

การวิเคราะห์วาทกรรมในคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา:
ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

A DISCOURSE ANALYSIS OF AYUTTHAYA PROVINCE'S SLOGAN:
REFLECTIONS OF LOCAL IDENTITY

พระครูใบฎีกาประเทือง กนตจาโร, พระมหาประทวน ธมมรักษิโต

Phrakrubaidika Prathueang Kantajaro, Phramaha Pratuan Dhammarakkhito

วัดหันตรา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Wat Hantra, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

Corresponding Author E-mail: prathueangmisomdet.24@gmail.com

Received August 1, 2022

Received October 12, 2022

Accepted November 20, 2022

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมในคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อสะท้อนภาพอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัด ผ่านการวิเคราะห์เชิงคุณภาพตามแนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ โดยใช้ข้อมูลคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ประกาศใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 จนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า คำขวัญแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดในฐานะเมืองหลวงอันรุ่งเรืองในอดีต โดยเน้นย้ำความสำคัญของโบราณสถานและเหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์วัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับพระมหากษัตริย์ในอดีต รวมถึงการเป็นแหล่งผลิตอาหารและสินค้าหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อของไทย คำขวัญเปรียบเสมือนเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และต่อยอดอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาสู่สาธารณชน บทความนี้สะท้อนให้เห็นถึงการใช่วาทกรรมเพื่อธำรงอัตลักษณ์และสร้างการจดจำให้แก่ท้องถิ่น

คำสำคัญ: วาทกรรม, คำขวัญ, อัตลักษณ์ท้องถิ่น, พระนครศรีอยุธยา

Abstract

This article aims to analyze the discourse in Ayutthaya Province's slogans in order to reflect the local identity of the province through qualitative analysis based on critical discourse analysis approach. The study uses data from slogans used by Ayutthaya Province from 1965 until the present. The findings reveal that the slogans represent the province's historical identity as a prosperous former capital city by emphasizing the importance of ancient sites and key historical events. They also highlight cultural identities connected to past monarchs and the province's status as a famous production source for Thai food and handicrafts. The slogans serve as a tool to create a public image and reinforce Ayutthaya's unique identity. This article reflects the use of discursive language to maintain local identity and create a memorable impression of the province.

Keywords: Discourse, Slogan, Local Identity, Ayutthaya

บทนำ

คำขวัญประจำจังหวัดเป็นข้อความสั้นๆ ที่ใช้สื่อสารภาพลักษณ์ ศักยภาพ และอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละจังหวัด คำขวัญมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ จดจำ และดึงดูดความสนใจจากสาธารณชน โดยมักใช้ติดต่อกันเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อต่อยอดอัตลักษณ์และคุณลักษณะโดดเด่นของพื้นที่ ซึ่งมักสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศักยภาพทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น

การศึกษาคำขวัญผ่านกรอบแนวคิดเรื่องวาทกรรม (discourse) เป็นการพิจารณาการใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์ในการสร้างความหมายและสะท้อนแนวคิดค่านิยม และโลกทัศน์ที่แฝงอยู่ในภาษา การวิเคราะห์วาทกรรมจะพิจารณาอุดมการณ์ที่ถูกสร้างผ่านกระบวนการทางภาษา รวมถึงบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อรูปแบบและเนื้อหาของวาทกรรม (Fairclough, 2003) ดังนั้น การศึกษาคำขวัญในมุมมองของวาทกรรมจะช่วยให้เข้าใจอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการสร้างสรรค์

พระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ยาวนานและมีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเคยเป็นราชธานีของอาณาจักรอยุธยาถึง 417 ปี ภายหลังจากเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 เมืองอยุธยาก็ถูกทิ้งร้างอยู่นานกว่า 150 ปี ก่อนจะมีการบูรณะและพัฒนาจนกลายมาเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบัน ความเป็นราชธานีที่รุ่งเรืองยาวนานได้หล่อหลอมอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่แห่งนี้ อาทิ โบราณสถาน ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ศิลปะทัศนกรรม และอาหารท้องถิ่น ปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นอัตลักษณ์หลักของจังหวัดที่สะท้อนออกมาผ่านคำขวัญประจำจังหวัดด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ดี ยังขาดการศึกษาอย่างลึกซึ้งถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาผ่านการวิเคราะห์วาทกรรมในคำขวัญ งานวิจัยที่ผ่านมามักมุ่งศึกษาในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2539; ศรีศักร วัลลิโภดม, 2553) แต่ยังไม่ได้เชื่อมโยงประเด็นเหล่านี้กับการสร้างอัตลักษณ์จังหวัดหรือวิเคราะห์วาทกรรมที่แฝงอยู่มากนัก การศึกษาครั้งนี้จึงต้องการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยมุ่งวิเคราะห์วาทกรรมที่ปรากฏในคำขวัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในช่วงเวลาต่างๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 ถึงปัจจุบัน ว่าสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นในมิติใดบ้าง ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจแนวคิดและอุดมการณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านคำขวัญ ซึ่งถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพจำและต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างไร การศึกษานี้สะท้อนให้เห็นกลไกการทำงานของภาษาในบริบทของการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะการอ้างภาพลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ผูกพันกับความยิ่งใหญ่ในอดีตของพระนครศรีอยุธยา นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นความเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวของวาทกรรมเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันไป บทความนี้มีส่วนในการสร้างความเข้าใจต่อมิติทางวัฒนธรรมของ “พระนครศรีอยุธยา” ผ่านการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนถึงการใช้ภาษาในการนิยามตัวตนของเมืองหลวงโบราณแห่งนี้

อัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ในคำขวัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ.2508 จนถึงปัจจุบัน ล้วนมุ่งนำเสนออัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของเมืองในฐานะราชธานีเก่าแก่อันรุ่งโรจน์ เติบโตด้วยศิลปวัฒนธรรมอันล้ำค่า การวิเคราะห์วาทกรรมในคำขวัญแต่ละยุคสมัยพบการใช้วลีเด่นๆ ที่ต่อยอดภาพลักษณ์ความเป็นเมืองหลวงในอดีตที่มั่งคั่งสมบูรณ์และมีวรรณศิลป์เลื่องชื่อ

คำขวัญในปี พ.ศ.2508 ระบุว่า “พระนครศรีอยุธยา ราชธานีเก่า อู่ข้าวอู่น้ำ เลิศล้ำกานท์กวี คนดีศรีอยุธยา” ซึ่งเริ่มต้นด้วยการย้ำถึงสถานะทางประวัติศาสตร์ของอยุธยาในฐานะ “ราชธานีเก่า” อันทรงเกียรติ จากนั้นจึงชี้ให้เห็นความอุดมสมบูรณ์ของผืนแผ่นดินที่เป็น “อู่ข้าวอู่น้ำ” หล่อเลี้ยงผู้คนมาแต่โบราณ พร้อมทั้ง

ระบุว่าอยุธยาคือถิ่นกำเนิดของวรรณกรรมชั้นเยี่ยมและปูชนียบุคคลของชาติ คำขวัญนี้แสดงให้เห็นความพยายามในการสถาปนาอัตลักษณ์ของเมืองผ่านความสัมพันธ์กับอดีตอันรุ่งโรจน์ ทั้งในแง่ของความมั่งคั่ง การเป็นศูนย์กลางอำนาจ และความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม วาทกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการนิยามความหมายของพระนครศรีอยุธยาจากบทบาทในฐานะราชธานีสำคัญทางประวัติศาสตร์ของชาติ ที่ทั้งคุณูปการอันยิ่งใหญ่ไว้ให้คนรุ่นหลัง

การใช้ความเป็นราชธานีเก่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์มาทำความเข้าใจอยุธยายังคงปรากฏอยู่อย่างต่อเนื่องในคำขวัญรุ่นต่อมา ดังเช่นในปี พ.ศ.2520 ที่ระบุว่า “กรุงศรีอยุธยา ราชธานีเก่า เหล่าโบราณสถานงาม ความร่มรื่นชื่นฉ่ำ น้ำใจงามตาชาวกรุงเก่า กานท์แก่งลำลือระปือนาม” คำขวัญฉบับนี้ยังคงต่อยอดความเป็นเมืองหลวงเก่า แต่ให้ความสำคัญกับโบราณสถาน que แสดงถึงความยิ่งใหญ่ทางศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมในอดีตด้วยการใช้คำว่า “เหล่าโบราณสถานงาม” รวมถึงกล่าวถึงความร่มรื่นและน้ำใจของผู้คนที่ช่วยเสริมภาพลักษณ์บวกของบ้านเมือง นอกจากนี้ยังพูดถึงความรุ่งเรืองทางศิลปวรรณกรรมผ่านประโยควลี “กานท์แก่งลำลือระปือนาม” ซึ่งสอดคล้องกับคำขวัญฉบับแรก มีข้อสังเกตว่าในช่วงนี้เกิดกระแสการอนุรักษ์และการพัฒนาโบราณสถานของอยุธยาขึ้น (กรมศิลปากร, 2529) ทำให้มีการเน้นย้ำเรื่องราวของสถาปัตยกรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดมากขึ้นในคำขวัญ แต่ก็ยังใช้ความเป็นราชธานีในอดีตและวัฒนธรรมที่สืบทอดมาเป็นแกนหลักในการนิยามอัตลักษณ์ของเมืองเช่นเดิม

ต่อมาในปี พ.ศ.2531 คำขวัญของจังหวัดถูกปรับให้กระชับและจดจำง่ายขึ้น ความว่า “พระนครศรีอยุธยา ราชธานีเก่า อู่ข้าวอู่น้ำ เลิศล้ำกานท์กวี คนดีโอชา สามโบสถ์คู้บ้าน ถิ่นมั่นพระมหากษัตริย์ไทย” เนื้อความส่วนแรกคล้ายคลึงกับฉบับปี 2508 ที่เน้นการเป็นเมืองหลวงทางประวัติศาสตร์ แหล่งผลิตอาหารสำคัญ และถิ่นกำเนิดวรรณกรรมเอกของประเทศ การเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจคือการใช้วลี “สามโบสถ์คู้บ้าน ถิ่นมั่นพระมหากษัตริย์ไทย” เพื่อระบุภาพวาดบนผนังของโบสถ์ 3 แห่งที่เกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์สมัยอยุธยา (สำนักโบราณคดี, 2538) ทำให้คำขวัญฉบับนี้แสดงความสำคัญของสถานที่ประวัติศาสตร์เฉพาะแห่ง และต่อยอดความเป็น “ถิ่นมั่นพระมหากษัตริย์” อันสะท้อนความคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกษัตริย์กับความเจริญรุ่งเรืองของบ้านเมืองอย่างไม่อาจแยกจากกันได้ ในขณะที่ยังคงอิงอยู่กับอัตลักษณ์หลักของอยุธยาในฐานะเมืองหลวงทางประวัติศาสตร์เช่นเดียวกับคำขวัญฉบับก่อนหน้า

เมื่อพิจารณาคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในปัจจุบัน (พ.ศ.2565) ซึ่งเปลี่ยนมาเป็น “ราชธานีเก่า เล่าขานตำนานกษัตริย์ ปราสาทนางพญา ศาลหลักเมือง มหาพรหมราชานุสรณ์ ลือชื่อลายกระจกสินค้าหัตถกรรม” จะเห็นได้ว่ายังคงแนวคิดหลักเรื่องความเป็นราชธานีเก่าและเน้นความเป็นถิ่นฐานของพระมหากษัตริย์มาโดยตลอด เพียงแต่เน้นความสำคัญของสถานที่และโบราณวัตถุเฉพาะแห่งมากขึ้น เช่น ปราสาทนครหลวง ศาลหลักเมือง และมหาพรหมราชานุสรณ์ ซึ่งล้วนสัมพันธ์กับเหตุการณ์และบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์สมัยอยุธยา ในขณะเดียวกันก็เพิ่มมิติเรื่องศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของอยุธยา โดยเฉพาะ “ลายกระจก” เข้ามาในคำขวัญ แสดงให้เห็นการต่อยอดอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ด้วยภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นผลพวงจากความเจริญในอดีต คำขวัญฉบับนี้จึงพยายามเชื่อมโยงอดีต ปัจจุบัน และทุนทางวัฒนธรรมของอยุธยาเข้าด้วยกัน

จากการวิเคราะห์วาทกรรมในคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในช่วงเวลาต่างๆ พบว่า ทุกคำขวัญมุ่งสร้างและผลิตซ้ำอัตลักษณ์ของจังหวัดผ่านการเป็น “ราชธานีเก่า” ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและเกี่ยวเนื่องกับพระมหากษัตริย์ โดยใช้การอ้างอิงถึงสถานที่ บุคคล และเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เฉพาะแห่งควบคู่ไปกับการเน้นย้ำความมั่งคั่งและความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมในอดีต เพื่อต่อยอดความโดดเด่นทางอัตลักษณ์ของจังหวัดในฐานะเมืองหลวงโบราณ การอ้างอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ผ่านคำขวัญเป็น

วิธีการหลอมรวมความหลากหลายในพื้นที่ให้ร้อยเรียงอยู่ภายใต้ตัวตนร่วมคือ “คนอยุธยา” ที่สืบทอดคุณค่าทางประวัติศาสตร์เฉพาะของบ้านเมือง ซึ่งไม่ว่าจะผันแปรไปตามกาลเวลาเพียงใด แต่แก่นของอัตลักษณ์ที่มีรากฐานมาจากการเป็นดินแดนแห่งพระมหากษัตริย์ผู้ยิ่งใหญ่ในอดีตก็ยังคงไม่สูญหายไปจากคำขวัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแต่อย่างใด

อัตลักษณ์ด้านความเป็นอยู่ข้าวอุ่นน้ำของพระนครศรีอยุธยา

การใช้วลี “อยู่ข้าวอุ่นน้ำ” ในคำขวัญปรากฏขึ้นครั้งแรกในฉบับปี พ.ศ.2508 และยังคงถูกใช้อย่างต่อเนื่องในคำขวัญฉบับถัดมาในปี พ.ศ.2531 การเลือกใช้สำนวนนี้แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ทางกายภาพและการตั้งถิ่นฐานของผู้คนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผูกพันอย่างแนบแน่นกับการทำนาและการเพาะปลูกในที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาอันอุดมสมบูรณ์ การเป็นอยู่ข้าวอุ่นน้ำไม่ใช่แค่การบ่งบอกลักษณะทางกายภาพหรือระบบนิเวศของพื้นที่เท่านั้น แต่ยังสะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรมการผลิตและการบริโภคอาหารของผู้คนที่หยั่งรากลึกในท้องถิ่นแห่งนี้

หากพิจารณาอย่างถี่ถ้วน จะเห็นได้ว่า การระบุว่าอยุธยาคือ “อยู่ข้าวอุ่นน้ำ” ในคำขวัญนั้นมีนัยยะที่ลึกซึ้งกว่าแค่การบอกความอุดมสมบูรณ์ของแผ่นดิน แต่ยังเป็นการโยงย้อนไปถึงฐานรากทางประวัติศาสตร์ของชุมชน โดยการผลิตอาหารที่เกินกว่าจะบริโภคในท้องถิ่นเองได้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อยุธยากลายเป็นเมืองท่าการค้าและศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญ การส่งออกข้าวและอาหารไปยังดินแดนต่างๆ นำมาซึ่งความรุ่งเรืองของเมืองหลวงแห่งนี้ ในขณะเดียวกัน ความเป็น “อยู่” หรือแหล่งสะสมอาหารมหาศาล ก็สัมพันธ์กับการเป็นเมืองหลวง เนื่องจากต้องมีทรัพยากรมากพอที่จะเลี้ยงดูประชากรในเมืองและข้าราชการ รวมถึงใช้ในพระราชพิธีต่างๆ ดังนั้น วาทกรรมที่ว่าอยุธยาเป็นอยู่ข้าวอุ่นน้ำจึงไม่เพียงแต่สะท้อนระบบนิเวศและความมั่งคั่งทางทรัพยากรธรรมชาติ แต่ยังเป็นปัจจัยพื้นฐานที่คำจูนสถานะของอยุธยาในฐานะราชธานีที่มีความมั่นคงทางอาหารอย่างยั่งยืน

อาจกล่าวได้ว่า ในขณะที่คำว่า “ราชธานีเก่า” นิยามอัตลักษณ์ของพระนครศรีอยุธยาจากสถานะทางการเมืองและประวัติศาสตร์ แต่คำว่า “อยู่ข้าวอุ่นน้ำ” นิยามอัตลักษณ์ของเมืองนี้จากความสัมพันธ์อันยาวนานระหว่างผู้คนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การผสมผสานอัตลักษณ์ทั้งสองส่วนเข้าด้วยกันอาจสะท้อนแนวคิดที่ว่าอำนาจและความชอบธรรมของการเป็นศูนย์กลางทางการเมืองนั้นต้องมีพื้นฐานมาจากความมั่นคงทางอาหารและการหล่อเลี้ยงดูบำรุงผู้คน ไม่ใช่เพียงแค่การมีทหารหรืออาณาเขตกว้างขวางเท่านั้น การผลิตซ้ำภาพอยุธยาในฐานะอยู่ข้าวอุ่นน้ำจึงมีนัยยะเชิงอุดมการณ์ในเรื่องการปกครองคุ้มครองผู้คนให้ร่มเย็นเป็นสุขด้วย

แม้ในคำขวัญฉบับปัจจุบัน (พ.ศ.2565) จะไม่ปรากฏวลี “อยู่ข้าวอุ่นน้ำ” โดยตรง แต่ก็ยังคงมีการกล่าวถึง “สินค้าหัตถกรรม” ซึ่งเชื่อมโยงกับผลผลิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหาร ขนมหรือของใช้ในครัวเรือน การรวมองค์ประกอบนี้เข้ามาในคำขวัญปัจจุบันเปรียบเสมือนการสานต่อมรดกทางวัฒนธรรมด้านการผลิตและอาหารการกินที่สืบทอดจากอดีต แม้สัดส่วนของคนทำนาหรือพื้นที่การเกษตรจะลดลง แต่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านอาหารก็ยังคงหยั่งรากลึกอยู่ในวิถีชีวิตของคนพระนครศรีอยุธยา และถูกล้อมรวมเป็นส่วนหนึ่งของคำนิยามการเป็น “เมืองอยุธยา” ในความหมายใหม่ผ่านทางอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น

โดยสรุปแล้ว อัตลักษณ์ในฐานะ “อยู่ข้าวอุ่นน้ำ” ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ถูกนำเสนอผ่านคำขวัญในแต่ละช่วงเวลานั้น นอกจากจะเป็นการบอกเล่าลักษณะทางภูมิศาสตร์และภูมินิเวศแล้ว ยังสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ในฐานะราชธานีโบราณที่มีรากฐานทางทรัพยากรและวัฒนธรรมการผลิตที่มั่นคง การผนวกความหมายของการเป็นแหล่งอาหารและความมั่งคั่งทางธรรมชาติเข้าไว้ในคำขวัญนับเป็นกลวิธีทางวาท

กรรมอีกชั้นหนึ่งซึ่งช่วยต่อยอดความชอบธรรมของสถานะการเป็นศูนย์กลางอำนาจของอยุธยา ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมการกินอยู่และการส่งสมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ที่ยังคงผลิตออกนอกผลอยู่ในวิถีชีวิตของชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจนถึงปัจจุบัน

อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแต่ละยุคสมัย มีการนำเสนออัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาของท้องถิ่นอย่างโดดเด่น ซึ่งสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ของเมืองในฐานะศูนย์รวมของความเจริญทางวัฒนธรรมสมัยที่เป็นราชธานี การให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์เหล่านี้ปรากฏอยู่ในคำขวัญทุกฉบับ เพียงแต่มีการใช้ลีลาและการเน้นประเด็นที่แตกต่างกันไปตามแต่ละยุคสมัย

คำขวัญฉบับแรกที่ประกาศใช้เมื่อปี พ.ศ.2508 มีการใช้วลี “เลิศล้ำกานท์กวี” เพื่อแสดงถึงความเป็นเลิศทางด้านวรรณศิลป์ของจังหวัด โดยคำว่า “กานท์กวี” นั้นหมายถึงการกล่าวคำสวดหรือการประพันธ์โคลงกลอนสรรเสริญบุคคลหรือสถานที่สำคัญ ดังนั้น วลีนี้จึงระบุว่าพระนครศรีอยุธยามีบทประพันธ์ชั้นเลิศ มีกวีเอกหรือนักประพันธ์ที่มีความสามารถโดดเด่นเป็นที่ยอมรับ การเลือกนำเสนอความเป็นเลิศด้านวรรณคดีในคำขวัญ แสดงให้เห็นว่าชุมชนให้ความสำคัญกับศิลปะการใช้ภาษาและการสร้างสรรค์ผลงานทางปัญญาในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและทรงอิทธิพลต่อสังคม

วลีในลักษณะเดียวกันปรากฏอีกครั้งในคำขวัญฉบับปี พ.ศ.2520 ที่มีการระบุว่า “กานท์เก่งล้ำลือระบือนาม” ซึ่งยังคงเน้นย้ำความเป็นเลิศทางวรรณศิลป์ โดยใช้คำว่า “ล้ำลือระบือนาม” เพื่อแสดงถึงชื่อเสียงของนักประพันธ์ที่ก้องกังวานหรือเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม คำขวัญฉบับนี้ขยายขอบเขตของศิลปวัฒนธรรมที่นำเสนอให้ครอบคลุมมิติด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมด้วยการกล่าวถึง “เหล่าโบราณสถานงาม” ซึ่งรวมถึงโบราณสถานและแหล่งประวัติศาสตร์ต่างๆ ในพื้นที่ คำขวัญฉบับนี้จึงสะท้อนให้เห็นการจับคู่กันระหว่างศิลปะการใช้ภาษาที่เป็นนามธรรมกับศิลปะการสร้างสรรคทางรูปธรรม อันปรากฏเป็นร่องรอยวัฒนธรรมที่จับต้องได้ในพื้นที่

ต่อมา คำขวัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยาฉบับประกาศใช้เมื่อ พ.ศ.2531 เริ่มมีการเน้นความสำคัญของโบราณสถานและแหล่งประวัติศาสตร์เฉพาะแห่งมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบุถึง “สามโบสถ์คู่บ้าน” ซึ่งหมายถึงโบสถ์ 3 แห่ง คือ วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ชัยมงคล และวัดเชิงท่า ที่มีภาพจิตรกรรมฝาผนังเกี่ยวกับชีวประวัติของพระมหากษัตริย์สมัยอยุธยาที่มีชื่อเสียง คือ สมเด็จพระนารายณ์มหาราช สมเด็จพระเอกาทศรถ และสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง ตามลำดับ การเพิ่มเติมข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับโบราณสถานในคำขวัญเป็นผลมาจากนโยบายการท่องเที่ยวและการสนับสนุนให้ประชาชนเรียนรู้ประวัติศาสตร์ผ่านสถานที่จริงที่ชัดเจนขึ้นในช่วงนั้น

แนวโน้มการให้ความสำคัญกับมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมและสามารถเข้าชมได้ในเชิงการท่องเที่ยวนั้นยิ่งเด่นชัดมากขึ้นในคำขวัญปัจจุบัน (พ.ศ.2565) ที่ระบุถึง “ปราสาทนางพญา ศาลหลักเมืองมหาพรหมราชานุสรณ์” การเลือกกล่าวถึงสถานที่เหล่านี้เป็นการต่อยอดสถานะทางประวัติศาสตร์ผ่านการใช้พื้นที่จริงในฐานะหลักฐานและแหล่งเรียนรู้ ทั้งปราสาทนครหลวง ที่เชื่อว่าเป็นที่ประทับของพระมหาลีในรัชสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ศาลหลักเมือง ที่เป็นที่ประดิษฐานเสาหลักเมืองซึ่งถือเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวจังหวัดตั้งแต่โบราณ รวมถึงมหาพรหมราชานุสรณ์ อันเป็นสถานที่ระลึกถึงชัยชนะของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในศึกชนช้างกับพระมหาอุปราชาแห่งพม่า คำขวัญฉบับล่าสุดจึงเน้นการสร้างอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ผ่านสถานที่สัญลักษณ์อันโดดเด่นหรือเป็นที่จดจำของผู้คน โดยใช้การเล่าเรื่องผ่านพื้นที่เพื่อต่อยอดความสำคัญและความน่าสนใจของจังหวัด

นอกจากมิติทางกายภาพด้านศิลปะและประวัติศาสตร์แล้ว คำขวัญปัจจุบันได้รวมเอาอัตลักษณ์ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบุว่าพระนครศรีอยุธยา “ลือชื่อลายกระจกสินค้าหัตถกรรม” การนำเอกลักษณ์ด้านงานฝีมือและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมารวมอยู่ในคำขวัญแสดงให้เห็นการผสมรวมอัตลักษณ์ใหม่จากองค์ความรู้และทักษะที่สืบทอดกันมาเข้ากับภาพของความเป็นเมืองมรดกและวัฒนธรรม การกล่าวถึง “ลายกระจก” ซึ่งเป็นศิลปะการตกแต่งแก้วหรือกระจกด้วยลวดลายสีสังดงามนับเป็นการให้คุณค่ากับความประณีตบรรจงในงานหัตถศิลป์และการสร้างสรรค์ลายเส้นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นควบคู่ไปกับคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ส่วนคำว่า “สินค้าหัตถกรรม” ลือถึงความหลากหลายและความเข้มแข็งของวิถีการผลิตในท้องถิ่นที่ยังคงดำรงอยู่ จนสามารถต่อยอดเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับจังหวัด

การวิเคราะห์ว่าทกรรมจากคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทำให้เห็นว่า ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์ที่ถูกนำเสนอมาโดยตลอด ทั้งในมิติที่เป็นนามธรรมอย่างวรรณกรรมและมิติที่เป็นรูปธรรมอย่างโบราณสถาน งานช่าง หรือสิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณค่า การนำเสนออัตลักษณ์ด้านนี้อาจมีรายละเอียดแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับยุคสมัยและการให้ความสำคัญ แต่ก็ถือเป็นแกนกลางประการหนึ่งที่ยึดโยงความรู้สึกร่วมของชุมชนเอาไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฐานะมรดกที่ได้รับการถ่ายทอดจากอดีตและทำให้เกิดความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม ขณะเดียวกัน อัตลักษณ์เหล่านี้ก็ถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่อยู่เสมอ เพื่อสอดคล้องกับค่านิยมร่วมสมัยและตอบโจทยความต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ของจังหวัดสู่สาธารณะในปัจจุบัน

อัตลักษณ์ด้านคุณธรรม ความดีงาม และอุปนิสัยของชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการพิจารณาอัตลักษณ์ในมิติต่างๆ ผ่านการวิเคราะห์ว่าทกรรมจากคำขวัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผ่านมา อีกหนึ่งประเด็นที่น่าสนใจคือ การนำเสนอคุณลักษณะและอุปนิสัยของชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในเชิงบวก โดยมุ่งเน้นไปที่ความดีงาม คุณธรรม และน้ำใจไมตรีของผู้คน การสร้างภาพของคนท้องถิ่นที่มีความประพฤติดีนี้เป็นลักษณะร่วมที่พบได้ในคำขวัญหลายฉบับด้วยกัน

คำขวัญฉบับแรกที่ใช้ในปี พ.ศ.2508 ระบุไว้ชัดเจนว่า “คนดีศรีอยุธยา” แสดงให้เห็นการเชื่อมโยงคุณความดีของผู้คนกับศักดิ์ศรีหรือชื่อเสียงของเมือง ราวกับว่า คนดีเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในนิยามตัวตนของอยุธยาหรือในทางกลับกัน การเป็นชาวอยุธยาที่แท้จริงก็ต้องมีความเป็นคนดีเป็นพื้นฐาน นอกจากนี้ คำว่า “คนดี” ยังเป็นการให้ภาพรวมเชิงคุณธรรม โดยในระดับที่ลึกซึ้งอาจหมายถึงความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม มีศีลธรรม แม้แต่มีความจงรักภักดีต่อแผ่นดินด้วย จึงนับเป็นการกำหนดนิยามตัวตนของคนในชุมชนผ่านการทำความดี

มุมมองในเชิงบวกต่อคุณลักษณะของคนท้องถิ่นถูกสะท้อนอีกครั้งในคำขวัญฉบับ พ.ศ. 2520 โดยมีใจความว่า “น้ำใจงามตาชาวกรุงเก่า” โดยในที่นี่ได้เลือกใช้คำว่า “น้ำใจ” เพื่อเน้นอัธยาศัยไมตรี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นของคนในพื้นที่ ซึ่งสัมพันธ์กับวัฒนธรรมความสัมพันธ์แบบเครือญาติและระบบอุปถัมภ์ที่เคยเป็นเสาหลักของสังคมไทยมาแต่อดีต นอกจากนี้ การใช้คำขยายว่า “งามตา” ยังเป็นการชี้ให้เห็นว่า ความมีน้ำใจของคนที่นี่นั้นเป็นที่ประจักษ์ชัดแก่สายตา คือ ไม่ใช่แค่สิ่งที่พูดกันลอยๆ แต่เป็นการแสดงออกที่คนภายนอกสามารถสัมผัสได้จริงผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนในพื้นที่

คำขวัญฉบับ พ.ศ.2531 เพิ่มมิติของความหมายจากเดิม โดยใช้คำว่า “คนดีโอชา” แทนที่จะเป็น “คนดี” เฉยๆ การใช้คำว่าโอชาซึ่งหมายถึงความอรร่อยหรือความพึงพอใจนั้น เป็นการเปรียบเปรยถึงคุณค่าของผู้คนที่ไม่ใช่แค่การประพฤติดี แต่เป็นความดีที่น่าชื่นชมยินดี เสมือนอาหารการกิน หรือของหวานที่หารสชาติอัน

โอชา คำขวัญฉบับนี้จึงสื่อได้ว่า คนดีของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ใช่แค่คนที่ทำความดีอย่างจริงจัง แต่เป็นผู้ที่มีเสน่ห์ มีรสนิยมในการดำเนินชีวิต สามารถสร้างความสุขและความพึงพอใจให้แก่ผู้ที่ได้พบปะสัมผัส

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า การกล่าวถึงคุณลักษณะเชิงบวกของผู้คนที่อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นไม่ปรากฏในคำขวัญฉบับล่าสุด (พ.ศ.2565) ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทิศทางการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในปัจจุบัน ที่มุ่งเน้นไปที่คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และผลผลิตที่องถิ่นมากกว่าการยกย่องคุณธรรมหรือคุณลักษณะส่วนบุคคล ทั้งนี้อาจเพราะในโลกสมัยใหม่ที่ผู้คนมีวิถีชีวิตที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การนิยามตัวตนผ่านบุคลิกนิสัยจึงเริ่มมีข้อจำกัดและอาจไม่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ร่วมที่เป็นภาพใหญ่ของจังหวัดมากนัก

กระนั้นก็ดี แม้การนำเสนอคุณลักษณะเชิงคุณธรรมหรือความมีน้ำใจของคนอยุธยาจะไม่ได้ถูกระบุไว้ในคำขวัญล่าสุด แต่อาจกล่าวได้ว่าสิ่งนี้ยังคงฝังลึกอยู่ในอัตลักษณ์แกนกลางของการเป็นคนพื้นถิ่น สิ่งนี้อาจไม่ได้รับการกล่าวถึงออกมาตรงๆ แต่ก็ยังคงสะท้อนผ่านวิถีการใช้ชีวิต การปฏิสัมพันธ์ในชุมชน และการดำเนินกิจกรรมร่วมกันของผู้คนที่นั่น ซึ่งล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรักษาความเป็นอยู่ที่ดี การเกื้อกูลกัน และการธำรงรักษาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมที่ดั่งงามเอาไว้ในสังคม

จากการศึกษาวาทกรรมผ่านคำขวัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในช่วงเวลาต่างๆ ทำให้เห็นว่า การสร้างภาพตัวแทนของ “คนดี” หรือบุคคลที่มีคุณธรรมในท้องถิ่นนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการผลิตอัตลักษณ์ร่วมของชุมชน โดยอาศัยความเชื่อและค่านิยมดั้งเดิมที่ยกย่องผู้ที่มีความประพฤติดี มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีน้ำใจช่วยเหลือแบ่งปันกันในหมู่คณะ การเลือกใช้หรือไม่ใช้วาทกรรมดังกล่าวย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่เบื้องหลังก็ยังเผยให้เห็นความสำคัญของการธำรงรักษาคุณค่าที่ดีที่ได้รับการหล่อหลอมและสืบทอดกันมาในฐานะที่เป็นรากฐานทางอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เมื่อพิจารณาคำขวัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในแต่ละช่วงเวลา จะพบว่าคำขวัญหลายฉบับมีการนำเสนออัตลักษณ์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่ ทั้งในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อสร้างจุดขายที่โดดเด่นและสะท้อนศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวให้กับจังหวัด

หากพิจารณาคำขวัญฉบับปี พ.ศ.2520 ที่กล่าวถึง “เหล่าโบราณสถานงาม ความร่มรื่นชื่นฉ่ำ” จะเห็นได้ชัดเจนว่าคำขวัญฉบับนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยตรง โดยการเน้นย้ำสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่ ซึ่งมีความสวยงามในเชิงศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมโบราณ อย่างเช่น วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ชัยมงคล หรือพระราชวังโบราณ ที่ล้วนแล้วแต่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่สนใจในประวัติศาสตร์และโบราณสถาน นอกจากนี้ คำขวัญยังกล่าวถึงบรรยากาศที่ร่มรื่นชื่นฉ่ำ ซึ่งแสดงถึงความงดงามของธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพักผ่อนหย่อนใจ การนำเสนอจุดเด่นทั้งด้านประวัติศาสตร์และความร่มรื่นจึงเป็นการวาดภาพจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจอย่างครบถ้วน

ในคำขวัญฉบับปี พ.ศ.2531 มีการระบุชื่อของ “สามโบสถ์คู่บ้าน” ได้แก่ วัดพนัญเชิง วัดใหญ่ชัยมงคล และวัดเชิงท่า ที่ขึ้นชื่อในเรื่องจิตรกรรมฝาผนังอันทรงคุณค่าเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ในสมัยอยุธยา การเจาะจงชื่อของโบราณสถานสำคัญในคำขวัญนี้ เป็นการชี้เป้าให้นักท่องเที่ยวรู้ว่าควรไปเยี่ยมชมสถานที่ใดเป็นพิเศษ พร้อมทั้งให้ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ผูกพันกับภาพวาดภายในวัด ซึ่งเป็นการต่อยอดมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวให้กับจุดหมายหลักของจังหวัด

ส่วนคำขวัญฉบับล่าสุด (พ.ศ.2565) ที่ว่า “ราชธานีเก่า เล่าขานตำนานกษัตริย์ ปราสาทนวงพญา ศาลหลักเมือง มหาพรหมราชานุสรณ์ ลือชื่อลายกระจก สีน้าหัตถกรรม” ก็มีการระบุสถานที่เฉพาะทางประวัติศาสตร์อย่างปราสาทนครหลวง ศาลหลักเมือง และมหาพรหมราชานุสรณ์ เพื่อเชิญชวนให้ผู้คนเดินทางมาเรียนรู้เรื่องราวและตำนานที่เกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบเจาะลึกประวัติศาสตร์อย่างมีเป้าหมายชัดเจน ขณะเดียวกันคำขวัญนี้ก็ได้อ้างถึงสินค้าพื้นเมืองอย่างงานลายกระจกและหัตถกรรมอื่นๆ เป็นการชักชวนให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายใช้สอยสิ่งของที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วย ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นการวาดภาพของเมืองที่เต็มไปด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการเลือกซื้อของที่ระลึก ซึ่งจะตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแตกต่างกันไป

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดผ่านคำขวัญในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมา จึงมีส่วนสำคัญในการวางแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการชูจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เพื่อดึงดูดให้คนเดินทางเข้ามาสู่พื้นที่ ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นแล้ว ยังเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดออกไปด้วย อย่างไรก็ดี น่าสังเกตว่าการเน้นอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจะมุ่งไปที่มิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เป็นหลัก ในขณะที่ไม่ค่อยมีการพูดถึงอัตลักษณ์ในแง่ของความทันสมัยหรือความเป็นเมืองใหญ่มากนัก ทั้งนี้อาจเพราะต้องการเน้นจุดขายที่เป็นมรดกดั้งเดิมของท้องถิ่น ที่ไม่อาจหาสัมผัสได้จากที่อื่น และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างไปจากสิ่งที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน

โดยสรุปแล้ว การวิเคราะห์วาทกรรมจากคำขวัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในช่วงเวลาต่างๆ พบว่า มีแนวโน้มในการนำเสนออัตลักษณ์ที่เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ทั้งในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยการชูจุดเด่นอย่างโบราณสถาน เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ บรรยากาศที่ร่มรื่น รวมถึงสินค้าพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ การสร้างจุดขายเหล่านี้ผ่านคำขวัญไม่เพียงแต่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาสัมผัส แต่ยังเป็นการถ่ายทอดคุณค่าและความหมายทางอัตลักษณ์ของพื้นที่ออกไปสู่ภายนอก จนก่อเกิดเป็นภาพจำที่ฝังแน่นในความทรงจำของผู้คนที่มาเยือนได้อย่างยั่งยืน

สรุป

จากการศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมในคำขวัญประจำจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 จนถึงปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นการประกอบสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านมิติต่างๆ ทั้งอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ในฐานะราชธานีโบราณ อัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับพระมหากษัตริย์ในอดีต อัตลักษณ์ด้านความอุดมสมบูรณ์ของผืนแผ่นดินในนาม “อู่ข้าวอู่น้ำ” อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ด้านคุณธรรม ความดีงาม และความมีน้ำใจของผู้คน รวมถึงอัตลักษณ์ที่ส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

แม้ในแต่ละยุคสมัยจะมีการเลือกใช้สำนวนโวหารในคำขวัญที่แตกต่างกันไปบ้าง มีการให้ความสำคัญกับบางอัตลักษณ์มากกว่าอัตลักษณ์อื่นในบางช่วงเวลา แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์แกนกลางด้านประวัติศาสตร์ความเป็นเมืองหลวงเก่า และการเป็นถิ่นกำเนิดอารยธรรมอันรุ่งโรจน์ยังคงได้รับการผลิตซ้ำและต่อยอดอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่อัตลักษณ์ย่อยในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นแหล่งผลิตอาหาร แหล่งรวมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา หรือดินแดนที่มีผู้คนใจดีนั้น ก็ล้วนถูกเชื่อมโยงกลับเข้าสู่อัตลักษณ์หลักของความเป็นเมืองประวัติศาสตร์ ราวกับเป็นรากแก้วที่หล่อเลี้ยงให้ความเป็นอยุธยาดำรงอยู่ได้ในทุกยุคสมัย

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า คำขวัญจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเปรียบเสมือนกลไกทางวาทกรรมที่สำคัญในการนิยามความหมายของการเป็น “เมืองอยุธยา” ทั้งต่อคนในท้องถิ่นเอง และต่อสายตาของคนภายนอก ด้วยการคัดสรรเรื่องราวและสัญลักษณ์ที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมมานำเสนอ พร้อมกับตีความหมายและประกอบร้อยเรียงให้เข้ากับบริบทสังคมในแต่ละยุคสมัย การศึกษาวาทกรรมในคำขวัญจึงไม่เพียงแต่เผยให้เห็นการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของจังหวัดตามกาลเวลาเท่านั้น แต่ยังสะท้อนวิถีคิด ค่านิยม และปฏิสัมพันธ์ระหว่างอดีต-ปัจจุบันของผู้คนในท้องถิ่นที่มีต่อรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเองอีกด้วย ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการเข้าใจพลวัตของอัตลักษณ์ชุมชน วัฒนธรรม และการรับรู้ในตัวตนท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงในสังคม

เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2529). นโยบายอนุรักษ์และพัฒนาโบราณสถานอยุธยา. กรมศิลปากร.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2539). ปากไก่และใบเรือ: ว่าด้วยการศึกษาประวัติศาสตร์-วรรณกรรมต้นรัตนโกสินทร์. แพรวสำนักพิมพ์.
- ประชุมพงศาวดารฉบับหอสมุดแห่งชาติ เล่ม 1. (2507). พระนคร: องค์การค้าของคุรุสภา.
- พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม). (2542). กรมศิลปากร.
- พระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา ฉบับสมเด็จพระพนรัตน์ (แก้ว). (2542). กรมศิลปากร.
- พิเศษ เจียจันทร์พงษ์. (2530). ประวัติศาสตร์อยุธยา. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เรื่องของชาวกรุงเก่า. (2506). พระนคร: กรมศิลปากร.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2553). เล่าขานตำนานกรุงเก่า. มติชน.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2565). คำขวัญประจำจังหวัด. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก http://www.ayutthaya.go.th/au_slogan.htm.
- อยุธยา มรดกโลกอันล้ำค่า. (2534). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.