

บทที่ 4

วิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนเป็นสินค้าของวัฒนธรรมการชมบั้งไฟพญานาค

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงเป็นสินค้าของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาค ซึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงความหมายจากเดิมไปสู่มิติที่วัฒนธรรมเป็นสินค้าดังที่ได้กล่าวไปในบางส่วนของบทที่แล้ว ในบทนี้จึงจะเป็นการศึกษากระบวนการดังกล่าวโดยจะกล่าวถึงกระบวนการของการประกอบสร้างความหมายของพญานาคที่ได้นำเรื่องเล่าและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นต่างๆ มาใช้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว และกล่าวถึงกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ตลอดจนกระแสทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ที่เข้ามามีส่วนในการเปลี่ยนแปลง ในการวิเคราะห์กระบวนการดังกล่าวจะเป็นการนำเสนอเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ

- 1) เพื่อศึกษาการประกอบสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับพญานาคในแถบจังหวัดภาคอีสาน
- 2) เพื่อศึกษากระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมการชมบั้งไฟพญานาค
- 3) เพื่อศึกษากระบวนการที่กระแสโลกาภิวัตน์และระบบทุนนิยมเข้ามามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว

ในส่วนของบทนี้จึงเป็นการนำเสนอการศึกษาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้างต้น เพื่อนำไปสู่การอธิบายกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

การประกอบสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับพญานาค

จากการกล่าวถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาเรื่องพญานาคและบั้งไฟพญานาคในบทที่ 3 จะเห็นได้ว่าล้วนแต่เป็นการกล่าวถึงความคิด ความเชื่อ พิธีกรรม ตลอดจนวิถีชีวิตเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสะท้อนได้ว่าสิ่งเหล่านี้ถือเป็น “วัฒนธรรม” ของผู้คนในแถบลุ่มแม่น้ำโขง โดยวัฒนธรรมที่วันนี้ยังแสดงให้เห็นว่า “วัฒนธรรม” ไม่ได้เป็นเพียงแค่ความหมายที่ตายตัวหรือเป็นเรื่องอุดมคติอย่างเดียว แต่ทว่าวัฒนธรรมในที่นี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่มนุษย์คิดและสร้างขึ้นมาเพื่อสามารถตอบสนองการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันภายในสังคม โดยที่มีลักษณะเปลี่ยนแปลงอยู่โดยตลอด ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่

ช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจได้ว่าวัฒนธรรมนั้นไม่ได้แยกออกจากสังคมอย่างลอยๆ แต่วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับสังคมในลักษณะที่แยกขาดจากกันไม่ได้¹

ทั้งนี้เมื่อมองวัฒนธรรมในลักษณะเช่นนี้แล้ว วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงโดยสัมพันธ์กับโครงสร้างของสังคมอยู่ตลอดเวลา และวัฒนธรรมถือเป็นองค์ประกอบสำคัญซึ่งสามารถที่จะนำมาวิเคราะห์ในฐานะที่เป็นสิ่งซึ่งถูกประกอบสร้างขึ้นภายใต้วิถีความสัมพันธ์ของสังคม เพื่อที่จะสามารถทำความเข้าใจต่อสังคมหรือทำความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้นๆ ได้ โดยการกล่าวเช่นนี้ก็เพราะว่าลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่สมาชิกในสังคมมีอยู่ร่วมกัน เป็นสิ่งที่มาจากการสั่งสมเรียนรู้ทั้งในทางประเพณี พิธีกรรม รวมถึงเรื่องราวเศรษฐกิจโดยมีรูปแบบที่แต่ละสังคมมีอยู่อย่างแตกต่างหลากหลายหรือมีรูปแบบเฉพาะตัว ซึ่งอาจมีลักษณะแตกต่างกันกับความเป็นอันหนึ่งเดียวกันแบบวัฒนธรรมของชาติ(national culture)² ดังนั้นในการวิเคราะห์ต่อไปนี้จะเป็นการมองสังคมวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นตัวทำหน้าที่ในการสื่อความหมายต่อคนในสังคมเดียวกัน โดยผ่านกรณีศึกษาการประกอบสร้างความเข้าใจจากพิธีกรรมคติความเชื่อเรื่องนาคและพญานาคอันเป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นในแถบอีสาน และนำไปสู่การทำความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทปัจจุบัน

โดยการเปลี่ยนแปลงในบริบทปัจจุบันที่จะกล่าวถึงในที่นี้ ก็คือ การเปลี่ยนแปลงอันมีผลกระทบมาจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมซึ่งมีพัฒนาการมาสู่การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต จนทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างรวมถึงวัฒนธรรมและประเพณีสามารถเปลี่ยนเป็น“สินค้า” ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นโดยการประกอบสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของวัฒนธรรม ที่นำไปสู่การแพร่กระจายความหมายของคติความเชื่อสู่สังคมในวงกว้าง ในรูปแบบที่คติความเชื่อและเรื่องราวต่างๆ เหล่านั้นสามารถสร้างคุณค่าในทางเศรษฐกิจได้

¹ เช่นเดียวกับที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ ก็มองวัฒนธรรมในมิติที่แยกจากสังคมไม่ได้ เพราะวัฒนธรรมหมายถึง โครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสามารถปรับเปลี่ยนเพื่อรับใช้คนในสังคม ดู นิธิ เอียวศรีวงศ์, ท่องเที่ยวบุญบั้งไฟในอีสาน : บุญบั้งไฟต้องรับใช้ชาวยโสธร ไม่ใช่ชาวยโสธรรับใช้บุญบั้งไฟ, (กรุงเทพฯ : มติชน 2536), น.(12)

² จุลนิ เที่ยนไทย, “culture/วัฒนธรรม,” คำและความคิดในรัฐศาสตร์ร่วมสมัย (เล่ม 2), (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551), น.59-62.

ในส่วนนี้จึงเป็นการนำเสนอถึงการประกอบสร้างความหมายผ่านสิ่งที่เรียกว่า “ระบบสัญลักษณ์” ซึ่งในกรณีศึกษาเรื่องของบั้งไฟพญานาคนี้ระบบสัญลักษณ์ได้มีส่วนในการสร้างการรับรู้ของสังคมที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วย เช่น การเกิดวัฒนธรรมมวลชน การเกิดวัฒนธรรมบริโภคนิยม

ดังที่ได้กล่าวถึงแล้วในบทที่ 2 ในกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแนววิเคราะห์สังคม บริโภคของโบดริยาร์ด(J.Baudrillard) ที่อธิบายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในสังคมปัจจุบันไว้ว่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ โดยตรรกะเชิงบริโภค(Logic of Consumption)ของ แนวคิดโบดริยาร์ด มีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ

(1) การบริโภคคุณค่าด้านอรรถประโยชน์หรือประโยชน์ใช้สอยของสินค้า (use value)

(2)การบริโภคคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์(symbolic value)

โดยที่ในบริบททางสังคมปัจจุบันนั้นมักจะให้คุณค่าและน้ำหนักกับคุณค่าในแบบที่ (2) มากกว่า ซึ่งการให้คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในสังคมปัจจุบันนี้เองได้ทำให้หลายสิ่งหลายอย่างได้ปรับเปลี่ยนกลายเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเพื่อการใช้สอยจนถึงสินค้าทางวัฒนธรรมต่างๆ

ในความหมายของ “พญานาค” เองก็ถือเป็นสัญลักษณ์หนึ่งที่ประกอบสร้างขึ้นมาจากคติเรื่องเล่า และความเชื่อเรื่องพญานาคในอดีตจนถึงปัจจุบัน จึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้กับคุณค่าและสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดงานประเพณีการชมบั้งไฟพญานาคซึ่งสามารถดึงดูดผู้คนจากทั่วสารทิศเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่าย เพื่อสร้างรายได้และประโยชน์ทางเศรษฐกิจภายในจังหวัดอย่างมากมาย

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์โดยการมองกระบวนการประกอบสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์นั้นก็ไม่ได้เป็นการมองเพื่อจะเข้าใจความหมายของพญานาคว่ามีความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร หรือเพื่อสื่อว่า “พญานาค” ในความหมายที่ดำรงอยู่ในปัจจุบันมีความหมาย

ว่าอย่างไรเท่านั้น แต่ผู้ศึกษาให้ความสนใจในมิติของอำนาจของระบบสัญลักษณ์ที่ทำให้คนในสังคมเกิดการยอมรับร่วมกันด้วย³ เนื่องจากการยอมรับร่วมกันหรือการยินยอมพร้อมใจ (consent) นั้นเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่จะทำให้ผู้คนเกิดการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือการมีวิถีชีวิตที่คล้อยตามและยอมรับปฏิบัติตามสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยไม่ตั้งคำถาม ซึ่งเป็นลักษณะที่บาร์ตส์ (R.Barthes) เรียกอีกอย่างว่าเป็น “มายาคติ” (myth)

สำหรับกรณีศึกษาเรื่องวัฒนธรรมการชมบั้งไฟพญานาคนี้ ผู้ศึกษาพบว่าเราสามารถมองว่า “นาค” หรือ “พญานาค” ซึ่งเป็นความหมายที่มีความเชื่อกันอย่างแพร่หลาย โดยมีเรื่องเล่า ความ เป็นมา และพิธีกรรมต่างๆ นานานั้น สามารถวิเคราะห์โดยมองผ่านแนวคิดเรื่องคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ได้ ใน 2 ลักษณะ คือ

1. คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่นำมาปรับใช้ คนในท้องถิ่น

คุณค่าในลักษณะนี้เป็นคุณค่าที่ระบบความเชื่อเรื่องเกี่ยวกับพญานาคเป็นเหมือนรากฐานอันสำคัญของคนในสังคมอีสานอันมีวิถีชีวิตแบบสังคมเกษตรกรรมที่ผูกพันกับธรรมชาติ โดยเฉพาะความผูกพันกับแม่น้ำที่ถือเป็นเส้นโลหิตที่คอยหล่อเลี้ยงวิถีชีวิตคนในบริเวณลุ่มแม่น้ำซึ่ง เชื่อกันมาว่าเป็นที่อยู่อาศัยของพญานาค ดังนั้นความหมายของพญานาคในอดีตสำหรับคนใน บริเวณลุ่มแม่น้ำโขงแล้วจึงเป็นเสมือนสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนธรรมชาติ ซึ่งเป็นการรับรู้ที่สืบทอด กันมาอย่างแพร่หลายที่เกิดจากลัทธิบูชาของชาวพื้นเมืองเดิมในท้องถิ่นอีสานและชาวอุษาคเนย์ โดยได้รับการผสมผสานความเชื่อเรื่องราว วรรณกรรมทางศาสนา และตำนานเรื่องเล่าต่างๆ เกี่ยวกับสถานที่สำคัญทางศาสนา ทำให้ความเชื่อเรื่องงู นาค และพญานาค ถูกยกมาใช้ให้เป็นเรื่อง ที่ศักดิ์สิทธิ์และคอยคุ้มครองปกป้องรักษาคนในชุมชน ตลอดจนสถาบันทางศาสนาและสถานที่ สำคัญต่างๆ จนสัญลักษณ์ความเชื่อเรื่องพญานาคนั้นปรากฏบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนอีสานแถบ ลุ่มแม่น้ำโขงมาโดยตลอด พญานาคจึงเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นความศักดิ์สิทธิ์ที่ก่อให้เกิดความอุดม สมบูรณ์แก่ชีวิตและชุมชน ซึ่งที่ผ่านมามีความศักดิ์สิทธิ์ของพญานาคก็ได้เป็นสัญลักษณ์ที่ใช้ใน

³ โดยระบบสัญลักษณ์เป็นระบบที่สะท้อนให้เห็น โครงสร้างอำนาจของการครอบงำทางวัฒนธรรม (cultural hegemony) ดู กาญจนา แก้วเทพ, “สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย,” *รัฐศาสตร์สาร* ปีที่ 23 ฉบับที่ 3 (2545), น.70.

พิธีกรรมที่เกี่ยวกับความอุดมสมบูรณ์มาโดยตลอด

ตัวอย่างของพิธีกรรมที่แสดงให้เห็นว่า พญานาคคือตัวแทนของความอุดมสมบูรณ์ เช่น “ประเพณีไหลเรือไฟ” ซึ่งเป็นพิธีกรรมที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ โดยผู้คนและชุมชนจำเป็นต้องอาศัยแม่น้ำโขงในการดำรงชีวิตทั้งการพึ่งพาในการเดินทาง การเลี้ยงชีวิต ซึ่งการไหลเรือไฟหรือลอยเรือไฟเป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้เป็นพิธีกรรมเพื่อแสดงความเคารพและเห็นความสำคัญของแม่น้ำโขง โดยที่พญานาคถือเป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นผู้ดูแลและคุ้มครองผู้คนและบ้านเมืองที่อาศัยอยู่ริมฝั่งโขง⁴

นอกจากพิธีกรรมไหลเรือไฟแล้ว ยังมีพิธีกรรมอื่นๆ ที่มักจะมีนาคหรือพญานาค ปรากฏเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความศักดิ์สิทธิ์ เช่น งานบุญบั้งไฟ พิธีไหลกองห้า พิธีจับปลาบึก พิธีบูชาสัตว์นาค ฯลฯ ซึ่งเป็นพิธีกรรมที่แสดงได้ว่าพญานาคนั้นเป็นสัญลักษณ์ที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการรับรู้และมีผลต่อการควบคุมพฤติกรรม การปฏิบัติของคนในสังคม

โดยในการศึกษานี้สามารถแบ่งลักษณะบทบาทของพญานาคในฐานะของสัญลักษณ์ที่มีบทบาทต่อการรับรู้ของคนในท้องถิ่นออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1) บทบาทของการจัดระเบียบ คือ การจัดระบบระเบียบสังคมภายในท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนยึดถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกันเป็นบรรทัดฐานให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข ตัวอย่างที่ชัดเจน เช่น ที่เมืองคำชะโนดซึ่งเป็นชุมชนที่มีการจัดความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในชุมชนผ่านกิจกรรมและความเชื่อต่างๆ ของชุมชน อาทิ การจับปลาบึกซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติไม่ให้เกิดการล่วงละเมิดกัน โดยผ่านการสร้างความหมายและการรับรู้ร่วมกันผ่านตำนานเรื่องเล่าของคนในชุมชนที่ว่าปลาบึกนั้นเป็นปลาของพญานาค การจะจับปลาบึกได้นั้นจึงต้องประกอบพิธีกรรมก่อน⁵ โดยการจัดระบบระเบียบภายในชุมชนดังกล่าวนี้ถือเป็นการนำสัญลักษณ์

⁴ สัตยະพันธ์ คชมิตร, “พัฒนาการของความเชื่อเรื่องนาคแถบลุ่มน้ำโขง ตั้งแต่ยุคอุรังคธาตุสู่ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), น.106.

⁵ พิเชษฐ สายพันธ์, “นาคาคติ อีสานลุ่มน้ำโขง : ชีวิตทางวัฒนธรรม จากพิธีกรรมร่วมสมัย,” สังคมศาสตร์ ปริทัศน์ ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 (มกราคม – มิถุนายน 2540), น.39.

⁶ สัตยະพันธ์ คชมิตร, “พัฒนาการของความเชื่อเรื่องนาคแถบลุ่มน้ำโขง ตั้งแต่ยุคอุรังคธาตุสู่ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย,” น. 110.

ของพญานาคมาใช้เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ปลาบึกได้ในทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีพิธีเกี่ยวกับการจัดระบบระเบียบเกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำโขงผ่านพิธีกรรมที่ใช้สัญลักษณ์ของพญานาค เพื่อให้เกิดการหวงแหนและระลึกถึงความสำคัญของแม่น้ำนี้ เช่น การลอยเรือไฟ การช่วงเฮือ(แข่งเรือ) ซึ่งเป็นเสมือนการขอบคุณแม่น้ำโขงที่เป็นแหล่งทรัพยากรอันเป็นหัวใจของชุมชน

2) บทบาทของการสร้างความสัมพันธ์ภายในสังคม คือ บทบาทในการทำให้คนในชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ที่แนบแน่นและก่อให้เกิดความหวงแหนท้องถิ่นของตนเองมากขึ้น บทบาทลักษณะนี้เป็นสิ่งที่แฝงมากับพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่างงานเทศกาลหรือกิจกรรมของชุมชนกับพิธีกรรมตามความเชื่อทางศาสนาพุทธที่มีพญานาคเป็นสัญลักษณ์ตามความศรัทธาของผู้คน โดยบทบาทดังกล่าวนี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบที่ทุกคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในเทศกาลต่างมีระบบความเชื่อเกี่ยวข้องกับพญานาคอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรืออาจมีอาชีพอย่างหนึ่งอย่างเดียวกันและมีระบบความสัมพันธ์ทางสังคมแบบเดียวกัน ที่ทำให้เกิดความเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างคนภายในชุมชนด้วยกันเอง⁷ ตัวอย่างเทศกาลที่พญานาคได้เป็นตัวแทนของการสร้างความสัมพันธ์ เช่น งานบุญบั้งไฟ งานออกพรรษา งานแข่งเรือ ฯลฯ ที่ต่างเป็นงานเทศกาลที่ช่วยในการส่งเสริมความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในชุมชนในการมีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่างๆในชุมชนขึ้น

3) บทบาทในการควบคุมทางสังคม คือ การทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของการรักษาสีงแวดล้อมในชุมชน โดยเฉพาะการรักษาแม่น้ำโขงซึ่งเป็นสถานที่ที่มีความเชื่อว่าเป็นเมืองบาดาลอันศักดิ์สิทธิ์และสัมพันธ์กับพญานาคอันเป็นความเชื่อร่วมกันของคนในชุมชน นอกจากนี้พญานาคยังเป็นกลไกควบคุมทางสังคมในการประพฤติปฏิบัติตนของคนในสังคมเพื่อการดำรงอยู่ของชุมชนท้องถิ่นด้วย ตัวอย่างเช่น คติความเชื่อเรื่องนาคในฐานะที่เป็นผู้ดูแลศีลธรรมของชาวเมืองและศีลธรรมของเจ้าเมือง ในการสร้างความสงบสุขของชุมชน⁸ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการดำรงชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก การประกอบอาชีพต่างๆ จนถึงการเมืองการปกครองของ

⁷ นิธิ เอียวศรีวงศ์, ทองเที่ยวบุญบั้งไฟในอีสาน : บุญบั้งไฟต้องรับใช้ชาวโสธร ไม่ใช่ชาวโยธยธรรับใช้บุญบั้งไฟ, น.20.

⁸ คติความเชื่อในการควบคุมเรื่องศีลธรรมนี้เป็นคติความเชื่อที่ส่วนหนึ่งมาจากคติทางพุทธศาสนา อีกส่วนมาจากตำนานความเชื่อ เช่น ในตำนานสิงหนวัตินุการ รายละเอียดดังกล่าว โปรดดูใน สัตยะพันธ์ ฌมมิตร, “พัฒนาการของความเชื่อเรื่องนาคแถบลุ่มน้ำโขง ตั้งแต่ยุคอุรังคธาตุสู่ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย,” น.36.

ชุมชน พญานาคจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างหลักประกันและความเชื่อมั่นในการดำรงชีวิต และเป็นสัญญาณในการควบคุมและตรวจสอบเรื่องศีลธรรมของคนในชุมชนด้วย

จากการศึกษาการสื่อความหมายเชิงสัญญาณของพญานาคทั้ง 3 ลักษณะ สามารถสรุปได้ว่าคติความเชื่อในอดีตนั้นส่งผลต่อการรับรู้ของผู้คน โดย “พญานาค” เป็นเหมือนสัญญาณที่คอยกำกับการดำเนินวิถีชีวิตของผู้คน โดยไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ตัวตนของพญานาคให้เห็นในเชิงประจักษ์ และคุณค่าเชิงสัญญาณลักษณะนี้ย่อมส่งผลมาสู่ผู้คนจำนวนมากในปัจจุบันที่ยังคงมีกรอบการรับรู้(perception) เช่นเดียวกันนี้อยู่ ส่วนกรณีของการเกิดปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคและปรากฏการณ์แปลกประหลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ก็เป็นสิ่งที่สัมพันธ์กับพญานาคซึ่งเป็นสัญญาณที่เชื่อมโยงในมิติของการจัดระเบียบมิติความสัมพันธ์และมิติของการควบคุมภายในชุมชนตามไปด้วย

ในแง่หนึ่งจะเห็นว่าการให้ความหมายดังกล่าวนี้ยังช่วยสะท้อนถึงความสำคัญของการดำรงอยู่ของประเพณีวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมายาวนาน แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาในแง่ต่างๆ เข้ามาซึ่งเป็นผลมาจากกระแสการพัฒนาสมัยใหม่ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความคิดความเชื่อและการให้คุณค่าต่อประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมก็ตาม ซึ่งถือว่าพญานาคยังคงเป็นสัญญาณหนึ่งที่คอยทำหน้าที่รักษาและสืบทอดระบบความสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้ให้ดำรงอยู่ภายในชุมชน

2. คุณค่าเชิงสัญญาณที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว

การมองวัฒนธรรมในการศึกษานี้เป็นการมองโดยผ่านระบบสัญญาณ(sign) ซึ่งในระบบสัญญาณนอกจากจะเป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นโดยสังคม(social construct)แล้ว ส่วนหนึ่งสัญญาณยังมีความสัมพันธ์ต่อบริบทของสังคมด้วย โดยในกรอบความเข้าใจที่ว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นเรื่องของวิถีชีวิตและเป็นเรื่องของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ระบบสัญญาณที่อยู่ในสังคมจึงไม่ได้เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่อย่างลอยๆ บนความว่างเปล่า แต่เป็นสิ่งที่สัมพันธ์อยู่ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมด้วย

ในขณะที่วัฒนธรรมเองก็มักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จึงมีส่วนทำให้ระบบสัญญาณนั้นเปลี่ยนแปลงความหมายได้ด้วยเช่นกัน โดยในกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมนั้นส่วนหนึ่งอาจเกิดขึ้นจากกระบวนการรื้อถอน(deconstruct) ความหมายเดิม

ของสัญญาแล้วประกอบสร้างความหมายขึ้นใหม่(reconstruct)ให้แก่สัญญาดังกล่าว⁹ ในการทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันภายในสังคมอีกลักษณะหนึ่งได้

บทบาทของพยานาเองซึ่งในอดีตเป็นสัญญาที่มีคุณค่าในวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนในบริบทเดิมที่มีบทบาทของการควบคุม จัดระเบียบ สร้างความสัมพันธ์ภายในชุมชน(ดังที่ได้กล่าวไปในหัวข้อที่แล้ว) ก็สามารถพัฒนาและเปลี่ยนผ่านไปสู่การสร้างความหมายใหม่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ให้แก่ชุมชนที่มีการพัฒนาไปในรูปแบบของ “เมือง” ได้ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในมิติของการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นในบริบทปัจจุบัน

ในบริบทเดิมสัญญาในการรับรู้เรื่องของนาและพยานาอาจมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตภายในชุมชนทั้งในแง่ของการตั้งถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ การอาศัยทรัพยากร ฯลฯ โดยผ่านพิธีกรรมที่เป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างพยานาและผู้คนในชุมชน แต่ในบริบทปัจจุบันพิธีกรรมที่เป็นตัวเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างพยานาและชุมชนเหล่านี้ได้ถูกกระตุ้นและเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็นพิธีกรรมเพื่อ “วัฒนธรรมการบริโภค” ทำให้ส่วนหนึ่งของกระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเริ่มเผชิญกับคำถามที่ท้าทายตามมา ไม่ว่าจะเป็นการพิสูจน์ความเชื่อเรื่องพยานาว่ามีตัวตนจริงหรือไม่ การนำเสนอการศึกษาปรากฏการณ์บั้งไฟพยานาที่เกิดจากมนุษย์ และการนำเสนอว่าเกิดโดยธรรมชาติตามหลักเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งตรงกันข้ามกับในอดีตที่ปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้อาจไม่ได้ถูกตั้งคำถามเลยด้วยซ้ำ

ดังนั้นส่วนหนึ่งของการพัฒนาไปสู่ความเป็นสมัยใหม่จึงได้ผลักดันให้เกิดคำถามต่างๆ มากมาย และทำให้ความหมายของพยานา รวมถึงปรากฏการณ์ต่างๆ สามารถอธิบายไปในทิศทางที่หลากหลาย ทั้งโดยคำอธิบายในเชิงของการบอกเล่าถึงปรากฏการณ์อันแปลกประหลาดจากผู้คน การบอกเล่าในคำอธิบายด้วยหลักการวิทยาศาสตร์ที่เป็นข้อถกเถียงและไม่สามารถหาข้อสรุปได้ในที่สุด

ในที่นี้การเปลี่ยนความหมายเชิงสัญญาของพยานานั้นจึงเป็นการเปลี่ยนความหมายจากสัญญาที่รับใช้คนในท้องถิ่นไปเป็นสัญญาที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นลัทธิดึงดูดและกระตุ้นให้เกิดความสนใจจากคนภายนอกที่เข้ามาท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะในการสร้างข้อถกเถียงให้เกิดขึ้นในการหาคำตอบให้แก่ความเชื่อในเชิงปัจเจกบุคคลของปรากฏการณ์ “บั้งไฟพยานา” ที่เผยแพร่สู่การรับรู้ของสังคมในวงกว้าง

⁹ กาญจนา แก้วเทพ, “สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย,” น.71.

จากการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงความหมายเชิงสัญลักษณ์ของพยานาคเกิดขึ้นจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

ประการแรก การพัฒนาไปสู่สังคมเมืองหรือสังคมสมัยใหม่ คือ ในแนวการพัฒนา กระแสหลักของประเทศกำลังพัฒนาได้ส่งผลกระทบต่อชุมชน ทำให้ชุมชนรับเอาการพัฒนาแบบสมัยใหม่ เข้าไป ซึ่งในแง่หนึ่งชุมชนไม่เพียงแต่พัฒนาในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานเท่านั้น หากเป็นการรับเอา วัฒนธรรมการพัฒนาในรูปแบบวิถีชีวิตและโลกทัศน์แบบสังคมเมือง(urbanism)เข้าไปด้วย¹⁰ โดย การมีรูปแบบวิถีชีวิตแบบสังคมเมืองดังกล่าวนี้ก็ไม่ได้ส่งผลต่ออคติความเชื่อและภูมิปัญญาดั้งเดิม ของสังคมชนบทเท่านั้น แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงภายใต้กระแสการพัฒนาให้เป็นสมัยใหม่ก็คือ ประสบการณ์ในแง่วิถีชีวิตที่ระบบทุนนิยมได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนอย่างไม่สามารถปฏิเสธได้ กล่าวคือ การพัฒนาไปสู่สังคมสมัยใหม่ได้ทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจภายในชุมชนที่มีรูปแบบ การผลิตเพื่อยังชีพเปลี่ยนไปเป็นการผลิตเพื่อเงินตราและการใช้หนี้¹¹ โดยภายใต้โครงสร้างที่ เปลี่ยนไปจากการที่มีรายจ่ายและหนี้สินเพิ่มขึ้นมานี้เองทำให้ชุมชนไม่สามารถปฏิเสธระบบ ดังกล่าวได้

การหลั่งไหลเข้ามาของทุนนิยมที่ปฏิเสธไม่ได้มีส่วนทำให้วิถีชีวิตของชุมชนต้อง ต่อสู้กับความทันสมัยในทุกรูปแบบหรือเรียกอีกอย่างว่าเป็นแบบแผนการดำรงชีวิตที่อยู่บนพื้นฐาน ของระบบทุนนิยม(capitalistic culture)¹² เช่น การมีวัฒนธรรมทางการเมืองการปกครอง วัฒนธรรม การแต่งกาย วัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมทางความคิดที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมของการบริโภคแบบสมัยใหม่ซึ่งเป็นรูปแบบวิถีชีวิตของสังคมเมือง โดยรูปแบบของการ บริโภคดังกล่าวนี้ส่วนหนึ่ง ก็คือ การบริโภคโดยผูกโยงกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์หรือการผนวกเอาคุณค่า

¹⁰ ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, “เมืองกับการพัฒนา” ใน วัฒนธรรมการพัฒนา อำนาจ ความรู้ ความจริง อัตลักษณ์ และความเป็นอื่น, (กรุงเทพฯ : วิชาฯ, 2542), น.218.

¹¹ ตัวอย่างของการศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงของชนบทอีสานที่เปลี่ยนแปลงมาสู่สังคมอุตสาหกรรม โดยมีระบบทุน และหนี้สินเข้ามาในชุมชน อยู่ในงานของ พลธรรม์ จันทร์คำ โดยเรียก่าเป็นยุค “เฮ็ดอยู่ เฮ็ดขาย” ดู พลธรรม์ จันทร์คำ, “พยานาค : อุดมการณ์ที่เมืองค้าชะโนดสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้า,” (วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551), น.64.

¹² รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, ปาฐกถา “ทุนวัฒนธรรม”, (กรุงเทพฯ : พี.เพรส, 2539), น.18.

เชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม(cultural embodiment)แบบสังคมเมืองหรือแบบสมัยใหม่เข้าไปด้วย ดังที่เป็นแนวการอธิบายของ ปีแอร์ บูร์ดิเอดูว์(Pierre Bourdieu) ในเรื่องของการครอบงำอำนาจทางชนชั้นโดยผ่านทุนวัฒนธรรม

ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงเหล่านี้ บทบาทของประเพณีและวัฒนธรรมในความหมายแบบเดิมก็ย่อมปรับเปลี่ยนตามไปด้วย เพราะดังที่กล่าวไปในตอนต้นแล้วว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต ขณะเดียวกันรูปสัญลักษณ์ที่ดำรงอยู่ในโครงสร้างของสังคมก็ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ตามการรับรู้ของรูปแบบวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงด้วย โดย “พญานาค” ในบริบทปัจจุบันได้เป็นสัญลักษณ์ที่สร้างใหม่เพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสังคมเมือง โดยมีเรื่องของการท่องเที่ยวและการค้าขายเชิงพาณิชย์เข้ามาเกี่ยวข้อง ตัวอย่างเช่น งานเทศกาลออกพรรษาของชาวจังหวัดหนองคายที่มีการใช้สัญลักษณ์ของพญานาคในพิธีกรรมต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องตามกระแสความสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกมากขึ้น เช่น พิธีไหลเรือไฟหรือลอยเรือไฟ ที่ดำเนินมาตั้งแต่เดิมนั้นเคยเป็นเรื่องที่กล่าวถึงการบูชารอยพระบาทของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขง แต่ในช่วงหลังการลอยเรือไฟกลับเป็นพิธีกรรมที่โน้มเอียงไปเพื่อบูชาพญานาคในแม่น้ำโขง และมีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ตามความเชื่อประกอบ เช่น ครุฑ และนาค ทั้งนี้อาจจะเป็นการเปลี่ยนความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อให้สอดคล้องเชื่อมโยงกับการชมปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคอันเป็นกระแสความสนใจของคนในสังคม(ดูตารางที่ 1 ประกอบ) ซึ่งเป็นรูปแบบของการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่ไม่ได้แตกต่างไปจากสินค้าด้านวัตถุประเภทอื่นๆ ที่นำคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ามาแฝงอยู่ในตัวสินค้าเลย

ประการที่สอง การสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรส่วนท้องถิ่น คือ ในแง่ของการท่องเที่ยวที่นั่น แม้จะได้รับอิทธิพลจากภายนอกในรูปแบบต่างๆ ก็ตาม แต่ในเชิงการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น ภูมิภาคที่ถือว่ามี การขยายตัวด้านการท่องเที่ยวน้อยที่สุดน่าจะเป็นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน หากเปรียบเทียบกับสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไป อย่างเช่นภาคเหนือและภาคใต้ของไทย ซึ่งจะเห็นว่าทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม(ที่โดยส่วนใหญ่อยู่ในภาคอีสาน)นั้น จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่น้อยเป็นจำนวนมากที่มีความจำเป็นต้องอาศัยแผนในการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและองค์กรส่วนท้องถิ่นค่อนข้างมาก

โดยในการสนับสนุนทางด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการชมบั้งไฟพญานาค ทางหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวได้มีการสำรวจในปี 2530 ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเกณฑ์

ค่อนข้างต่ำ¹³ ด้วยเหตุที่ว่าบริเวณแถบภาคอีสานนั้นมีลักษณะปัญหาที่แตกต่างกับภูมิภาคอื่น ส่วนหนึ่งของปัญหาอุปสรรคก็คือสภาพพื้นที่ที่ค่อนข้างมีความแห้งแล้ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งที่เป็นผลทำให้การท่องเที่ยวในแถบภาคอีสานไม่ได้เจริญเติบโตมากนัก เมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ที่มี ภูมิประเทศเอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมและพัฒนา

ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคอีสานจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องปรับยุทธศาสตร์ในการพัฒนา โดยเน้นเรื่องของศิลปวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในภูมิภาคนี้เป็นตัวขับเคลื่อนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวแทน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดของสถานที่ท่องเที่ยวในภาคอีสานที่เป็นแหล่งอารยธรรมและศิลปวัฒนธรรมที่มีคุณค่า เช่น ปราสาทหินพิมาย เขapunมรุ้ง เป็นต้น

สำหรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคแถบลุ่มน้ำโขงตามแผนยุทธศาสตร์ในการสนับสนุนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งหมวดหมู่ไว้ในหมวดของ “กลุ่มท่องเที่ยวเลียบริมฝั่งแม่น้ำโขง” โดยประกอบไปด้วย จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ อุบลราชธานี¹⁴ ซึ่งเป็นกลุ่มพื้นที่การท่องเที่ยวที่ภาครัฐจะสนับสนุนและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในบริเวณติดกับแม่น้ำโขง เพื่อรองรับการขยายตัวในบริเวณพรมแดนที่เชื่อมโยงระหว่างไทย-ลาว

แผนในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวดังกล่าวถือเป็นการเล็งเห็นความสำคัญของการนำทรัพยากรหลักคือแม่น้ำโขงซึ่งกั้นระหว่างพรมแดนไทย-ลาว ถือได้ว่าเป็นการนำเอาวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสายน้ำโขงมาใช้เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญในการนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับแม่น้ำโขงซึ่งเต็มไปด้วยประวัติศาสตร์เรื่องเล่าและตำนานความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแถบอีสาน ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญที่จะสามารถใช้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นได้ในบริบทปัจจุบัน

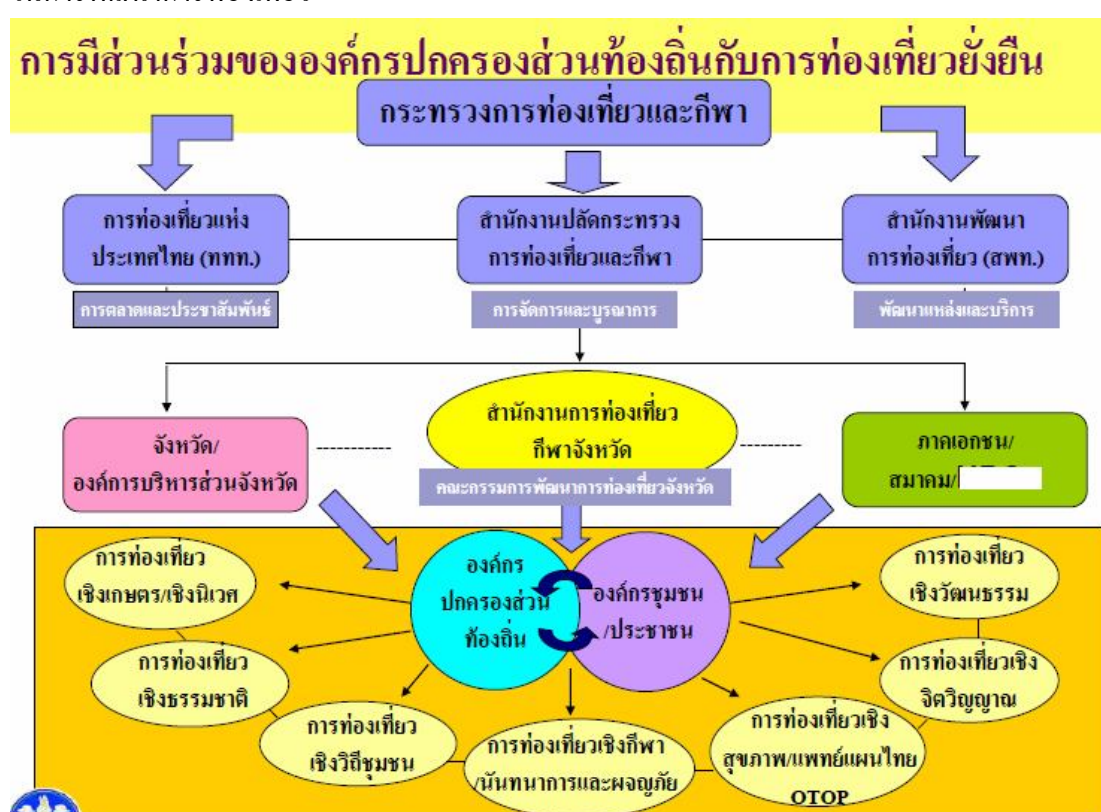
เมื่อมองจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวต่อกรณีของการชมบั้งไฟพญานาค จึงถือได้ว่าภาครัฐมีส่วนและเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนขยายความหมายของพญานาคไปสู่การรับใช้ชุมชนในมิติของการท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการที่รัฐและ

¹³ อ้างถึงใน สัตยิพันธ์ ษมิตร, “พัฒนาการของความเชื่อเรื่องนาคแถบลุ่มน้ำโขง ตั้งแต่ยุคอุรังคธาตุสู่ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย,” น.148.

¹⁴ ดู “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในพ.ศ. 2551-2552 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา” เผยแพร่ใน <http://www.thai2learn.com/moi/images/stories/docs/paper142.pdf>

องค์กรท้องถิ่นเป็นเสมือนภาคส่วนที่มีบทบาทในการเลือกสรร สร้างคำอธิบาย ส่งเสริมสนับสนุน และโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ไปสู่การสร้างเครือข่ายของการท่องเที่ยว และทำให้ประเพณี พิธีกรรมท้องถิ่นดั้งเดิมสามารถขยายกว้างออกไปสู่สาธารณะได้มากขึ้น ซึ่งเราอาจจะดูโครงสร้างของการกำหนดตั้งแต่ในส่วนของนโยบายมาสู่การสนับสนุนขององค์กรในพื้นที่ที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นได้ดังนี้

รูปภาพที่ 1 โครงสร้างการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว¹⁵

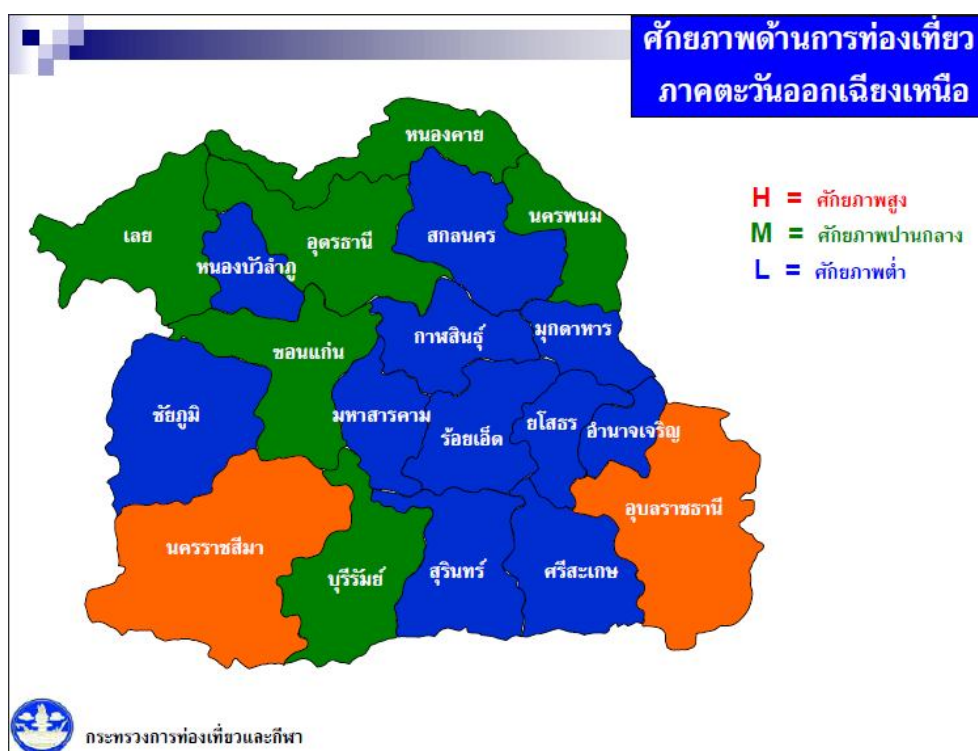


ที่มา : ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

¹⁵ จาก “นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2551” กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา <http://www.thai2learn.com/moi/images/stories/docs/paper142.pdf>

การส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรท้องถิ่นในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งทำให้ทิศทางของการท่องเที่ยวในจังหวัดในแถบลุ่มแม่น้ำโขงมีทิศทางการพัฒนาที่ดีขึ้น โดยในการสำรวจตั้งแต่ปีพ.ศ. 2530 พื้นที่ในภูมิภาคนี้อาจไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร คือถูกพิจารณาอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ แต่ปัจจุบันซึ่งมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นมากขึ้นเป็นผลทำให้การท่องเที่ยวบริเวณนี้มีทิศทางการพัฒนาที่ยกระดับศักยภาพของตนเองในเชิงการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น ซึ่งอาจดูการสำรวจในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 ได้ดังนี้

รูปภาพที่ 2 ประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2551¹⁶



ที่มา : ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

นับจากการขับเคลื่อนและพัฒนาโดยนำต้นทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี มาปรับรูปแบบการนำเสนอ การเลือกสรร ประเพณี พิธีกรรมต่างๆ (โปรดดูตารางที่ 1 ประกอบ) รวมถึงการ

¹⁶ จาก “นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2551” กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา <http://www.thai2learn.com/moi/images/stories/docs/paper142.pdf>

ขยายพื้นที่ของการจัดงานในรูปแบบเทศกาลที่ดำรงอยู่ภายใต้บริบทของการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีและความเป็นท้องถิ่นนิยม ยิ่งส่งผลต่อความหมายเชิงพิธีกรรมเดิมของบั้งไฟพญานาคให้ พญานาคกลายเป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของต้นทุนทางวัฒนธรรม ที่ในแง่หนึ่งอาจจะต้อง พิจารณาการสร้าง ความหมาย(significance)¹⁷ และทำความเข้าใจต่อคำว่า “คุณค่า” ของพญานาคใน เชิงสัญลักษณ์ใหม่ เนื่องจากสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึงในแง่ของพิธีกรรมในการเป็นคุณค่าที่ไม่ สามารถประเมินได้(เนื่องจากเป็นคุณค่าในทางจิตใจ)ไปสู่สัญลักษณ์ที่สื่อความหมายในแง่มูลค่าที่ “คุณค่า” ดังกล่าวสามารถนำมาสร้างรายได้เชิงปริมาณ และการวัดประเมินค่าในเชิงของคุณภาพ และศักยภาพในการท่องเที่ยวได้

ประการที่สาม การเผยแพร่โดยสื่อต่างๆ คือ ปัจจุบันเป็นเรื่องปกติหากจะกล่าวว่า “สื่อ” กับ “วัฒนธรรม” เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กัน เพราะนอกจากสื่อประเภทต่างๆ(ทีวี ภาพยนตร์ วิทยู อินเทอร์เน็ต ฯลฯ) จะทำหน้าที่หรือเป็นกลไกในการถ่ายทอดและแพร่กระจายวัฒนธรรม ออกไปแล้ว ในยุคปัจจุบันสื่อยังได้เข้ามาเป็นศูนย์กลางในชีวิตของปัจเจกบุคคล สถาบัน และสังคม อีกด้วย สื่อในสภาวะปัจจุบันจึงเป็นเหมือนสถาบันอันหนึ่งที่เป็นตัวเร่งในการกระจายวัฒนธรรม ออกไปสู่สังคมในวงกว้าง ในขณะที่เดียวกันกับที่สังคมไทยเองนั้นมักให้ความสนใจกับเรื่องราว เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี พิธีกรรมต่างๆ ที่มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของคนในชาติ รวมถึงเรื่องราวปรากฏการณ์แปลกๆใหม่ๆเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว¹⁸ จึงยังเป็นเรื่องง่ายดายที่ในโลกของ สื่อจะเต็มไปด้วยการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่

การนำเสนอของสื่อต่างๆในเรื่องของพญานาคจึงมุ่งเน้นการนำเสนอเพื่อประโยชน์ ในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในการเรียกร้องให้ผู้รับชม/ฟังเกิดความสนใจ โดยในแง่ ของการนำเสนอดังกล่าวก็เป็นทั้งเรื่องของการท่องเที่ยวและการรื้อฟื้นประเพณีวัฒนธรรมไทยไป ในตัว ตัวอย่างเช่น การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานออกพรรษาของจังหวัดหนองคาย

¹⁷ ไชยรัตน์ เจริญสิน โอสถ, รัฐศาสตร์แนววิพากษ์, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ฉบับพิมพ์ ครั้งที่ 2 แก้ไขเพิ่มเติม, 2544), น.87.

¹⁸ กาญจนา แก้วเทพ, “สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย”, น. 55.

“...ในช่วงเทศกาลออกพรรษาของทุกปี จะมีประชาชนทั่วทุกภูมิภาคเดินทางมายัง จังหวัดหนองคายเพื่อสัมผัสกับ ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เรียกว่า “บั้งไฟพญานาค” ถูกไฟสีแดงอมชมพู พวยพุ่งขึ้นจากลำน้ำโขง ไม่มีเสียง ไม่มีควัน และไม่มีกลิ่น เหมือนดอกไม้ไฟหรือพลุ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นเพียงปีละครั้ง ในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 โดยในปีนี้ตรงกับวันอาทิตย์ที่ 4 ตุลาคม 2552 และในวันดังกล่าวจะมีพิธีบวงสรวงพญานาคตามแบบโบราณที่สืบทอดกันมา ณ ศาลหลักเมืองปากห้วยหลวง อำเภอโพนพิสัย ส่วนในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย ได้จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นถนนอาหาร การประกวดกระทงยักษ์ การแข่งขันเรือยาว ประเพณีฯชิงถ้วยพระราชทานฯ การแสดงแสง-สีเสียง เปิดตำนาน “บั้งไฟพญานาค” การประกวดปราสาทผึ้งแบบดั้งเดิม การลอยเรือไฟ บูชาพญานาค การลอยกระทงสาย การตักบาตรเทโวโรหณะ เป็นต้น ปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคยังรอกการพิสูจน์จากนักท่องเที่ยว จึงอยากขอเชิญชวนทุกท่านร่วมสัมผัสปรากฏการณ์มหัศจรรย์แห่งลุ่มน้ำโขง “บั้งไฟพญานาค” ด้วยตัวท่านเอง”¹⁹

ในขณะเดียวกัน ในการนำเสนอสัญลักษณ์รูปพญานาคก็เริ่มที่จะมีการนำมาใช้ ประโยชน์ในการท่องเที่ยวมากขึ้น หลังจากที่ผ่านมาจะพบเห็นแต่รูปพญานาคในทางสัญลักษณ์ ที่เป็นผู้โอบอุ้มหรืออุ้มชูพระพุทธศาสนา เช่น ที่มักพบในรูปของพระพุทธรูปปางนาคปรก แต่ปัจจุบันก็เริ่มมีการนำสัญลักษณ์ของพญานาคมาใช้เป็นตัวแทนของการท่องเที่ยวอันเป็นการ ดึงดูดความสนใจอีกลักษณะหนึ่ง

¹⁹ จาก “ข่าวประชาสัมพันธ์จาก เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”

รูปภาพที่ 3 พระพุทธรูปปางนาคปรก และพญานาคสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยว



การปรากฏสัญลักษณ์ของพญานาคในแง่ของการท่องเที่ยวทั้งในสื่อต่างๆ เมื่อถูกประกอบสร้างใหม่และฉายซ้ำ(reproduction)เรื่อยๆ ย่อมทำให้การรับรู้ของสังคมต่อพญานาคมีความหมายที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นหรือในแง่หนึ่งอาจจะจำกัดลง เช่น ในปัจจุบันเมื่อกล่าวถึงพญานาคก็จะทำให้นึกถึงปรากฏการณ์ “บั้งไฟพญานาค” หรือจังหวัดหนองคายที่มีเรื่องเล่าและตำนานเกี่ยวกับพญานาคและแม่น้ำโขงซึ่งมักปรากฏอยู่ในข่าวอยู่บ่อยครั้ง จนทำให้ผู้ที่ต้องการจะพิสูจน์ความเชื่อดังกล่าวต้องเดินทางไปพิสูจน์ด้วยตนเองที่จังหวัดหนองคาย เป็นต้น ซึ่งสื่อถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการทำให้พญานาคเป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลออกพรรษา

โดยสรุป ในการศึกษาการประกอบสร้างความหมายเรื่อง“พญานาค” ส่วนหนึ่งเป็นความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นแถบลุ่มแม่น้ำโขงผ่านพิธีกรรมความเชื่อและความศรัทธาต่างๆ ที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิต ทั้งในแง่ของการสร้างความหมายในเรื่องของการจัดระเบียบสังคม การสร้างความสัมพันธ์ และการควบคุมการประพฤติปฏิบัติ ซึ่งผู้ศึกษาถือเป็นรูปแบบทางการเมืองการปกครองรูปแบบหนึ่งที่เป็นแบบฉบับของท้องถิ่นดั้งเดิมที่เป็นการปกครองภายใต้อุดมการณ์ทางความเชื่อที่แฝงอยู่กับสัญลักษณ์ของพญานาค ก่อนที่จะมีการท้าทายจากอุดมการณ์ของความเป็นสมัยใหม่(modernity)ที่มีรูปแบบทางการเมืองการปกครองที่เป็นระบบ

ระเบียบ เช่น มีรูปแบบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กระจายอำนาจมาจากส่วนกลาง รวมทั้ง กระแสที่ล้อมรอบชุมชนเองที่แผ่อิทธิพลมาจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ก็ได้ทำให้สังคม วัฒนธรรมหันเหไปสู่วิถีการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ โดยเป็นสังคมที่เปิดรับเอาวัฒนธรรมจาก ภายนอกมากขึ้น การสื่อความหมายของพญานาคก็ต้องถูกปรับสร้างขึ้นมาใหม่เพื่อสอดคล้องกับ สังคมวัฒนธรรมที่เข้ามาจากภายนอกนี้ด้วย นั่นคือการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับเอาวัฒนธรรมและ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ขณะเดียวกันรูปแบบของการพัฒนาชนบทและท้องถิ่นที่ เกิดขึ้นก็ล้วนมาจากนโยบายของรัฐที่เป็นการพัฒนาแบบสมัยใหม่ที่เน้นการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เป็นหลัก

วาทกรรมการพัฒนาแบบสมัยใหม่ส่วนหนึ่งเป็นเหมือนการอำพรางอำนาจรัฐในการ แทรกแซง²⁰ ดังนั้นรัฐหรือการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาจากส่วนกลางจึงมีส่วนสำคัญในการ ปรับเปลี่ยนรูปแบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันมีผลต่อความหมายของพญานาคซึ่งเดิมเคยมี บทบาทที่เปรียบเหมือนอุดมการณ์ทางการเมืองการปกครองของท้องถิ่นในเชิงสัญลักษณ์ที่รับใช้ชุมชน ในวิถีชีวิตเดิม แต่ปัจจุบันบางส่วนได้มีการปรับและเลือกสรร รวมถึงการเน้นย้ำให้เกิดความ น่าสนใจจากหน่วยงานส่วนกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาไปสู่ “เมืองของการ ท่องเที่ยว” อันเป็นแผนพัฒนาจากนโยบายส่วนกลางที่ทำให้รูปแบบความเชื่อ พิธีกรรม ถูกทำให้ เป็นวัฒนธรรมแบบประชานิยม(popular culture)²¹ หรือเป็นสินค้าในวัฒนธรรมการบริโภค เพื่อ กระตุ้นเศรษฐกิจ ตามแนวทางการพัฒนาสมัยใหม่

โดยการศึกษานี้มองว่าการประกอบสร้างความหมายของพญานาคเกิดขึ้นจาก 2 ส่วน ได้แก่

- 1) กระแสการท่องเที่ยวที่ถูกกำหนดจากภายนอกชุมชน เช่น ความต้องการของ นักท่องเที่ยว
- 2) การปรับเปลี่ยนความหมายที่มาจากบทบาทของส่วนกลางและท้องถิ่น ซึ่งเป็น เสมือนเหรียญคนละด้านที่ต่างฝ่ายต่างประกอบสร้างความหมายขึ้นมาใหม่ ให้พญานาคเป็นทั้งส่วน ที่ใช้ในชุมชนเองอันเป็นเรื่องของคุณค่าและความหมายทางจิตใจ และในขณะเดียวกันก็สามารถ

²⁰ ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร, การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบ : การบริหารจัดการในโลกยุคหลังสงคราม เย็น, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น.83.

²¹ กาญจนา แก้วเทพ, “สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย,” น.62-64.

นำมาใช้ในเชิงคุณค่าที่มีต่อการท่องเที่ยวในฐานะของต้นทุนทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน

กระนั้นก็ตาม วัฒนธรรมของการสื่อสารและการประกอบสร้างความหมายของพยานาคในปัจจุบันนั้นรัฐก็ได้เป็นผู้กำหนดอย่างเบ็ดเสร็จ เพราะเมื่อมองบทบาทของสื่อในปัจจุบันนั้นซึ่งมีรูปแบบต่างๆ ทั้งในอินเทอร์เน็ตหรือคลิปปวีดีโอที่จะเห็นได้ว่าเป็นการเผยแพร่เรื่องราวต่างๆ ของพยานาคในทางความเชื่อ จนเป็นบทบาทที่เกินขอบเขตของรัฐ ดังนั้นกระบวนการสื่อสารนั้นผู้รับสื่อ(audience)จึงมิได้เป็นเพียงผู้ถูกกระทำ และถูกจัดการ แต่สามารถเป็นผู้กระทำ(active audience) และสร้างความหมายต่างๆ ขึ้นมาได้ด้วยเช่นกัน

ขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นเองก็ไม่ได้ปฏิเสธรูปแบบพิธีกรรมที่อาจมีความเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปบ้าง เพราะส่วนหนึ่งการหลั่งไหลออกไปของประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ประเพณี ความเชื่อ เรื่องเล่าต่าง ที่ปรากฏผ่านสื่อในแง่ของการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสร้างความดึงดูดใจ ก็ช่วยเป็นส่วนค้ำยันให้ชุดความเชื่อเหล่านี้ยังคงดำรงอยู่ร่วมกันได้ภายใต้กระแสความเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยต่างๆ ในปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นความแตกต่างเฉพาะในสังคมวัฒนธรรมของไทยที่เรื่องราวความเชื่อแบบดั้งเดิมอยู่ปะปนกันได้ ในสังคมที่นับว่ามีกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ความทันสมัยในรูปแบบเช่นเดียวกับสังคมสมัยใหม่ที่มีการยึดถือและให้น้ำหนักต่อหลักการและเหตุผลก็ตาม และในส่วนของการเปลี่ยนแปลงจากกระบวนการทำให้เป็นสมัยใหม่นี้เอง มีส่วนสำคัญอย่างมากในการสร้างคุณค่าใหม่ของประเพณีวัฒนธรรมไปสู่มิติของสินค้าเพื่อการบริโภค ซึ่งในส่วนนี้ผู้ศึกษาจะได้ขยายความในการวิเคราะห์ในส่วนต่อจากนี้

กระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมการชมบั้งไฟพญานาค

ภายใต้รูปแบบวัฒนธรรมปัจจุบันที่การพัฒนาของระบบทุนนิยมได้พัฒนาและเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจเข้ากับวัฒนธรรม ดังเช่นในการศึกษานี้ที่ได้นำเสนอผ่านความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปของวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพยานาคในปัจจุบันที่เริ่มผนวกเข้ากับแนวคิดเรื่องการบริโภคสมัยใหม่หรือเรื่องของระบบสัญญา โดยสังคมปัจจุบันนี้นิยมการบริโภคสินค้าและการท่องเที่ยวที่มีการผนวกเอาคุณค่าทางด้านวัฒนธรรมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการศึกษาวัฒนธรรมในฐานะของ “ทุน” หรือใช้แนวคิดเรื่อง “ทุนวัฒนธรรม” ที่มีส่วนเกี่ยวพันกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงเป็นสินค้าในกรณีศึกษา เรื่อง “วัฒนธรรมการชมบั้งไฟพญานาค”

กระนั้น ในการศึกษา “ทุนวัฒนธรรม” ในที่นี้ก็ได้จำกัดการอธิบายในแง่ของการอธิบายที่มองว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านทางนโยบายของรัฐจะเป็นเพียงส่วนเดียวเท่านั้นของการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็น “ทุน” หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงไปเป็น “สินค้า” เพื่อการท่องเที่ยว แต่

การศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ที่เชื่อมโยงกับระบบโลกด้วย เนื่องจากการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องข้ามพ้นกรอบมายาคติของวัฒนธรรมแบบรัฐ-ชาติที่ทำให้มองไม่เห็นความสัมพันธ์ในความเป็นจริง²² เนื่องจากในแง่หนึ่งอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมในปัจจุบันได้ขยายขอบเขต โดยผ่านสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่เครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ที่กลายเป็นสถาบันทางสังคมรูปแบบใหม่ที่นอกเหนือการควบคุมโดยกลไกรัฐ ซึ่งเป็นลักษณะแบบหนึ่งของโลกาภิวัตน์

ส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม ก็คือ โลกาภิวัตน์ได้ทำให้เกิดการไหลเวียนทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นไปทั่วมุมโลก โดยสามารถไหลเวียนตัดข้ามอาณาเขตของวัฒนธรรมแบบรัฐประชาชาติ ดังนั้นการศึกษาในมิติของทุนวัฒนธรรมก็เพื่อที่จะได้รู้เท่าทันความเคลื่อนไหวของวัฒนธรรม และเพื่อที่จะเข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ที่โถมเข้ามาว่าควรจะมีกระบวนการรับมืออย่างไรด้วย

กล่าวคือ การมองวัฒนธรรมคือทุน เป็นแนวคิดหนึ่งที่เป็นเสมือนยุทธศาสตร์ในการต่อสู้กับกระแสของโลกาภิวัตน์ที่วัฒนธรรมตะวันตกมีแนวโน้มของการเป็นผู้ครอบงำทางวัฒนธรรม หรืออาจเรียกว่าเป็น “อัสดงคตานูวัตร์”(westernization)²³ และการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกดังกล่าวนี้ มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าสถานการณ์โลกปัจจุบันถูกขับเคลื่อนด้วยระบบตลาดและการค้า จนทำให้คำว่า “วัฒนธรรม” ในขอบเขตของ “ชาติ” ได้ถูกนิยามไปในทางการค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ²⁴ วัฒนธรรมของชาติกลายเป็นสิ่งที่มีไว้เพื่อขาย ซึ่งสวนทางกับการมองเรื่องคุณค่าของวัฒนธรรมของสังคมไทย เพราะเมื่อวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า คุณค่าเหล่านั้นก็เริ่มเจือจางลง และการที่วัฒนธรรมได้กลายเป็นเรื่องของการครอบงำ(hegemony) จึงเป็นเรื่องที่น่าขบคิดว่า การกำหนดวัฒนธรรมในสังคมไทยนั้นกลายเป็นสิ่งถูกนิยามด้วยกระแสจากภายนอก และในบริบทปัจจุบันสังคมไทยมีส่วนหรือไม่ในการกำหนดวัฒนธรรมของตนเอง โดยกระบวนการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ผ่านกรณีศึกษาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในประเด็นดังต่อไปนี้

²² ยุค ศรีอาริยะ, “ความเชื่อเรื่องรัฐชาติ กับการปล้นโลกยุคใหม่”, เงินล้านเงินข้ามโลก, (กรุงเทพฯ : วิถีธรรม, 2552), น.188.

²³ ชัยอนันต์ สมุทวณิช, วัฒนธรรมคือทุน, (กรุงเทพฯ : พี.เพรส, 2540), น.30.

²⁴ เรื่องเดียวกัน, น.14-15.

1. บั๊ฟไฟพญานาคในกระแสการพัฒนาสมัยใหม่

ภายใต้นโยบายการพัฒนาทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองสมัยใหม่ปฏิเสธไม่ได้ว่าองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของการกำหนดนโยบายของรัฐโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาเริ่มมีแนวโน้มไปสู่กระแสการครอบงำทางวัฒนธรรมโลก ซึ่งแนวโน้มของการพัฒนาลักษณะนี้เริ่มต้นอย่างเข้มข้นภายหลังสิ้นสุดสงครามเย็นที่มีการขัดแย้งกันในทางอุดมการณ์ความคิด จนในที่สุดแนวอุดมการณ์ในเรื่องของเสรีนิยมประชาธิปไตยและวัฒนธรรมในระบบทุนนิยมกลายเป็นกรอบแนวทางหลักของการพัฒนาของโลกที่มีผลต่อประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งเรียกในแง่ของการศึกษาการพัฒนาว่าเป็นวาทกรรมการพัฒนาสมัยใหม่²⁵ โดยวัฒนธรรมในกระแสการพัฒนาในยุคหลังสงครามเย็นดังกล่าวนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่มีผลกระทบมาสู่รัฐประชาชาติ เมื่อมองในแง่ที่“วัฒนธรรม”จึงเปรียบเสมือนเครื่องมือในการครอบงำของจักรวรรดิใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูงมากกว่าอาวุธหรือกำลังการผลิตใดๆ

ส่วนหนึ่งของวาทกรรมการพัฒนาแบบสมัยใหม่ ก็คือ การก่อเกิดแนวคิดทฤษฎีของการพัฒนาให้เป็นสมัยใหม่ตามมาด้วย โดยที่จุดใหญ่ของการนำเสนอกรอบแนวคิดของการพัฒนาสมัยใหม่ ก็คือ การพยายามเสนอแนวทางในการพัฒนาของประเทศที่พัฒนาแล้วให้กับประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศในทวีปแอฟริกา ลาตินอเมริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฯลฯ โดยเป็นการเสนอให้ประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้ใช้ต้นแบบของการพัฒนาจากประเทศในตะวันตก เพราะถือว่าเป็นประเทศที่เจริญแล้ว²⁶

โดยการที่นโยบายรัฐมีแนวการพัฒนาโดยยึดตะวันตกเป็นต้นแบบนี้ยังโยงไปถึงการยึดต้นแบบของวัฒนธรรมแบบตะวันตกอันมีนัยของการครอบงำทางวัฒนธรรมแฝงอยู่ด้วย ซึ่งรูปแบบของการครอบงำทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ก็มิได้เป็นเพียงรูปแบบของวัฒนธรรมในแง่ของภาษาและขนบธรรมเนียมประเพณีแบบตะวันตก แต่วัฒนธรรมในแง่ก็คือวัฒนธรรมของ “ความทันสมัย” อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อย่างรวดเร็วภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม

²⁵ ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร, การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบ : การบริหารจัดการในโลกยุคหลังสงครามเย็น, น.68

²⁶ เรื่องเดียวกัน, น.59.

ความทันสมัยที่ว่านี้ปัจจุบันอาจจะเห็นกระบวนการดังกล่าวนี้ได้ชัดเจน อย่างเช่น วัฒนธรรมของการบริโภคนิยม(consumerism) ซึ่งปัจจุบันนี้การครอบงำจากวัฒนธรรมตะวันตกที่เด่นชัดที่สุดคือการทำให้ประเทศกำลังพัฒนาผูกติดอยู่กับวัฒนธรรมของการบริโภค การบริโภคเป็นวัฒนธรรมภายใต้กระแสนิยมที่สร้างความเป็นปัจเจกมากยิ่งขึ้น โดยมาจากมายาคติที่ว่า การบริโภคทำให้เกิดทางเลือกที่หลากหลายและแตกต่าง อันเป็นคุณสมบัติหนึ่งของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรี โดยที่ความแตกต่างหลากหลายนั้นอาจเป็นเรื่องที่ค่อนข้างขัดแย้งกับหลักการของรัฐประชาชาติ²⁷ แต่โดยลักษณะที่ว่านี้ถือเป็นกระบวนการหนึ่งซึ่งเป็นการสัมพันธ์รูปแบบใหม่ของตะวันตกที่อาศัยรูปแบบของความทันสมัยมาเป็นส่วนหนึ่งของการรุกทางวัฒนธรรมโดยข้ามขอบเขตของวัฒนธรรมแบบรัฐประชาชาติซึ่งแตกต่างไปจากรูปแบบของจักรวรรดินิยมแบบเดิมๆ

สำหรับสังคมไทยนั้นได้รับผลกระทบของวาทกรรมการพัฒนาแบบสมัยใหม่นี้ ทั้งในแง่ของการเปลี่ยนแปลงทางการผลิต การขยายตัวของชุมชนกลายเป็นเมืองใหม่ การเปลี่ยนแปลงของครอบครัวและโครงสร้างของประชากร จนนำไปสู่การแทรกแซงส่วนต่างๆ ทางเศรษฐกิจจากบรรษัทข้ามชาติและสถาบันการเงินระหว่างประเทศ ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้เป็นรูปแบบการพัฒนาที่ขยายตัวในสังคมไทยถึงขนาดมีการกล่าวกันว่าจะนำไปสู่ “การล่มสลายของวัฒนธรรมชุมชน”²⁸ กล่าวคือ การพัฒนาลักษณะนี้นำไปสู่ความโน้มเอียงที่จะพัฒนาระบบอุตสาหกรรมมากกว่าเกษตรกรรม หรืออีกนัยหนึ่งก็เป็นการใช้กรอบ “การพัฒนา” แบบสังคมเมืองที่เน้นความเจริญเติบโตแบบเมืองอุตสาหกรรม มากกว่า “การพัฒนา” แบบชนบทที่เป็นการพัฒนาวิถีชีวิตชุมชน ประเพณี และวิถีภูมิปัญญาท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาพบว่า การรุกเข้ามาของกระแสการพัฒนาศักยภาพใหม่ในสังคมไทยก็ได้เปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันไปสู่สังคมแบบสมัยใหม่จนนำไปสู่การสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งหมด แต่ทว่าในกระบวนการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นการปรับเปลี่ยนที่ยังคง

²⁷ กลไกของรัฐประชาชาติเป็นกลไกที่เอื้อต่อวัฒนธรรมแบบเดี่ยว มากกว่าวัฒนธรรมที่เป็นเรื่องของ การสร้างความแตกต่างหลากหลาย ดู ธเนศ วงศ์ยานนาวา, ความไม่หลากหลายของความหลากหลายทาง วัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : สมมติ, 2552), น.56.

²⁸ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, “โลกาภิวัตน์กับสังคมเศรษฐกิจไทย ปาฐกถาสุภา ศิริमानนท์ ปี 2537,” ใน เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง “วัฒนธรรมกับสังคมไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง,” อภิชาติ สถิตินิรามัย (บรรณาธิการ), (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), น.29.

รูปแบบของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมที่ซ้อนทับกันอยู่ในสถานะสมัยใหม่ได้ เนื่องจากสังคมไทยอยู่ในช่วงระยะของการเปลี่ยนผ่านสู่ความทันสมัยหรืออาจเรียกว่าเป็นสังคมเปลี่ยนผ่าน (prismatic society) ซึ่งยังคงมีการผสมกันระหว่างวัฒนธรรมเก่าคือสิ่งที่มีอยู่แต่เดิมและวัฒนธรรมใหม่ที่มาจากภายนอก โดยลักษณะโครงสร้างที่ปะปนกันเช่นนี้เรียกอีกอย่างว่าเป็นโครงสร้างแบบ “ทวิลักษณ์”(structural dualism)²⁹ ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์โดยมองว่าสังคมวัฒนธรรมไทยนั้นเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิงไปตามกระแสของการพัฒนาแบบสมัยใหม่ แต่ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือการปรับเปลี่ยนพัฒนารูปแบบทางวัฒนธรรมประเพณีแบบเดิมให้ดำรงและสอดคล้องอยู่ในสถานะสมัยใหม่ได้มากกว่า กล่าวคือ รูปแบบการพัฒนาวัฒนธรรมประเพณี วิถีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความหลากหลายต่างๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจ นั่นคือการปรับเปลี่ยนในลักษณะที่กลายสถานะเป็นประเพณีแบบประดิษฐ์ (invention of tradition)³⁰

การปรับเปลี่ยนสถานะเป็นประเพณีประดิษฐ์นั้นเป็นความเปลี่ยนแปลงทางหนึ่งที่เป็นผลมาจากการพัฒนาแบบสมัยใหม่ และดังที่ได้กล่าวไปในตอนต้นแล้วว่าส่วนหนึ่งของความเป็นสมัยใหม่ คือ การเกิดรูปแบบของสังคมบริโภคนิยม (consumeristic society) ขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ชุมชนกำลังเผชิญควบคู่ไปกับกระแสของการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีที่นำมาประกอบสร้างใหม่ในรูปแบบของการสร้างทางเลือกใหม่เพื่อตอบสนองสังคมบริโภคนิยมยุคใหม่ ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีหรือระบบความเชื่อของชุมชนแบบเดิมได้เปลี่ยนโครงสร้างความสัมพันธ์เพื่อรองรับการบริโภคในเชิงการค้าและการท่องเที่ยวแทนที่โครงสร้างความสัมพันธ์แบบเดิมซึ่งมีบทบาทหน้าที่ในการจัดระเบียบ การควบคุม และการสร้างความสัมพันธ์ ดังที่ได้วิเคราะห์ถึงความหมายของความเชื่อเรื่อง “พญานาค” ในส่วนที่แล้วซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำให้เป็นสินค้า

จากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังที่กล่าวมา เมื่อวิเคราะห์ “บั้งไฟพญานาค” ในบริบทของการพัฒนาสมัยใหม่นั้น จะพบว่า

1) รูปแบบทางความเชื่อต่อปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคในสังคมไทย ที่เชื่อกันว่าเป็นเรื่องของ “พญานาค” นั้นยังคงเป็นความเชื่อที่สามารถนำมาใช้ได้ ในสถานะของความเป็น

²⁹ เป็นข้อสังเกตหนึ่งของโครงสร้างของสังคมในประเทศกำลังพัฒนาที่มีโครงสร้างของสังคมเก่าและใหม่ซ้อนกันอยู่ และไม่สามารถแบ่งอย่างหยายๆ ได้ว่าเป็นการ “พัฒนา” หรือไม่ “พัฒนา” ดู ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบ : การบริหารจัดการในโลกยุคหลังสงครามเย็น, น.60.

³⁰ ธเนศ วงศ์ยานนาวา, ความไม่หลากหลายของความหลากหลายทางวัฒนธรรม, น.64.

สมัยใหม่ที่เชื่อเรื่องหลักเหตุผลแบบวิทยาศาสตร์ ซึ่งสะท้อนรูปแบบของสังคมไทยที่เป็นโครงสร้างแบบวัตถุนิยมได้เป็นอย่างดี โดยที่พิธีกรรมต่างๆ ที่ประกอบพิธีกรรมบั้งไฟพญานาค ไม่ว่าจะเป็นการแสดงแสงสีเสียงเกี่ยวกับความเป็นมาของพญานาค การบูชาพญานาค การแข่งเรือ การประกวดกระทง ฯลฯ ได้ปรับตัวไปสู่การเป็นพิธีกรรมและประเพณีประดิษฐ์เพื่อดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการปรับตัวเพื่อให้วัฒนธรรมประเพณีแบบเดิมไปด้วยกันกับสังคมบริโภคนิยมใหม่ กรณีเช่นนี้อาจมองได้ว่าเป็นการรื้อสร้างวัฒนธรรมแบบเดิมก็ว่าได้ แม้ในแง่หนึ่งประเพณีประดิษฐ์จะหมายถึงการบิดเบือนวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่ขณะเดียวกันการนำกลับมาสร้างใหม่ก็ถือเป็นการรักษาสืบต่อมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมให้ดำรงอยู่ต่อไปด้วย

2) วัฒนธรรมการชมบั้งไฟพญานาคที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นเรื่องของการนำสื่อการแสดงพิธีกรรมและประเพณีประดิษฐ์มาใช้เป็นส่วนประกอบมากขึ้นเพื่อสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยว ความเปลี่ยนแปลงนี้แสดงให้เห็นว่ามีการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรมความเชื่อของชุมชนท้องถิ่นและวัฒนธรรมทุนนิยม ซึ่งทั้งสองวัฒนธรรมนี้มีระบบการให้คุณค่าที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ลักษณะย้อนแย้งเช่นนี้เป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นว่าระบบทุนนิยมนั้นสามารถสอดแทรกเข้าไปอยู่ในทุกๆ กิจกรรมหรือสามารถปรับเปลี่ยนทุกสิ่งทุกอย่างให้เป็นสินค้าได้ (commodification)³¹ ซึ่งถือเป็นพัฒนาการของระบบทุนนิยมที่สามารถปรับตัวได้อย่างกลมกลืนท่ามกลางกระแสความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรม หรือโดยนัยหนึ่งกระแสความหลากหลายทางวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ไปได้ดีกับระบบทุนนิยมด้วย³²

3) การที่ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น ส่งเสริม ผลักดันให้เกิดการพัฒนาในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของภูมิภาคลุ่มน้ำโขงในจังหวัดหนองคาย เช่น ที่มีการนำเอาเทศกาลออกพรรษาซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องบั้งไฟพญานาคและแม่น้ำโขงมาเป็นจุดขาย ถือเป็นเรื่องดีที่เป็นการมองความเชื่อและประเพณีดั้งเดิมของไทยในฐานะของ “การลงทุนทางวัฒนธรรม” ที่ส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศในบริบทของการพัฒนาสมัยใหม่³³ โดยการพัฒนาลักษณะนี้สะท้อนผลกระทบของกระแสการพัฒนาให้เป็นสมัยใหม่แบบตะวันตกที่ทำให้ประเทศกำลังพัฒนา

³¹ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, “โลกาภิวัตน์กับสังคมเศรษฐกิจไทย ปาฐกถาสุภา ศิริमानนท์ ปี 2537,” ใน เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง “วัฒนธรรมกับสังคมไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง,” น.28.

³² ธเนศ วงศ์ยานนาวา, ความไม่หลากหลายของความหลากหลายทางวัฒนธรรม, น.54.

³³ ชัยอนันต์ สมุทวณิช, วัฒนธรรมคือทุน, น.38-39.

เริ่มทบทวนและหันกลับไปหา “ราก” หรือวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง แต่หากมองอีกแง่หนึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ก็มองได้ว่าเป็นการสถาปนาอำนาจ“ภายใน”ของรัฐประชาชาติในกระแส“การพัฒนา”ที่มีทิศทางวัฒนธรรมปัจจุบันมิได้เป็นสิ่งที่ถูกกำหนดจาก“ภายนอก”เท่านั้น³⁴

4) การพัฒนาในแนวทางที่เป็นอยู่ปัจจุบันเมื่อพิจารณาแล้ว พบว่าเป็นการพัฒนาที่ไม่ได้ขาดมิติทางวัฒนธรรม เพราะจะเห็นว่ายังมีกระแสการพัฒนาจากภายนอกรุกเข้ามามากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้สังคมเริ่มตระหนักและเห็นคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมมากขึ้น การท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคอีสานเลียบแม่น้ำโขงจึงเป็นบริเวณที่ภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น และชุมชนเล็งเห็นความสำคัญร่วมกันในการพัฒนาและรักษาสืบทอดวัฒนธรรมในความหมายที่เป็นความเจริญทาง “อารยธรรม” เอาไว้ ดังนั้นอารยธรรมรวมทั้งภูมิปัญญาที่แฝงอยู่ในคติความเชื่อที่ปลูกฝังกันมา ไม่ว่าจะเป็นต่อแม่น้ำโขงซึ่งเป็นสถานที่อันศักดิ์สิทธิ์ รวมถึง “พญานาค” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับความศรัทธาต่อศาสนาพุทธและความอุดมสมบูรณ์ จึงเป็นมรดกในฐานะทุนวัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสการพัฒนาที่เข้ามาจากภายนอก แต่กระนั้นก็ตามหากพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงของผลที่ตามมาในเชิงลึก การพัฒนาดังกล่าวก็เป็นการพัฒนาที่อยู่บนฐานความคิดทางวัฒนธรรมแบบหยุดนิ่งและตายตัว³⁵ กล่าวคือ การพัฒนามิติทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวนั้นก็เป็นการพัฒนาที่ไม่ต่างไปจากการแข่งวิ่งประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ เอาไว้สำหรับประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจอย่างเดียว ทำให้วัฒนธรรมเหล่านั้นหยุดนิ่งไม่ได้เคลื่อนไหวหรือเปลี่ยนแปลงไปอย่างเป็นธรรมชาติหรือสามารถเป็นทางเลือกในการพัฒนามิติทางวัฒนธรรมที่หลากหลายที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคม

โดยสรุปแล้ว “บั้งไฟพญานาค” ในวาทกรรมการพัฒนาสมัยใหม่ อาจเป็นกรณีศึกษาหนึ่งที่สะท้อนได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันเริ่มหันกลับมาให้ความสำคัญกับรากฐานเดิมซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมของสังคมไทย โดยเป็นการนำเอาวัฒนธรรมประเพณีมาปรับใช้ในโครงสร้างความสัมพันธ์แบบใหม่ที่ชุมชนท้องถิ่นมีความเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสการพัฒนาให้เป็นสมัยใหม่หรืออาจเรียกว่าเป็นการพัฒนาไปสู่สังคมเมือง ที่ไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงชีวิตความ

³⁴ ชนศ วงศ์ยานนาวา, ความไม่หลากหลายของความหลากหลายทางวัฒนธรรม, น.109.

³⁵ อานันท์ กาญจนพันธุ์, วัฒนธรรมกับการพัฒนา : มิติของพลังที่สร้างสรรค์, (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2541), น.32.

เป็นอยู่ที่ทันสมัยขึ้นแต่เป็นการปรับโลกทัศน์และชีวิตศัลยกรรมเมืองเข้าไปด้วย ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันการแยกแยะระหว่างสังคม“ชนบท”และสังคม“เมือง”ก็เริ่มมีความแตกต่างกันน้อยลงทุกขณะ และการที่บั้งไฟพญานาคในปัจจุบันถูกทำให้เป็น “สินค้า” เพื่อการท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เพราะขณะเดียวกันก็ยังมีความต้องการรักษาสืบทอด“ทุนทางวัฒนธรรม”ดังกล่าวเอาไว้ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าขบคิดกันต่อไปว่าจะมีทางเลือกในการลงทุนทางวัฒนธรรมไปในทิศทางไหนได้อีกต่อไป ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเช่นนี้

2. บั้งไฟพญานาคกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวในท้องถิ่นภาคอีสาน ส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งมักเป็นสถานที่สำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นหรือมักจะเรียกการท่องเที่ยวลักษณะนี้กันว่าเป็น “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม”(cultural tourism) โดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นแนวความคิดใหม่ของการท่องเที่ยวที่พยายามจะสร้างวิถีใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมที่มักจะเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพักผ่อนหย่อนใจหรือเป็นเรื่องของการเสพและบริโภค แบบที่มักพบเห็นว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นิยมเที่ยวกันเป็นหมู่คณะ ซึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากๆ ก็สามารถเปลี่ยนแปลงหมู่บ้านเล็กๆ ให้กลายเป็นแหล่งบันเทิงที่มีสถานบริการประเภทต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงเป็นแนวคิดใหม่ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาด้านภูมิปัญญาแบบสร้างสรรค์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และเป็นลักษณะที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์(ecological tourism)ไปในตัว³⁶

ในแผนการพัฒนาของรัฐเองก็พยายามผลักดันให้ภูมิภาคอีสานของประเทศไทยซึ่งมีแหล่งสถานที่ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอยู่หลายแห่ง เช่น ปราสาทหินพิมาย (จังหวัดนครราชสีมา) เขาพนมรุ้ง(จังหวัดบุรีรัมย์) พระธาตุพนม(จังหวัดนครพนม) เป็นสถานที่ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยจังหวัดในแถบอีสานที่อยู่ติดกับ

³⁶ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : มุลนิธิภูมิปัญญา 2540),

แม่น้ำโขงก็ถือเป็นบริเวณที่ได้ผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของแผนการพัฒนการท่องเที่ยวด้วย³⁷

การท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคก็ถือเป็นทิศทางการท่องเที่ยวหนึ่งที่สอดคล้องกับแนวคิดและความหมายของ “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” เพราะบั้งไฟพญานาคในจังหวัดหนองคายนอกจากจะเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้คนอยากจะไปพิสูจน์ความเชื่อแล้ว ยังเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และเข้าใจภูมิปัญญาพิธีกรรมต่างๆ ของท้องถิ่นอีสานที่มีต่อแม่น้ำโขง และมีความเกี่ยวพันกับพญานาคตามประวัติศาสตร์ความเชื่อของคนในท้องถิ่นที่เชื่อมติดต่อกับความเชื่อในประวัติศาสตร์ของชนชาติต่างๆ ในบริเวณลุ่มแม่น้ำโขงที่มีมาอย่างยาวนานอีกด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม เป็นสิ่งที่น่าพิจารณาอย่างยิ่งว่าการที่เกิดกระแสการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบันนั้น ในทางปฏิบัตินักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและสนใจต่อแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังที่กล่าวมานั้นมากน้อยแค่ไหน เพราะโดยทั่วไปแล้ว นักท่องเที่ยวก็นิยมใช้ระยะเวลาเพียงสั้นๆ ในการเยี่ยมชมสถานที่ ชุมชน วัตถุ ประเพณี ฯลฯ ที่ถูกจัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นวิธีการท่องเที่ยวที่มักจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และทำความเข้าใจต่อ ประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมมากนัก³⁸ หรือในแง่หนึ่งอาจเพียงแค่สนใจสิ่งเหล่านี้ในฐานะที่เป็นเพียงสิ่ง “แปลกประหลาด” (exotic) เท่านั้น

ดังนั้นมูลเหตุหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อชมบั้งไฟพญานาค นอกจากจะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแล้วก็อาจถือเป็นการท่องเที่ยวที่อยู่ในฐานะของการบริโภคความแปลกประหลาดได้เหมือนกัน ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่วัฒนธรรมการท่องเที่ยวด้วยการเสพและการบริโภคได้กระจายสู่แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมด้วย

กล่าวได้ว่าสิ่งที่เป็ผลกระทบบตามมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ก็คือ ความพยายามในการเข้าไปพัฒนาเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าในรูปแบบของการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก หรือการทำให้วัฒนธรรมและประเพณีเหล่านั้นกลายเป็น

³⁷ ดู “นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยว พ.ศ. 2551”

<http://www.thai2learn.com/moi/images/stories/docs/paper142.pdf>

³⁸ อานันท์ กาญจนพันธุ์, ความไม่หลากหลายของความหลากหลายทางวัฒนธรรม, น. 4.

“การแสดง” และ “สินค้า” เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นำมาซึ่งรายได้มหาศาลให้แก่ นักธุรกิจที่หาผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยบุคคลในแวดวงการท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งจึงมองในแง่ลบว่า การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็น “อาชญากรรมทางวัฒนธรรม” เพราะเป็นตัวเร่งเร้าให้ประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาซึ่งเป็นตลาดการท่องเที่ยวราคาถูก นำทุกอย่างออกขาย ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตของผู้คน รวมทั้งผู้หญิงและเด็ก เพียงเพราะต้องการรายได้จากการท่องเที่ยว³⁹

จากการกล่าวถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการบริโภคหรือการทำให้ วัฒนธรรมเป็นสินค้า จนนำมาสู่แนวคิดที่จะสร้างการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อนำมาเป็น ทางเลือกนั้น เมื่อศึกษากรณีการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบัน สามารถวิเคราะห์ได้ 3 ลักษณะ คือ

1) ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคที่ผ่านมา นั้น ไม่ได้ให้น้ำหนักกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากนัก กล่าวคือ ในภาพรวมของการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบันเป็นเพียงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่เน้นการชมปรากฏการณ์ความประหลาดของการเกิด ลูกไฟลอยขึ้นเหนือแม่น้ำที่เรียกกันว่าบั้งไฟพญานาค ประกอบกับเป็นการเที่ยวชมงานวันออกพรรษาซึ่งจัดการแสดงต่างๆ ที่เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการบริโภค เช่น เทศกาลอาหาร การประกวดกระทง การชมการแสดงแสงสีเสียง ฯลฯ มากกว่ามุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้มาท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ศึกษาวิถีทางภูมิปัญญา โดยละเลยความหมายหนึ่งของวิถีการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ทำให้ทราบนัยของความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์และความเชื่อ วิถีชีวิตของผู้คนในบริเวณลุ่มน้ำโขง หรือในแง่หนึ่งสื่อก็ไม่นิยมนำเสนอการท่องเที่ยวลักษณะนั้นมากนัก เพียงเลือกนำเสนอว่าบั้งไฟพญานาคเกิดขึ้นจริงหรือไม่เท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยนำประเพณีดั้งเดิมต่างๆ เช่น การลอยกระทง การแข่งเรือ การบูชาพญานาค มาประกอบการชมปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค เพื่อให้คนภายนอกได้มาร่วมกิจกรรมกับผู้คนในท้องถิ่นก็ถือเป็นทิศทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้ดึงเอาทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ภายใต้กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และเป็นสิ่งที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไป

³⁹ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, น.7.

2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาค เป็นรูปแบบที่เน้นหนักกับการเชิญชวนให้มาพิสูจน์ความเชื่อโดยมีพญานาคเป็นองค์ประกอบหลัก เช่น การใช้พญานาคเป็นสัญลักษณ์ในโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว(ดูรูปภาพที่ 3 ประกอบ) และมีประเพณีการเล่นพื้นบ้านต่างๆ เป็นองค์ประกอบรอง เช่น เทศกาลถนนอาหาร การประกวดกระทงยักษ์ การแข่งขันเรือยาว การแสดงแสง-เสียงเปิดตำนาน “บั้งไฟพญานาค” การประกวดปราสาทผึ้งแบบดั้งเดิม การลอยเรือไฟบูชาพญานาค การลอยกระทงสาย การตัดบาตรเทโวโรหณะ ฯลฯ⁴⁰ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคที่ใช้องค์ประกอบที่กล่าวมานั้น ในด้านหนึ่งมองได้ว่าความเชื่อเรื่องพญานาคและประเพณีต่างๆ นั้นถือเป็นมรดกแห่งอดีตซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีราคาในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้นวัฒนธรรมดั้งเดิมจึงมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต ส่วนในอีกด้านหนึ่งก็มองได้เช่นกันว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่ว่าจะโดยสื่อต่างๆ ทีวี วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้ผู้คนเห็นคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ประเพณีดั้งเดิม จนทำให้ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นมีความหมายที่ขยายไปสู่การท่องเที่ยวในมิติของทุนทางวัฒนธรรมเดิมของท้องถิ่นมากขึ้นหรือสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นมากขึ้นตามมา

3) การท่องเที่ยวเพื่อชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบัน ส่วนหนึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่าเป็นวิวัฒนาการของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่เป็นผลผลิตของ “วัฒนธรรมชนชั้นกลาง” หรือกล่าวอีกอย่างได้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อชมบั้งไฟพญานาคนั้นเป็นการท่องเที่ยวที่คนในท้องถิ่นจัดขึ้นเพื่อรองรับคนภายนอกที่เข้ามาเที่ยวชมและพิสูจน์ปรากฏการณ์ความแปลกประหลาด โดยที่ท้องถิ่นเป็นฝ่ายรับมือและปรับเข้าหานักท่องเที่ยว แทนที่นักท่องเที่ยวจะเป็นฝ่ายปรับตัวเข้าหาคนในท้องถิ่นเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมความเชื่อเรื่องพญานาค และการที่บั้งไฟพญานาคได้กลายเป็นเรื่องที่รับรู้ของสังคมในวงกว้างภายใต้รูปแบบของการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ก็ทำให้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกสารทิศซึ่งมีทั้งคนในท้องถิ่นและคนจากที่อื่นเข้ามาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลออกพรรษาที่มีการจัดงานเพื่อชมบั้งไฟพญานาค ในช่วงดังกล่าวย่อมเป็นช่วงที่

⁴⁰ ดูการประชาสัมพันธ์ใน “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: เทศกาลและงานประเพณี”

เต็มไปด้วยความหลากหลายของผู้คนที่เข้ามาท่องเที่ยว ในท้องถิ่นจึงเต็มไปด้วยความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรมปะปนกัน และการท่องเที่ยวยุคใหม่นั้นได้มีการนิยามกันว่าเป็นการท่องเที่ยวที่คนส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลาง⁴¹ ก็ทำให้การจัดงานท่องเที่ยวเทศกาลออกพรรษา รวมทั้งการชมบั้งไฟพญานาค ต้องปรับรูปแบบวิถีชีวิตไปตามค่านิยมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างจากคนในท้องถิ่นหรือคนในพื้นที่ ฉะนั้นในแง่หนึ่งสังคมแบบท้องถิ่นจึงไม่สามารถดุดคดกันให้นักท่องเที่ยวที่เป็นคนแปลกหน้าต้องปรับตัวเข้ากับสังคมนั้นๆ ทั้งๆ ที่นักท่องเที่ยวเป็นเพียงกลุ่มคนที่ปรากฏตัวในชุมชนในระยะเวลาอันสั้น⁴² กล่าวเช่นนี้ก็เพราะว่า การท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบัน มีการปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ตามความสนใจ เช่น การแสดงแสงสีเสียงบั้งไฟพญานาค การจัดเทศกาลถนนอาหาร การประกวดกระทง ฯลฯ ที่เป็นรูปแบบของประเพณีประเพณีต่างๆ นั้น สะท้อนว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นเริ่มจะกลายเป็นวัฒนธรรมรอง ในขณะที่ถูกรอบทับโดยวัฒนธรรมท่องเที่ยวที่เน้นการบริโภคแบบฉาบฉวย หรือเริ่มมีแนวโน้มนำไปสู่การยึดถือความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยที่คนในท้องถิ่นต้องปรับแบบแผนพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น ซึ่งความต้องการดังกล่าวก็ล้วนแต่เป็นเงื่อนไขของธุรกิจท่องเที่ยว

โดยสรุปแล้ว ทิศทางของการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบัน ส่วนหนึ่งถือเป็นเรื่องที่ได้นำเอาวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นมาเชื่อมต่อการท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะทำให้การท่องเที่ยวมีความน่าสนใจขึ้นมาแล้ว ยังถือเป็นการรักษาสืบต่อรูปแบบพิธีกรรมและประเพณีบางอย่างเอาไว้ โดยจะเห็นว่าความคิดความเชื่อเรื่องราวตำนานของพญานาคที่เป็นต้นทุนเดิมที่มีอยู่ในท้องถิ่นเริ่มที่จะขยายสู่การรับรู้ของคนโดยทั่วไปแล้ว แต่ขณะเดียวกันก็ต้องยอมรับว่าการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบันเป็นการแสวงหาสิ่งแปลกประหลาดให้แก่นักท่องเที่ยวหรือเป็นการตอบสนองวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ที่คนในท้องถิ่นเองอาจต้องเป็นฝ่ายปรับตัวตามความต้องการของสิ่งเหล่านี้ โดยอาจมองได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนประเพณีและพิธีกรรมดั้งเดิมที่เป็นความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคที่เคยมีอยู่ภายในชุมชนท้องถิ่นในแบบเดิมให้กลายมาเป็นพิธีกรรมเพื่อนำเสนอในลักษณะของสินค้าเพื่อไปสู่การรับรู้ของ

⁴¹ นิธิ เอียวศรีวงศ์, “วัฒนธรรมพื้นบ้านกับการท่องเที่ยว”, การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง วัฒนธรรมพื้นบ้าน : กรณีอีสาน, (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2533), น.114.

⁴² เรื่องเดียวกัน, น.116.

คนที่มาเที่ยวชม ซึ่งในแง่ “นักท่องเที่ยว” จะกลายเป็นผู้ที่กำหนดเองว่าการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคนี้ จะมีความหมายต่อนักท่องเที่ยวอย่างไร กล่าวคือ อาจจะเป็นความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อไปดูปรากฏการณ์แปลกประหลาดและพิธีกรรมความเชื่อที่หาดูได้ยาก หรืออาจจะ เป็น “นักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” ที่เดินทางเพื่อการเปิดโลกทัศน์ของตัวเอง ด้วยการเรียนรู้ วัฒนธรรมในท้องถิ่น พร้อมๆ กับการเคารพและรักษาวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่น

3. บั้งไฟพญานาคกับทุนทางวัฒนธรรม

คงต้องยอมรับว่าแนวทางการท่องเที่ยวในยุคใหม่เริ่มที่จะมีการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่น ต่างๆ มาใช้ในการทำนองเดียวกันกับการลงทุนทางเศรษฐกิจอื่นๆ วัฒนธรรมจึงเปรียบได้กับต้นทุนที่ ทุกสังคมมีอยู่ก่อนแล้วในรูปแบบที่หลากหลาย ตั้งแต่ในเรื่องของศิลปกรรม ศิลปะ และภูมิปัญญา ฯลฯ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันก็คือการนำทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาเป็นส่วนสำคัญใน การปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของการบริโภคยุคใหม่ โดยเราจะเห็นว่าแม้แต่วิถีชีวิต ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ก็สามารถนำมาเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้⁴³ การท่องเที่ยวยุคใหม่จึง กลายเป็นเรื่องที่ทำให้พื้นที่ส่วนของวัฒนธรรมแบบกระแสรองเป็นสินค้าเพื่อนำมาเป็นจุดขาย ได้

ในช่วงของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเท่าที่ผ่านมา การพัฒนาส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาที่มองข้ามความคิดเรื่องทุนวัฒนธรรมไป หรือมองข้ามวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่นในระดับ ย่อยๆ แต่ไปมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมในระดับชาติ⁴⁴ และจากการมองวัฒนธรรมลอยอยู่บน วัฒนธรรมระดับชาตินี้เองทำให้ความหมายของ “วัฒนธรรม” กลายเป็นเพียงพื้นที่ที่ถูกเข้าใจในฐานะ ของวัฒนธรรมแห่งชาติหรือวัฒนธรรมไทยแบบสากล⁴⁵ โดยแตกต่างจากวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็น พื้นที่ของความแตกต่างหลากหลายหรือเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดในฐานะที่เป็นวิถีชีวิต เป็นประเพณีปฏิบัติ หรือเป็นภูมิปัญญาที่สืบสานกันมา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้วิถีชีวิตและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของมากกว่า โดยที่ส่วนใหญ่ก็มักจะไม่ได้รับการยอมรับทั้งในทางกฎหมายและนโยบายการสนับสนุนของรัฐ

⁴³ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, น.7.

⁴⁴ อานันท์ กาญจนพันธุ์, วัฒนธรรมกับการพัฒนา : มิติของพลังที่สร้างสรรค์, น.33.

⁴⁵ ชัยอนันต์ สมุทวณิช, วัฒนธรรมคือทุน, น.61.

เอง จนทำให้ในแง่หนึ่งวัฒนธรรมชุมชนได้กลายเป็นวัฒนธรรมกระแสรอง ที่ถูกวัฒนธรรมหลักของชาติครอบทับอยู่⁴⁶

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากที่เกิดกระแสโลกาภิวัตน์ขึ้นก็ส่งผลทำให้วัฒนธรรมที่ข้ามขอบเขตของวัฒนธรรมของชาติมีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ กล่าวคือ กระแสวัฒนธรรมแบบตะวันตกได้เริ่มเข้าสู่วิถีชีวิตและวิถีปฏิบัติของผู้คน ทั้งในสังคมเมืองและชนบท ดังเช่น การเกิดกระแสการบริโภคนิยม ตั้งแต่การแต่งกาย การกิน การใช้ ฯลฯ ที่มาจากกระแสวัฒนธรรมตะวันตกที่ไหลรินเข้ามาจนเกิดการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม(cultural diffusion)⁴⁷ จากสังคมหนึ่งสู่สังคมหนึ่ง ที่ในภายหลังได้ทำให้วัฒนธรรมดังกล่าวกลายเป็นวัฒนธรรมที่เป็นสากล(universal culture)

การหันกลับมาให้ความสนใจกับวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นทุนนี้จึงถือเป็นแนวทางหนึ่งของการปฏิเสธแนวทางการครอบงำที่เป็นแบบตะวันตก โดยเป็นการนำต้นทุนที่มีมาอยู่ก่อนแล้วที่เป็นรากฐานของสังคม มามุ่งเน้นและพัฒนาเพื่อฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม เช่น การจัดตั้งกระทรวงวัฒนธรรมขึ้น เป็นต้น ซึ่งในแง่หนึ่งอาจเป็นการทำให้เรื่องของวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่หยุดนิ่ง⁴⁸

แนวการพัฒนาทางวัฒนธรรมในฐานะของทุนที่เปรียบเสมือนการลงทุนทางด้านเศรษฐกิจหรือการนำการผลิตสินค้าและบริการเข้าไปเป็นส่วนผสมนั้น ได้ทำให้การท่องเที่ยวปัจจุบันเริ่มนำวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นต่างๆเข้ามามีบทบาทหรือแฝงเข้าไปอยู่ในสินค้าและบริการต่างๆมากขึ้นเรื่อยๆ⁴⁹ การชมปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคก็เริ่มเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่วนหนึ่งเน้นทุนวัฒนธรรมที่เป็นความเชื่อเรื่อง “พญานาค” และประเพณีท้องถิ่นอื่นๆเป็นจุดสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว

⁴⁶ ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ, “การต่อสู้ระหว่างชายขอบกับศูนย์กลาง : ประวัติศาสตร์การสร้างอัตลักษณ์รัฐชาติไทย,” ต่อสู้และต่อรอง : อำนาจรัฐกับการปฏิวัติวัฒนธรรม, วารสารไทยคดีศึกษา ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (เมษายน-กันยายน 2550), น.9.

⁴⁷ อมรา พงศาพิชญ์, ความหลากหลายทางวัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น.12.

⁴⁸ นิธิ เอียวศรีวงศ์, “วัฒนธรรมพื้นบ้านกับการท่องเที่ยว,” การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง วัฒนธรรมพื้นบ้าน : กรณีอีสาน, น.122

⁴⁹ ชัยอนันต์ สมุทวณิช, วัฒนธรรมคือทุน, น.82.

ลักษณะการท่องเที่ยวโดยนำเอาความเชื่อและประเพณีต่างๆ มาเป็นส่วนผสมกับการท่องเที่ยวอย่างกรณีของการชมบั้งไฟพญานาคที่จังหวัดหนองคายนี้ถือได้ว่าเป็นการทำให้อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมในระดับย่อย เช่น ในท้องถิ่นชุมชน สามารถที่จะมีตำแหน่งแห่งที่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่มักยึดถือวัฒนธรรมแบบสากลได้ และถือเป็นการทำให้ความหมายของวัฒนธรรมได้ขยายขอบเขตไปสู่ความหมายที่เป็นเรื่องของวัฒนธรรมย่อยในระดับชุมชนท้องถิ่น ที่ไม่ได้ลอยอยู่บนวัฒนธรรมของชาติ หรือ “ความเป็นไทย” ที่นิยามอย่างกว้างๆ เพียงเท่านั้น

ทั้งนี้เมื่อศึกษาความหมายของพญานาคที่เป็นความเชื่อท้องถิ่นและถือเป็นทุนทางวัฒนธรรม ก็จะพบว่า ความหมายของพญานาคนั้นเป็นเรื่องที่ได้รับการนำไปใช้ในหลากหลายความหมาย(ซึ่งกล่าวถึงรายละเอียดแล้วในบทที่ 3) อันได้แก่

- 1) พญานาค คือ เทพเทวาที่อาศัยอยู่ใต้พิภพ
- 2) พญานาค คือ ความอุดมสมบูรณ์
- 3) พญานาค คือ สัตว์มีพิษร้าย
- 4) พญานาค คือ ลัทธิทางศาสนา
- 5) พญานาค คือ สิ่งก่อสร้างและควบคุมสังคม
- 6) พญานาค คือ กลุ่มคนที่สัมพันธ์กับแม่น้ำโขง

ความหมายเหล่านี้ถือเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างยิ่งของการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยว หรือเปลี่ยนจากทุนทางวัฒนธรรมในฐานะของความเชื่อที่เคยรับใช้คนในชุมชนท้องถิ่นไปเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่นำไปสู่การทำให้เป็นความน่าสนใจและดึงดูดใจสำหรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพิสูจน์ความเชื่อดังกล่าว ที่มีกรอบการรับรู้เกี่ยวกับพญานาคหรือความเชื่ออื่นๆ เกี่ยวกับพญานาค ผ่านวิถีชีวิต การเรียนรู้ การได้รับข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ซึ่งก็ถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมในระดับบุคคลมาก่อนแล้ว จึงทำให้บั้งไฟพญานาคมีความน่าสนใจยิ่งขึ้นสำหรับการมาท่องเที่ยวเพื่อดูปรากฏการณ์

และสิ่งที่สำคัญก็คือทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ยังมีกระบวนการของการรักษาและสืบทอดความเชื่อดั้งเดิมเกี่ยวกับพญานาคผ่านพิธีกรรมที่มีพญานาคในความหมายต่างๆ เข้าไปเกี่ยวข้องหรือแฝงอยู่ด้วย เช่น การบวงสรวง การแข่งขันบั้งไฟ การประกวดกระทง การแข่งเรือ การลอยเรือไฟ ฯลฯ ซึ่งทำให้ความหมายของพญานาคที่เป็นความเชื่อทั้งหลายที่กล่าวมานั้นสามารถดำรงอยู่ได้ และในแง่หนึ่งก็เป็นเหมือนสินค้าที่หารายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนจากการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ดี ในการศึกษานี้มีข้อสังเกตว่า กรณีของการท่องเที่ยวชมบั้งไฟพญานาคนั้น เป็นเรื่องประกอบไปด้วยวัฒนธรรม 2 แบบ ได้แก่

1. วัฒนธรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ที่เน้นการบริโภคสินค้า การบริการ
2. การรักษาสืบทอดประเพณีพื้นบ้าน และความเชื่อรวมถึงพิธีกรรมต่างๆ

ซึ่งในแง่หนึ่งทั้ง 2 สิ่งนี้อาจเป็นสิ่งที่นำมาบูรณาการกันเพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ของทั้ง 2 ด้าน แต่ในอีกแง่หนึ่งการรักษาสืบทอดวัฒนธรรมพื้นบ้าน รวมถึงความเชื่อและพิธีกรรมต่างๆ นั้นอาจเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมกระแสหลักซึ่งไม่ใช่วัฒนธรรมของชาติ แต่เป็นวัฒนธรรมที่เป็นสากลหรือวัฒนธรรมแบบทุนนิยม บริโภคนิยมก็เป็นได้

4. พญานาค กับสินค้าทางวัฒนธรรม

ในช่วงวันออกพรรษาของทุกปี จะเป็นช่วงเทศกาลที่ผู้คนภายในจังหวัดหนองคาย และคนภายนอกที่มาจากต่างพื้นที่ ต่างวัฒนธรรม ต่างความเชื่อ นัดหมายกันที่ริมฝั่งโขง โดยเฉพาะที่อำเภอโพนพิสัย จังหวัดหนองคาย เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นเทศกาลของการท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศทั่วโลกเดินทางมาชม “บั้งไฟพญานาค” ซึ่งเป็นสิ่งอัศจรรย์ที่อยู่คู่แม่น้ำโขงมาอย่างยาวนาน การที่ปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคได้รับความสนใจไม่ใช่เพียงเพราะว่า บั้งไฟพญานาคเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ หรือเป็นแค่ความแปลกประหลาดของปรากฏการณ์ที่ได้ นำพาผู้คนมาพิสูจน์ให้เห็นประจักษ์กับสายตาเพียงเท่านั้น แต่ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากความผูกพันกับความเชื่อ และความศรัทธาร่วมกันต่อเรื่องราวของพญานาคที่มีความเชื่อว่าอาศัยอยู่ใต้ท้องแม่น้ำโขงรวมอยู่ด้วย

ในการศึกษานี้ได้นำเสนอว่า ความเชื่อเรื่องพญานาค ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นกลับมาได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในพื้นที่สื่อหลัก โดยเฉพาะในเรื่องของความเชื่อเรื่องพญานาคถือเป็นต้นทุนอันสำคัญสำหรับวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เริ่มปรับบทบาทไปสู่การเป็นที่รับรู้ในวงกว้าง และขยายไปสู่การท่องเที่ยว จนกระทั่งนำไปสู่กระบวนการทำให้เป็นสินค้า (commoditization) ซึ่งในขณะเดียวกัน การมองวัฒนธรรมเป็นต้นทุนลักษณะนี้ในแง่หนึ่งเท่ากับการเป็นการสะท้อนถึงมุมมองต่อเรื่องของทุนทางวัฒนธรรมในความหมายที่ค่อนข้างแคบ คือ เป็นเพียงแค่ “สินค้า” ดังเช่นที่พิธีกรรมและประเพณีท้องถิ่นที่นำมาใช้ในเทศกาลวันออกพรรษาที่จังหวัดหนองคาย ถูกจัดวางให้กลายเป็นเพียงองค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ในการดึงดูดการท่องเที่ยว จนทำให้ไม่เห็นมิติความลุ่มลึกของวัฒนธรรมที่เป็นความสัมพันธ์ของคนในสังคม

การมองมิติทางวัฒนธรรมเป็นแค่เพียงสินค้า หรือทำให้ความหมายของทุนวัฒนธรรม กลายเป็นความหมายที่แคบลงเช่นนี้มีลักษณะที่เรียกว่า กระบวนการแปรรูปสิ่งเป็นสินค้า

(commodification or commoditization) กระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้กล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการที่เริ่มต้นขึ้นจากการเติบโตของสินค้าทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน หรือเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ กล่าวคือ กระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคปัจจุบันคุณค่าของสินค้าไม่ได้มีความหมายขึ้นอยู่กับสินค้านั้นๆ แต่สิ่งที่บ่งบอกคุณค่าของสินค้านั้นคือนัยทางสังคมที่มีส่วนกำกับความหมาย และทำให้กระบวนการแลกเปลี่ยนเกิดความหมายต่อการบริโภคสินค้านั้น⁵⁰ ด้วยวัฒนธรรมการบริโภคเช่นนี้จึงทำให้ปัจจุบันคำว่า “สินค้า” ได้กินความหมายต่อสรรพสิ่งต่างๆ รอบตัวให้สามารถสร้างคุณค่าในกระบวนการแลกเปลี่ยนได้

“สินค้า” ในกระบวนการแลกเปลี่ยนในที่นี้ ในแง่หนึ่งหมายถึง วัตถุสิ่งของที่สามารถซื้อขายกันได้ ซึ่งคุณลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของสินค้าในความหมายนี้ ก็คือ สินค้าจะมีราคาก็ต่อเมื่อมีความต้องการซื้อ เมื่อความต้องการซื้อีมากพอ ก็คุ้มค่าในการจะผลิตสินค้านั้นๆ แต่ในอีกแง่หนึ่ง กระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นก็มีความเกี่ยวเนื่องกับการเติบโตของระบบทุนนิยมที่มีบทบาททำให้แม้แต่ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ กลายเป็นสินค้าสำหรับวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ได้เมื่อถึงเวลานี้ได้เข้าสู่กลไกของ “ตลาด” กล่าวคือ พลังตลาดจะเป็นตัวกำหนดให้เกิดความต้องการ หรือสามารถเข้าไปสร้างคุณค่าของวัฒนธรรมหรือเรียกว่าเป็นการสร้างอุปสงค์(demand creation)ขึ้น⁵¹ ในที่นี้ประเพณี พิธีกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นตามธรรมเนียมปฏิบัติของการชมบั้งไฟพญานาค หรือกระทั่งความแปลกประหลาดที่เกิดขึ้นมานับศตวรรษของปรากฏการณ์นี้ ก็คงไม่สามารถสร้างคุณค่าและความหมายในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้เทียบเท่ากับการที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้เข้ามาสู่กลไกของตลาด เพราะจะเห็นว่าเมื่อเริ่มมีกระบวนการการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว การที่ความเชื่อเรื่องพญานาคไปปรากฏอยู่ในพื้นที่สื่อหลัก รวมถึงพื้นที่ของการกล่าวถึง เรื่องราวของพญานาคที่กว้างขวาง และทะลุทะลวงภายในสังคมเครือข่ายในโลกออนไลน์ ก็ทำให้ความเชื่อท้องถิ่นถูกกล่าวถึงและกลายเป็นเรื่องที่สามารถได้รับความสนใจขึ้นมาอย่างรวดเร็ว

⁵⁰ เกษม เพ็ญพินันท์, “ผู้พรหมแดนความรู้...เรื่องวัฒนธรรมบริโภค : ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน, ผู้พรหมแดนความรู้เรื่องวัฒนธรรมบริโภค, (กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), 2550), น. 36.

⁵¹ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่ม 1, (กรุงเทพฯ : มติชน, 2546), น.36.

ดังนั้น กระบวนการของตลาดจึงนับเป็นกลไกสำคัญในการเป็นเครื่องมือเร่งให้เกิดความต้องการมาชมปรากฏการณ์จริงด้วยตัวเอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง “พญานาค” ได้กลายเป็นสินค้าที่มีราคาขึ้นมาในระบบตลาด ซึ่งคุณค่าในเชิงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเช่นนี้มีได้เกิดขึ้นจากความน่าสนใจในปรากฏการณ์ความแปลกประหลาดภายในตัวของมันเองเท่านั้น แต่คือกระบวนการผลิตซ้ำต่างๆ ในเรื่องราวของความเชื่อที่ทำให้ตัวปรากฏการณ์มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับสังคมไทยเป็นสังคมที่สนใจในมิติทางความเชื่อและความเร้นลับของตำนานความเชื่อเรื่องพญานาคเป็นทุนเดิมอยู่ก่อนแล้ว

นอกจากนี้กระบวนการของการใช้สื่อ การโฆษณา การส่งเสริมการท่องเที่ยว ก็ยังเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่จะช่วยในการเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรมในสังคม ซึ่งก่อให้เกิดการเลียนแบบในแง่ของการบริโภค ที่ทำให้สร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมแบบใหม่เกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น ในช่วงหนึ่งเราจะพบเห็นได้จากเรื่องราวของ “จตุคามรามเทพ” ที่เป็นสินค้าทางความเชื่อที่ได้รับความนิยมขึ้นมาในทันที แต่สำหรับกรณีของบั้งไฟพญานาค ก็คือ เรื่องของการเคารพบูชาต่อพญานาค และแม่น้ำโขง โดยคุณค่าเชิงวัฒนธรรมนี้ได้กลายเป็นที่รับรู้ จนกระทั่ง “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม” กลายเป็นแนวทางของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เริ่มอยู่ในกระแสความนิยม

อย่างไรก็ดี แนวคิดเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรม” เริ่มที่จะมีการนำมาใช้ในการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เช่น ในกรณีของการชมบั้งไฟพญานาค แต่หากถูกใช้ไปในความหมายที่คับแคบและลดทอนเกินไป เหลือเพียงการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เช่น มองเห็นเพียงว่าวัฒนธรรมจะเป็นทุนได้ก็ต่อเมื่อกลายเป็นสินค้าเช่นเดียวกับสินค้า “โอท็อป”(OTOP) ซึ่งความหมายของทุนวัฒนธรรมควรจะเป็นเรื่องที่สำคัญกับความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่น ในฐานะที่วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมารับใช้คนในท้องถิ่นเองด้วย ยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่ควรนำประเด็นของทุนวัฒนธรรมมาใช้ให้เป็นเรื่องของการสร้างคุณค่าความหมายใหม่ให้แก่การท่องเที่ยว ที่เป็นการเที่ยวเพื่อที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ประเพณีต่างๆ ในรูปแบบที่มองทุนทางวัฒนธรรมในมิติที่ลุ่มลึกกว่าการทำให้กลายเป็นเพียงสินค้า หรือในแง่หนึ่งนักท่องเที่ยวควรเป็นฝ่ายปรับตัวเข้าหาชุมชนท้องถิ่นแทนที่ท้องถิ่นเป็นฝ่ายปรับเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว