยมีจำนวนจังหวัดทั้งสิ้น 56 จังหวัดที่มีการนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้ เมื่อพิจารณาลักษณะภูมิลักษณ์ที่แตกต่างกันตามแต่ละสถานที่ จะสามารถจัดกลุ่มลักษณะภูมิลักษณ์ที่ถูกนำเสนอในคำขวัญได้ ดังนี้ 1) ป่าไม้ ภูเขา ถ้ำ 2) ทะเล 3) น้ำตก 4) แหล่งน้ำ ได้แก่ แม่น้ำ ทะเลสาบ บึง คลอง และ 5) แหล่งแร่ธรรมชาติ

กลุ่มป่าไม้ ภูเขา ถ้ำ ตัวอย่างเช่น

ตาก: ...พระเจ้าตากเกรียงไกร เมืองไม้และป่างาม

นครนายก: เมืองในฝันที่ใกล้กรุง ภูเขางาม...

บุรีรัมย์: เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ...

หนองบัวลำภู: ...เด่นสกาวถ้ำเอราวัณ นครเขื่อนขันธ์กาบแก้วบัวบาน

กลุ่มทะเล ตัวอย่างเช่น

ชลบุรี: ทะเลงาม ข้าวหลามอร่อย...

ชุมพร: ชมไร่กาแฟ แลหาดทรายรี ดีกล้วยเล็บมือ...

ตรัง: ...เด่นสง่าดอกสีตรัง ปะการังใต้ทะเล เสน่ห์หาดทรายงาม...

นราธิวาส: ...ชนรักศาสนา นราทัศน์เพลินตา ปาโจตรึงใจ...

กลุ่มน้ำตก ตัวอย่างเช่น

กาญจนบุรี: ...สะพานข้ามแม่น้ำแคว แหล่งแร่น้ำตก

จันทบุรี: น้ำตกลือเลื่อง เมืองผลไม้ พริกไทยพันธุ์ดี...

พัทลุง: เมืองหนังโนราห์ อู่นาข้าว พราวน้ำตก แหล่งนกน้ำ

สระแก้ว: ชายแดนเบื้องบูรพา ป่างามน้ำตกสวย

กลุ่มแหล่งน้ำ หรือแม่น้ำ ตัวอย่างเช่น

ฉะเชิงเทรา: แม่น้ำบางปะกงแหล่งชีวิต พระศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโสธร...

นครปฐม: ...พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า สวยงามตาแม่น้ำท่าจีน

นครสวรรค์: ...พักผ่อนบึงบอระเพ็ด ปลารสเด็ดปากน้ำโพ

พะเยา: กว๊านพะเยาแหล่งชีวิต ศักดิ์สิทธิ์พระเจ้าตนหลวง...

กลุ่มแหล่งแร่ธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น

กำแพงเพชร: ...เมืองคนแกร่ง ศิลาแลงใหญ่ กล้วยไข่หวาน น้ำมันลานกระบือ

นครราชสีมา: ...หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน

พังงา: แร่หมื่นล้าน บ้านกลางน้ำ ถ้ำงามตา...

อุตรดิตถ์: เหล็กน้ำพี้ลือเลื่อง เมืองลางสาดหวาน...

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

3.4 สิ่งปลูกสร้าง หรือโบราณสถานของจังหวัด เป็นเครื่องหมายทางวัตถุที่เกิดจากการสรรสร้างของมนุษย์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองในด้านต่าง ๆ ของแต่ละจังหวัด เช่น ศาสนา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เป็นต้น โดยสิ่งปลูกสร้างที่เป็นสถานที่สำคัญประจำจังหวัดที่ถูกหยิบยกขึ้นมาบรรจุไว้ในคำขวัญของแต่ละจังหวัด ส่วนใหญ่จะมีความสำคัญในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประจำจังหวัด สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของสิ่งปลูกสร้างที่สำคัญเหล่านี้ด้วย เมื่อพิจารณาจากคำขวัญประจำจังหวัดทั้งหมดพบว่า กลุ่มจังหวัดที่หยิบยกสิ่งปลูกสร้างสำคัญขึ้นมานำเสนอในคำขวัญประจำจังหวัดมีทั้งสิ้น 33 จังหวัด

ตัวอย่างเช่น

กาญจนบุรี: มณีเมืองกาญจน์ สะพานข้ามแม่น้ำแคว แหล่งแร่น้ำตก...

ชัยนาท: หลวงปู่ศุขลือชา เขื่อนเจ้าพระยาลือชื่อ...

แม่ฮ่องสอน: หมอกสามฤดู กองมูเสียดฟ้า ป่าเขียวขจี...

สกลนคร: พระธาตุเชิงชุมคู่บ้าน พระตำหนักภูพานคู่เมือง

3.5 วัฒนธรรมของจังหวัด นอกจากประเด็นด้านลักษณะกายภาพและสิ่งปลูกสร้างประจำจังหวัดที่แตกต่างกันออกไปจนถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นจุดเด่นประจำจังหวัดแล้ว ประเด็นด้านวัฒนธรรมประจำจังหวัดก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ประจำจังหวัดได้ เป็นสิ่งแวดล้อมประจำถิ่นที่คนในพื้นที่สร้างขึ้น (ลักษณะเป็นนามธรรม) โดยถูกนำเสนอออกมาในรูปของ วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล และความศรัทธาในศาสนา เป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้นภายในจังหวัด ซึ่งกลุ่มจังหวัดที่มีการนำเสนอวัฒนธรรมประจำจังหวัดไว้ในคำขวัญประจำจังหวัดมีจำนวนทั้งสิ้น 49 จังหวัด

ตัวอย่างเช่น

นครสวรรค์: เมืองสี่แคว แห่มังกร พักผ่อนบึงบอระเพ็ด...

ปัตตานี: เมืองงามสามวัฒนธรรม ศูนย์ฮาลาลเลิศล้ำ ชนน้อมนำศรัทธา...

พิจิตร: ... แข่งเรือยาวประเพณี พระเครื่องดีหลวงพ่อเงิน เพลิดเพลินบึงสีไฟ...

สมุทรปราการ: ...สงกรานต์พระประแดง ปลาสลิด แห้งรสดี ประเพณีรับบัว...

3.6 สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด เป็นการนำเสนอสินค้าที่เป็นภาพตัวแทนของจังหวัด ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดและมักจะถูกนิยามให้เป็นสินค้าของฝากประจำจังหวัดด้วย โดยลักษณะของสินค้าขึ้นชื่อของแต่ละจังหวัด สามารถแบ่งประเภทได้เป็น สินค้าเกษตร สินค้าแปรรูปที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ เมื่อพิจารณาจากคำขวัญประจำจังหวัดพบว่า กลุ่มจังหวัดที่มีการนำเสนอสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดลงไปในคำขวัญประจำจังหวัดมีจำนวนทั้งสิ้น 51 จังหวัดซึ่งมากเป็นลำดับที่สอง รองจากการนำเสนอลักษณะภูมิลักษณ์ของจังหวัด

ตัวอย่างเช่น

ขอนแก่น: ...ศูนย์รวมผ้าไหม ร่วมใจผูกเสี่ยว เที่ยวขอนแก่นนครใหญ่...
ตรัง: ...หมูย่างเลิศรส ถิ่นกำเนิดยางพารา เด่นสง่าดอกสีตรัง...
เพชรบุรี: เขาวังคู่บ้าน ขนมหวาน เมืองพระ เลิศล้ำศิลปะ...
ราชบุรี: เมืองโอ่งมังกร วัดขนอนหนังใหญ่ ตื่นใจถ้ำงาม...

3.7 ประวัติศาสตร์ของจังหวัด นอกจากปัจจัยที่สามารถสัมผัสได้ในความเป็นปัจจุบัน เมื่อมองในมิติของเวลา เช่น ลักษณะภูมิลักษณ์ วัฒนธรรม สินค้า แต่ในขณะเดียวกันพื้นที่ของแต่ละจังหวัดนั้น ต่างก็มีการทับซ้อนมิติเวลาอยู่ด้วยเช่นกัน คือ กรณีการเกิดเหตุการณ์สำคัญ ๆ ของประเทศขึ้นในอดีต ดังนั้นประเด็นทางด้านประวัติศาสตร์จึงถูกหยิบขึ้นมานำเสนอให้ผู้คนได้รับรู้เป็นวงกว้าง โดยจังหวัดที่มีเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์มักจะหยิบยกเหตุการณ์ สถานการณ์นั้น ๆ ขึ้นมานำเสนอไว้ในคำขวัญประจำจังหวัดด้วย นับเป็นการสร้างความสำคัญให้กับจังหวัดอีกวิธีการหนึ่ง เมื่อพิจารณาจากคำขวัญประจำจังหวัด พบว่ามีจังหวัดที่นำเสนอเรื่องประวัติศาสตร์ของจังหวัดทั้งสิ้น 31 จังหวัด

ตัวอย่างเช่น

สุพรรณบุรี: เมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพระเครื่อง...
ตราด: ...ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา
พิษณุโลก: พระพุทธชินราชงามเลิศ ถิ่นกำเนิดพระนเรศวร...
พระนครศรีอยุธยา: ราชธานีเก่า อู่ข้าวอู่น้ำ เลิศล้ำกานกวี คนดีศรีอยุธยา...

จากตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 7 กลุ่ม ผ่านคำขวัญประจำจังหวัด พบว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างการรับรู้เชิงพื้นที่ (Spatial Perception) หรือการผลิตสร้างความหมายให้กับพื้นที่ (Production of Space) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างภาพตัวแทนของพื้นที่ (Representations of Space) 2) ใช้ปฏิบัติการทางพื้นที่ (Spatial Practice) 3) เมื่อภาพตัวแทนของพื้นที่ผสานร่วมกันกับปฏิบัติการทางพื้นที่จะนำไปสู่พื้นที่ที่เป็นตัวแทน (Representational Space) (นราธร สายเส็ง, 2560 : 628) แต่ยังอยู่เพียงขั้นตอนที่ 1 การสร้างภาพตัวแทนของพื้นที่เพียงเท่านั้น

4. คำขวัญประจำจังหวัดกับมุมมองทางภูมิศาสตร์

เมื่อทำการพิจารณากลุ่มของคำขวัญประจำจังหวัดข้างต้น โดยใช้มุมมองทางภูมิศาสตร์ในบริบทการศึกษาภูมิศาสตร์สมัยใหม่ จะเห็นได้ว่าการนำเสนอข้อมูลอัตลักษณ์ของจังหวัดต่าง ๆ นั้นมีความสอดคล้องกับมุมมองทางภูมิศาสตร์ใน ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ทำเลที่ตั้ง (Location) 2) สถานที่ (Place) 3) ภูมิภาค (Region) และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลก (Human-Earth Relationships) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

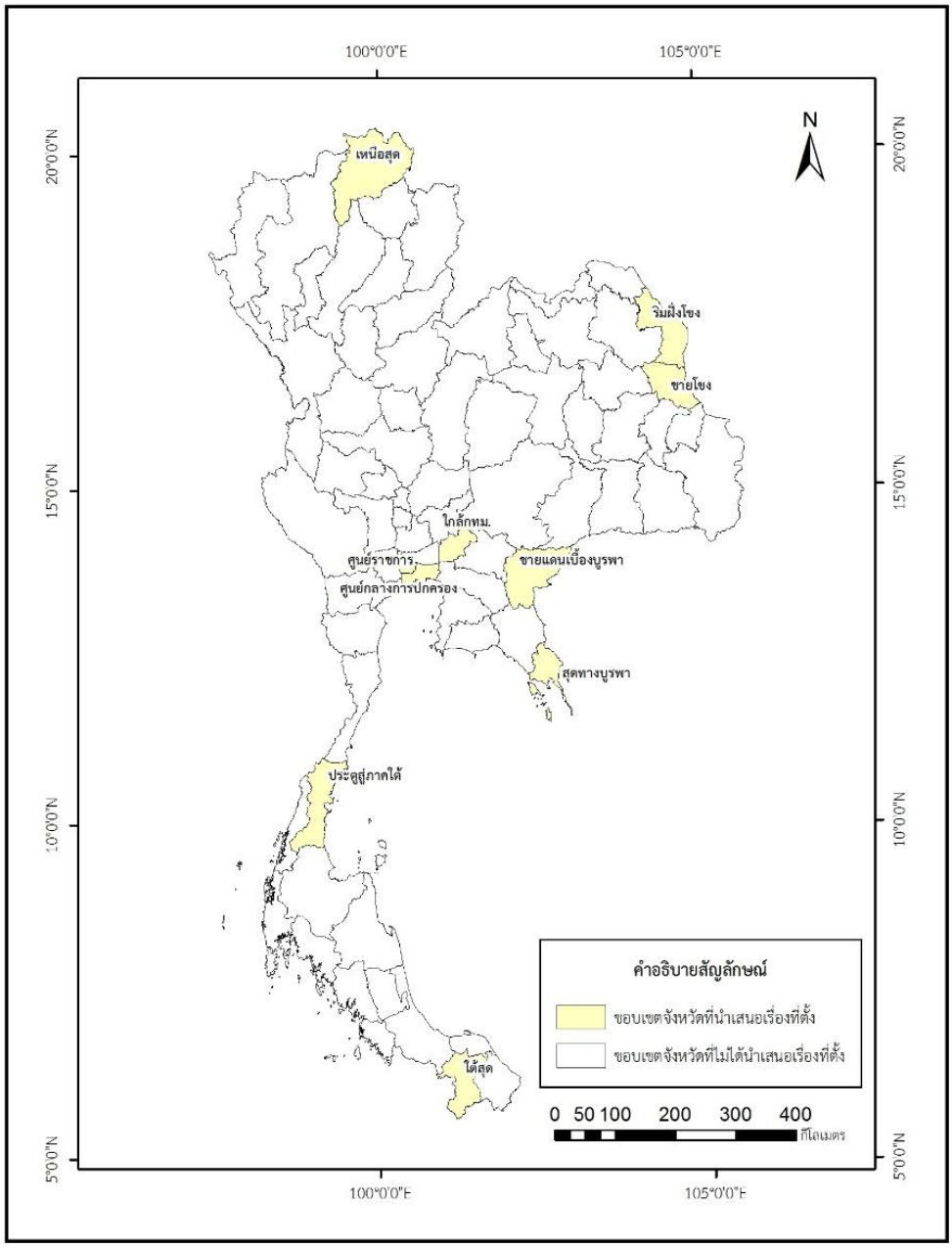
Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431

4.1 ทำเลที่ตั้ง เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งของจังหวัด โดยใช้วิธีการนำเสนอในลักษณะที่ตั้งสัมพันธ์ (Relative Location) ซึ่งมีการใช้ “กรุงเทพมหานคร” เป็นจุดอ้างอิงทิศทางและที่ตั้ง เนื่องจากเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นจุดศูนย์กลางของบริหาร การปกครอง เป็นที่รับรู้โดยสากลของคนทั้งประเทศรวมทั้งคนจากต่างประเทศด้วย ดังภาพที่ 2

4.2 สถานที่ เป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ (ภูเขา แม่น้ำ ป่าไม้ แร่ธาตุ ทรัพยากร เป็นต้น) บริบทหรือหน้าที่ของจังหวัด (การเป็นเมืองอุตสาหกรรม การเป็นศูนย์ราชการ การเป็นแหล่งวัฒนธรรม เป็นต้น) นอกจากนี้ประเด็นด้านสิ่งปลูกสร้างที่สำคัญในจังหวัด (พระราชวัง แหล่งโบราณสถาน วัด อาคารบ้านเรือน เป็นต้น) ก็มักจะถูกนำเสนอออกมาในมิติด้านสถานที่ เนื่องจากเป็นสิ่งปลูกสร้างที่สร้างขึ้นบนพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ อย่างถาวร (เป็นปรากการณ์เชิงพื้นที่) ไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปยังสถานที่อื่นได้ ซึ่งลักษณะอัตลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นลักษณะเด่นทางพื้นที่ ที่จังหวัดอื่นไม่สามารถสร้างขึ้นมาทดแทนได้

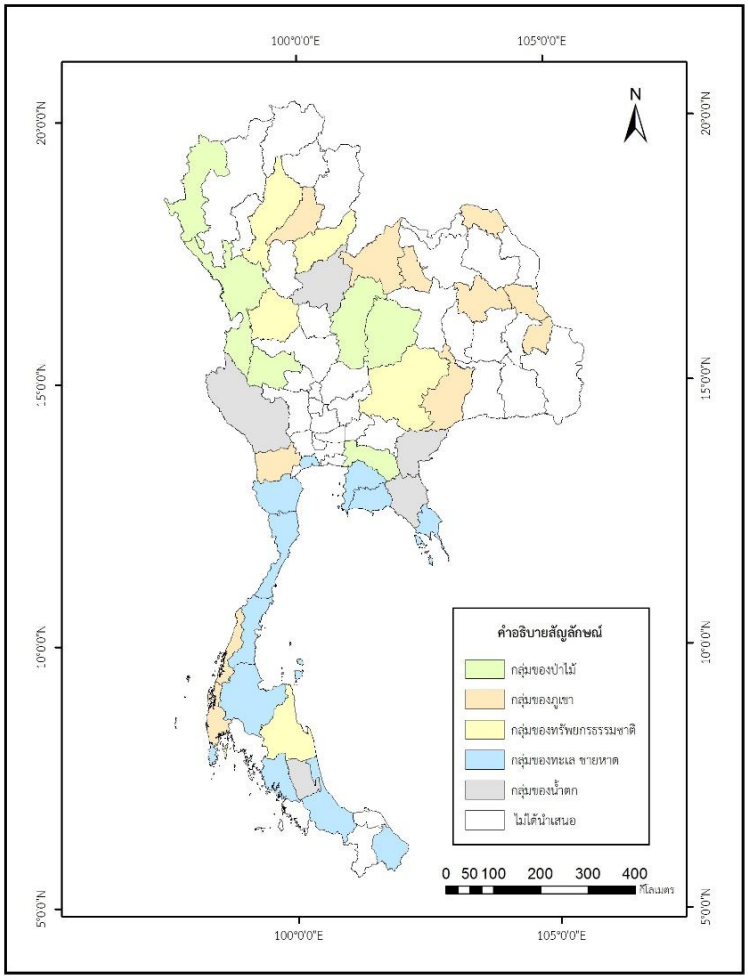
4.3 ภูมิภาค เป็นการวิเคราะห์หรือจัดกลุ่มสมาชิกที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านต่าง ๆ ในการศึกษาทางภูมิศาสตร์นั้นมีการศึกษาเชิงภูมิภาคมาอย่างยาวนาน เช่น การศึกษาภูมิภาคทางกายภาพ การศึกษาภูมิภาคทางเศรษฐกิจ การศึกษาภูมิภาคทางวัฒนธรรม เป็นต้น โดยทั่วไปการกำหนดขอบเขตภูมิภาคนั้น จะแบ่งเขตภูมิภาคโดยเส้นสมมติ โดยจัดกลุ่มของความเหมือน ความคล้ายคลึงทางพื้นที่ เช่น ภูมิภาคที่มีสภาพอากาศอบอุ่น ภูมิภาคที่มีลักษณะทางกายภาพเป็นชายหาด ภูมิภาคที่มีชาวพุทธอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น เป็นต้น ในการพิจารณาความเป็นภูมิภาคจากคำขวัญประจำจังหวัด พบว่า ขอบเขตของจังหวัดเป็นขอบเขตการปกครองที่มีการขีดแบ่งโดยไม่ได้คำนึงถึงความเหมือนหรือความคล้ายคลึงเชิงพื้นที่ ดังนั้นเมื่อทำการแบ่งขอบเขตของจังหวัดออกจากกันแล้ว ลักษณะทางกายภาพ ชีวภาพ และวัฒนธรรมของพื้นที่จึงถูกขีดแบ่งส่วนไปด้วยโดยปริยาย ต่อมาเมื่อแต่ละจังหวัดได้นำเสนออัตลักษณ์หรือลักษณะเด่นประเภทต่าง ๆ ของจังหวัดตนเองผ่านคำขวัญประจำจังหวัด เราจะพบว่ามีหลากหลายจังหวัดที่ได้นำเสนอสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเหมือน ๆ กัน ซึ่งหากเราทำการขีดเส้นรวบรวมพื้นที่จังหวัดที่มีการนำเสนอสิ่งที่คล้ายคลึงกัน ก็จะเป็นการสร้างขอบเขตทางด้านภูมิภาคขึ้นมาใหม่นั่นเอง ดังภาพที่ 3

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลก เป็นประเด็นสำคัญที่สามารถเชื่อมโยงให้เห็นถึงลักษณะของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และทรัพยากรในพื้นที่ โดยทั่วไปแต่ละจังหวัดจะนำเสนอสินค้าประจำจังหวัดของตนเองให้เป็นที่รู้จักของสังคมเป็นวงกว้าง ทั้งสินค้าประเภทอาหาร ผลไม้ หรือสินค้าประเภทเครื่องใช้ เช่น ผ้าไหม ผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องประดับ สินค้าเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ถูกผลิตขึ้นมาโดยอาศัยวัตถุดิบจากภายในพื้นที่ผ่านกระบวนการคิด ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ทั้งสิ้น ดังนั้นสินค้าประจำจังหวัดที่ถูกหยิบยกขึ้นมานำเสนอผ่านทางคำขวัญประจำจังหวัดจึงเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และโลกได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 2 แผนที่กลุ่มจังหวัดที่มีการนำเสนอข้อมูลที่ตั้งผ่านคำขวัญประจำจังหวัด

Veridian E-Journal, Silpakorn University
ISSN 1906 - 3431



ภาพที่ 3 แผนที่กลุ่มภูมิภาคจำแนกตามลักษณะกายภาพ ผ่านการนำเสนอในคำขวัญประจำจังหวัด

4. บทสรุป

การนำเสนอข้อมูลเชิงพื้นที่ ผ่านทางคำขวัญประจำจังหวัดเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมและสามารถสร้างความรับรู้ ความเข้าใจให้กับคนต่างพื้นที่ได้ ซึ่งเมื่อพิจารณาวิธีการนำเสนอข้อมูลเชิงพื้นที่ดังกล่าว จะพบว่ามีลักษณะที่สอดคล้องกับมุมมองทางภูมิศาสตร์สมัยใหม่ คือ การมองในเรื่องปรากฏการณ์เชิงพื้นที่ ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ รวมทั้งการสร้างภูมิภาคแห่งความคล้ายคลึงในด้านต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่ ซึ่งเมื่อเราสามารถพิจารณาข้อมูลเชิงพื้นที่ในแต่ละภูมิภาค ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนา การบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ได้ดีขึ้น เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ได้มุ่งแบบแยกส่วนเป็นรายจังหวัด การอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาของแต่ละภูมิภาค รวมทั้งการบริหารจัดการทรัพยากรประจำถิ่นด้วยเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กมลา บัวศรีคำ. (2551). “การศึกษาพัฒนาการคำขวัญประจำจังหวัดในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นราธร สายเส็ง. (2560). “การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านมุมมองเชิงภูมิศาสตร์ กรณีศึกษา นิสิตสาขาวิชาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.” **Veridian E-Journal, Silpakorn University** 10, 1 (มกราคม – เมษายน): 620-634

นราธร สายเส็ง. (2560). “ธรรมชาติกับมุมมองเชิงพื้นที่.” **Veridian E-Journal, Silpakorn University** 10,1 (มกราคม – เมษายน): 635-646.

พวงเพชร์ ธนสิน. (2555). “ภูมิศาสตร์กายภาพแนวบูรณาการ.” เอกสารประกอบคำสอนกระบวนวิชาภูมิศาสตร์กายภาพ ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศูนย์ภูมิอากาศ สำนักพัฒนาอุตุนิยมวิทยา. (2554). “ปริมาณฝนและอุทกภัย 2554.” **วารสารอุตุนิยมวิทยา** 11,3 (กันยายน – ธันวาคม): 1-4.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2558). **คำขวัญประจำจังหวัดและต้นไม้ประจำจังหวัด.** เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม 2560.เข้าถึงได้จาก http://www.royin.go.th/?knowledges=%E0%B8%84%E0%B8%B3%E0%B8%82%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%95

Holt-Jensen, Arild. (1999). **Geography History and Concepts A Student’s Guide.** 3rd ed. Trowbridge: Cromwell Press.