

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเพณีบุญสงฆ์ช่วงสถานการณ์
การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด-19) บ้านปรางกู ตำบลมะอี
อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด*

Using Social Media to Publicize the Boon Song Ku Tradition during the Current
Pandemic Health Situation, the Spread of Covid-19 Virus at Ban Prang Ku
Ma-Ue Subdistrict, Thawat Buri District Roi Et Province

พัชรเดช เสมานู¹

Pacharadech Semanu¹

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด¹

Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus¹

Email : samanu2500@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเพณีบุญสงฆ์ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด-19) บ้านปรางกู ตำบลมะอี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์ จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อโซเชียลมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวโดยการนำสื่อออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น facebook instagram และ Website การถ่ายทอดพิธีกรรมประเพณีบุญสงฆ์เป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของปีแอร์ บูดีเยอร์ เพื่อให้ดำรงอยู่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ทางวัฒนธรรม ประเพณี ด้วยการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวที่สนใจรับรู้ข้อมูลข่าวสารหลังสถานการณ์ไวรัสโคโรนา(โควิด-19) คลี่คลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ วัฒนธรรมประเพณีและผลิตภัณฑ์ของชุมชน สินค้าหัตถกรรมโดยเฉพาะที่บ้านปรางกู ตำบลมะอี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

คำสำคัญ : โซเชียลมีเดีย; บุญสงฆ์; การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม

* Received August 13, 2021; Revised September 17, 2021; Accepted December 9, 2021

ABSTRACT

This article aims to study the use of social media to publicize the Boon Song Ku tradition during the current pandemic health situation of the Covid-19 virus at Ban Prang Ku, Ma-Ue Sub-district, Thawat Buri District. Roi Et Province. The tool used in the study was an interview. The study found that using social media to promote tourism in order to make people aware of tourist attractions by using online media as a tool to promote traditions and popular attractions to be known through various social media platforms such as; Facebook, or Instagram, and website virtual broadcasting The Boon Song Ku tradition is a cultural reproduction of the concept of Pierre Bourdieu in order to exist in connection with cultural communication. Which affects the perception of culture, traditions by using technology in order to reach tourists who are potentially interested in receiving information after the SarsCov-2 Covid-19 Corona Virus situation unfolds for tourists to know Culture, traditions, and products of the community handicraft products especially at Ban Yang Ku, Ma-Ue Subdistrict, Thawat Buri District. Roi Et Province.

Keywords : Social Media; Boon Song Ku; Cultural Capital Reproduction

1. บทนำ

ประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมเห็นได้จากประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานของประเทศ ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมประจำชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละพื้นที่ เกิดการเปลี่ยนแปลงพัฒนาตามกาลเวลา กระทั่งประยุกต์รวมวัฒนธรรมทั้งข้างถิ่นและข้ามถิ่น สะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางด้านวัฒนธรรมที่มีการสืบสานผ่านกันมาอย่างยาวนาน จึงเป็นสิ่งบ่งชี้ที่สำคัญถึงความยั่งยืนของการพัฒนา เมื่อกระแสการพัฒนาประเทศด้วยนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้ถูกนำมากำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของการพัฒนาประเทศ นับเป็นโอกาสที่ดีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะนำต้นทุนวัฒนธรรมที่มีมาเผยแพร่ให้กว้างขวางออกไปในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562)

ซากโบราณสถานของขอมในสมัยโบราณพบเห็นมากมาย ทั้งในดินแดนภาคอีสาน และในประเทศกัมพูชา ได้แก่ปราสาทหินพิมาย ในจังหวัดนครราชสีมา ปราสาทเขาพนมรุ้งในจังหวัดบุรีรัมย์ ปราสาทเขาพระวิหารในจังหวัดศรีสะเกษ (โมฬี ศรีแสนรงค์, 2552) ในจังหวัดร้อยเอ็ดก็มีโบราณสถานที่ถูกทอดทิ้งจากสมัยขอมเช่นเดียวกัน เช่น ปราสาทคู้ หรือบ้านยางกู เป็นโบราณสถานและ แหล่งท่องเที่ยว

ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดร้อยเอ็ด ลักษณะเป็นปราสาทขอม เป็นสถาปัตยกรรมแบบบาปวน ในลัทธิไศวนิกาย เป็นรูปแบบของอาคารโรคนาศาล ตั้งอยู่ในวัดศรีรัตนาราม บ้านปรางค์กู หมู่ที่ 9 ตำบลมะฮี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด โบราณสถานแห่งนี้ ถูกระบุในประวัติศาสตร์ว่าสร้างในสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (โรงเรียนชุมชนบ้านยางกู, 2558)

โบราณสถานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนี้ยังมีปราสาทเล็กๆ ซึ่งชาวบ้านจะเรียกว่า กู หรือ ปรางค์กู มีอยู่ในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักโบราณคดีได้กล่าวว่า กูเหล่านี้จะสร้างตามเส้นทางที่มุ่งตรงไปสู่จุดศูนย์กลาง คือปราสาทนครวัด ที่ถือว่าเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ดังนั้นการเดินทางของคนในสมัยโบราณจึงเป็นการเดินทางทางบก ซึ่งอาจได้รับอันตรายและเจ็บป่วยในระหว่างการเดินทางได้จึงมีการสร้างปรางค์กูเอาไว้ ซึ่งเรียกว่า อโรคยาศาล หรือโรงพยาบาลซึ่งเป็นที่รักษา ผู้เจ็บป่วยระหว่างการเดินทางและต่อมาแนวคิดนี้ได้ถูกนำมาสร้างสถานที่ดังกล่าวในช่วงสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (สมชาติ มณีโชติ, 2531)

การเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ถูกปลูกฝังและส่งเสริมให้มีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อม คนในชุมชนเองก็เกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน ทำให้ตระหนักเห็นถึงคุณค่าและหวงแหนในวัฒนธรรมประเพณีของตนเอง ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำหนดขึ้นมาอย่างชัดเจนจากการประชุมสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ด ในปี พ.ศ. 2512 หรือ ค.ศ. 1969 (Moulin, 1989, cited in Koster, 1996) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงบันดาลใจหรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกตเรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วมและตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณีขนบธรรมเนียมและกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนปลายทาง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพ และสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน (นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย, 2554)

ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความสำคัญของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการทำการสื่อสารการตลาด ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารสำคัญ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และมีต้นทุนต่ำรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง (ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ, 25642) โดยมีการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ครอบคลุมทั้งเนื้อหา และเขตพื้นที่อย่างชัดเจน ตลอดจนต่อพฤติกรรม การค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสื่อออนไลน์มีเกี่ยวข้องการเพิ่มขึ้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Ana & Jens, 2014) ทำให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวนิยม แบ่งปัน แชร์รูปภาพ วิดีโอและประสบการณ์ท่องเที่ยวให้กับผู้ที่ค้นหา

2. ความเป็นมาของประเพณีบุญสงกรานต์

นโยบายการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อที่จะนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น โดยดึงเอาศักยภาพที่เป็นจุดเด่นของท้องถิ่นออกมาเสนอ โดยเน้นไปที่ วัฒนธรรม ประเพณีที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวชม โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น เพื่อความสนุกสนานและเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่างๆ เพิ่มขึ้น จะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างเข้ามาเที่ยวชม วัฒนธรรมประเพณี สินค้าหัตถกรรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) โดยเฉพาะ ที่บ้านปราสาท ตำบลมะเอ อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด การจัดงานประเพณีบุญสงกรานต์ ซึ่งจัดขึ้นภายในบริเวณ หน้าพระธาตุปราสาท ที่ปฏิบัติ ต่อเนื่องกันมากกว่า 300 ปี ที่ยึดถือเอาวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปี ตรงกับบุญสงกรานต์ ตามฮีตสิบสอง หรือประเพณีสิบสอง เดือนของชาวอีสาน ซึ่งถือว่าเป็นวันปีใหม่ของคนไทยในอดีต ประชาชนที่มาร่วมที่ เดินทางมาร่วมพิธี โดยมีการประกอบพิธีกรรมในโบราณสถาน พร้อมทั้งนำน้ำอบ น้ำหอม ธงชัย ดอกข้าว ต้นดอกเงิน แล้วแต่ศรัทธามาให้เจ้าบ้าน (ผู้ประกอบพิธีกรรม) เพื่อนำสิ่งของดังกล่าวไปร่วมบวงสรวงเทพ เจ้าที่เชื่อว่าประดิษฐานอยู่ภายในกุหรือปราสาทหินโบราณ

ประเพณีสงกรานต์ โดยส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยเทศบาลตำบลมะเอ อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ตามแนวคิดของสยาม กิ่งเมืองเก่า และหอมหวน บัวระภา พบว่า ประเพณี สงกรานต์ 1)ด้านคติความเชื่อ ชาวบ้าน เชื่อว่าเจ้าปู่ปราสาท มีบทบาทสำคัญต่อวิถีการผลิตของชาวบ้าน และมีนัยยะในเรื่องของความสัมพันธ์ ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ 2)ด้านวัฒนธรรมประเพณี ประเพณีสงกรานต์ ทำบุญเลี้ยงเจ้าปู่ปราสาท และ ประเพณีแก้บนเป็นประเพณีที่สำคัญมาก จัดขึ้นทุกปี เพื่อจะได้มีความสุขมีกำลังใจและมีที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ รวมทั้งพืชผลทางการเกษตรได้ผลดี 3)ด้านพิธีกรรม การจัดพิธีกรรมโดยมีการส่วนร่วมทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดความเคารพและความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรม (สยาม กิ่งเมืองเก่า และหอมหวน บัวระภา, 2558)

คติความเชื่อเรื่องเจ้าปู่ปราสาทที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคม ปราสาท มีบทบาทที่สำคัญต่อวิถีการผลิตของชาวบ้าน และมีนัยยะในเรื่องความสำคัญระหว่างคนกับธรรมชาติ ซึ่งเจ้าปู่ปราสาท จะเป็นผู้ที่คอยช่วยเหลือและควบคุมทางสังคมอีกกลไกหนึ่งในระบบวิถีการผลิต ซึ่งความเชื่อนั้น สันติ ทิพนา ราตรี ทิพนา ได้อธิบายเกิดจากการที่คนในสังคมให้การยอมรับเจ้าปู่ปราสาทเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการ ดำเนินชีวิต ยังเป็นการเสริมสร้างกำลังใจและความมั่นใจ ความเชื่อมั่นให้กับคนในชุมชนก่อนการที่จะทำ การกิจหรือกิจกรรมใดๆ ก็ตามให้เกิดผลสำเร็จตามคติความเชื่อดั้งเดิม (สันติ ทิพนา ราตรี ทิพนา, 2561)

โดยวัตถุประสงค์ของพิธีกรรม ก็เพื่อที่จะขอให้ฟ้าฝนตกตามฤดูกาล มีน้ำใช้ในการบริโภคและ กอบอาชีพทำการเกษตร อันแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตของชาวอีสานกับน้ำเนื่องจาก ดินแดนแถบนี้ต้องพึ่งพาน้ำในการทำการเกษตร นอกจากนี้ยังขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่สถิตอยู่ ภายในกุจงช่วยดลบันดาลให้โรคไวรัสโคโรนา-19หายไป เพราะชาวบ้านมีความเชื่อว่า กุ หรือโรคยาศาล

(โรงพยาบาล) ในอดีต ทเวตอาารักษ์ที่สถิตอยู่ที่นี่ น่าจะช่วยให้โรคไวรัสโคโรนา-19 ไม่ระบาดในชุมชน และช่วยให้คนในครอบครัว คนในหมู่บ้านมีสุขภาพแข็งแรง ดำเนินชีวิตอยู่อย่างมีความสุข อย่าเป็นโรคภัย รวบรวมถึงนักท่องเที่ยวได้เดินทางกลับโดยปลอดภัยตามความเชื่อที่ยึดถือมาแต่โบราณในการจัดกิจกรรม ซึ่ง ละเว้นมิได้งานสืบสานตำนานประเพณีบุญสงกรานต์ อำเภอรวัชบุรี ประจำปี 2564 ณ โบราณสถานปราสาทคู่อายุกว่า 1,000 ปี โบราณสถานปราสาทคู่วัดศรีรัตนาราม บ้านปราสาท หมู่ที่ 9 ตำบลมะฮี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

ประโยชน์ของคติความเชื่อที่มีต่อชุมชนได้ ทำให้คนในชุมชนหลอมรวมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การทำงานร่วมกันและปลูกฝังความเชื่อปราสาทคู่อายุกว่า 1,000 ปี โบราณสถานปราสาทคู่วัดศรีรัตนาราม บ้านปราสาท หมู่ที่ 9 ตำบลมะฮี อำเภอรวัชบุรี และทำให้ชุมชนเกิดความเกิดความเคารพยำเกรง ไม่กล้าที่จะทำสิ่งที่ไม่ดี โดยเชื่อว่าใครที่ลบหลู่เจ้าปู่ปราสาทคู่อายุกว่า 1,000 ปี โบราณสถานปราสาทคู่วัดศรีรัตนาราม บ้านปราสาท หมู่ที่ 9 ตำบลมะฮี อำเภอรวัชบุรี จะมีอันเป็นไปไม่ช้าก็เร็ว เท่ากับว่าเป็นการช่วยอนุรักษ์ โบราณสถานอโรคยาศาลให้คงอยู่กับชุมชนต่อไป (สันติ ทิพนา ราตรี ทิพยา, 2561)

3. การนำสื่อโซเชียลมาประชาสัมพันธ์ประเพณีบุญสงกรานต์

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้การสื่อสารมีศักยภาพมากขึ้นมีช่องทางในการค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนบนอินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระ สื่อเข้ามา มีบทบาทต่อการท่องเที่ยวอย่างมากเพราะเข้าถึงได้ง่ายโดยไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง ด้านเวลาเข้ามา เกี่ยวข้องทั้งการส่งภาพ ข้อมูล เสียงต่างๆ จึงทำให้มีความสะดวกสบายต่อผู้ที่สนใจท่องเที่ยว จาก สถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา(โควิด-19) แพร่ระบาดทำให้การเดินทางถูกจำกัด ดังนั้นนโยบายการส่งเสริม การท่องเที่ยวเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากที่สุดด้วยการนำสื่อสังคม ออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างกระแสให้ประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวได้รู้จักผ่านสื่อโฆษณา ออนไลน์ต่างๆ เช่น facebook instgram เว็บไซต์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวที่สนใจค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อมาท่องเที่ยวเมื่อสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา-19คลี่คลายและรัฐบาลเปิดให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้ตามปกติ จะเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ วัฒนธรรมประเพณี สินค้า หัตถกรรมโดยเฉพาะ ที่บ้านปราสาท ตำบลมะฮี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ดการจัดงานประเพณีบุญสงกรานต์ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย

การบริหารการตลาดออนไลน์ มีความสำคัญและมีบทบาทมากเนื่องจากองค์ประกอบด้านปัจจัยแวดล้อมต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ยิ่งในสถานการณ์ช่วงนี้ โควิดระบาด รัฐบาลขอความร่วมมือประชาชนลดการเดินทางข้ามจังหวัด ให้อยู่ที่บ้านเพื่อลดความเสี่ยงการกระจายเชื้อไวรัสโคโรนา(โควิด-19) เครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคออนไลน์มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การทำการตลาดด้วยสื่อออนไลน์ เช่น facebook TikTok จึงมีความสำคัญในช่วงนี้ “การทำการตลาดผ่านเว็บไซต์ของจังหวัดด้วย

การเพิ่มยอดเข้าดูเว็บไซต์ รวมถึงการกระตุ้นให้เกิดการทำธุรกรรมสั่งซื้อออนไลน์ ต้องมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ เพิ่มยอดไลค์(Like) แชร์ (Share) และการพูดคุยระหว่างผู้ควบคุมกับลูกค้า หรือที่เรียกว่ารีวิวลินค้า จากผู้ใช้จริง (Talking about) ให้ถ่ายทอดประสบการณ์ให้ผู้สนใจได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นสิ่งจำเป็น ถ้านักท่องเที่ยวหรือลูกค้ารีวิว่าได้รับประสบการณ์ไม่ดีเกี่ยวกับสินค้า หรือสถานที่นั้นคนอ่านก็จะไม่อ่าน เพราะเชื่อในการรีวิวลินค้า ผมจะยกตัวอย่างอิทธิพลโซเชียลมีเดีย ลองสังเกตร้านอาหาร โรงแรมจะต้องรับได้รับรองจากวงใน(Wongnai) ซึ่งเป็นเว็บไซต์บริการเครือข่ายสังคมของประเทศไทย โดยผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถค้นหาร้านอาหาร ข้อมูล รูปและคำวิจารณ์จากสมาชิกผู้ใช้งานเว็บไซต์เพราะผู้ที่สนใจจะมีการค้นหาข้อมูลสถานที่ที่จะไปเยี่ยม ชม ร้านอาหารที่โด่งดัง จะมีการรีวิวของผู้ที่เป็นลูกค้าที่ไปทาน จะเขียนรีวิวว่ามีประสบการณ์ต่อร้านนั้นอย่างไรบ้างดังนั้นการที่ลูกค้าจะมาเที่ยวชมประเพณีบุญสงกรานต์ หรือรับรู้สินค้าจากกลุ่มต่างๆ ที่จำหน่ายในชุมชน บริเวณสถานที่ปรารงค์ที่ตั้งอยู่ต้องใช้สื่อโซเชียลให้มีประโยชน์สูงสุด คนทำรายละเอียด (Contents) ต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างแท้จริง” (วรภุริ มูลสิน, 2564)

ความเป็นมาของหมู่บ้านยางกู ตำบลมะฮีในอดีตมีการอพยพผู้คนเพื่อแสวงหาที่ตั้งชุมชนในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีเพียง 3 ครอบครัว ซึ่งย้ายมาจากบ้านเหล่าคาม(บ้านชัยคาม ตำบลนิเวศน์ในปัจจุบัน) มีครอบครัวพ่อใหญ่หลวงปราบ,ครอบครัวพ่อใหญ่หลวงอินทร์ และครอบครัวพ่อใหญ่ทิตตา ต่อมาก็มีหลายกลุ่มมาตั้งรกรากที่บ้านยางกูเดิมคนสมัยก่อนมีความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เชื่อในเรื่องบาปบุญและอภินิหารต่างๆ ยึดถือสิ่งไม่มีตัวตน โดยเฉพาะประเพณีบุญสงกรานต์ สมัยนั้นปรารงค์ยังไม่ได้มีการปรับปรุง ยังเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า เช่น หมูป่า เก้ง ลิง กระต่ายตลอดจนกนหูกจำนวนมากอาศัยอยู่ ชาวบ้านจึงมีความเชื่อว่าปรารงค์ต้องมีเจ้าของที่ไม่มีตัวตนเป็นผู้ดูแลรักษา ชาวบ้านไม่มีใครกล้าเข้าไปในบริเวณพื้นที่นั้น(คณะกรรมการหมู่บ้านปรารงค์, 2561)

ต่อมาเมื่อปี พ.ศ.2430 ชาวบ้านได้อพยพครอบครัวมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ทิศใต้ บริเวณดงกูและเพิ่มจำนวนครอบครัวมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่อพยพมาจากบ้านประตู่ชัย บ้านชัยคาม ซึ่งตั้งอยู่ที่ทิศตะวันตกของหมู่บ้านปรารงค์ในปัจจุบัน ต่อมาพ่อใหญ่ขุน พ่อใหญ่เนา ซึ่งได้ย้ายมาจากบ้านเหล่าคามได้สร้างวัดศรีรัตนารามขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ.2480 และได้บวชจำพรรษาเป็นรูปแรกของวัดศรีรัตนารามอันเป็นที่ตั้งปรารงค์ เป็นแหล่งอารยธรรมโบราณอายุกว่า 1,000 ปี และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้จังหวัดร้อยเอ็ดมากที่สุด ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้เป็นส่วนหนึ่งของตำบลมะฮี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ดในปัจจุบัน(สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอธวัชบุรี, 2561)

“ปีนี้นั่นน้อย คณะกรรมการจัดงานมีมติให้จัดงานแบบเรียบง่าย แต่คงพิธีปฏิบัติเหมือนกับทุกปี ต้องให้นักท่องเที่ยว เว้นระยะห่าง ตามมาตรการป้องกันโควิด เพราะสถานการณ์โควิดเริ่มระบาดอีกครั้ง ในปีนี้มีนักท่องเที่ยวที่เคยมาทุกปีก็มาร่วมงานบุญประเพณีเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะมาจากโยธธาอุบลราชธานี กาฬสินธุ์” (ไพโรจตร สัตนาโค, 2564) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานบุญประเพณี จากการ

สัมภาษณ์ สุกานดา ธิมา ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มาร่วมงานบุญและมาเยี่ยมญาติรดน้ำขอพรผู้ใหญ่ทุกปี ที่บ้านชอบทำบุญ ก็มาทั้งครอบครัว เพราะบ้านอยู่อย่างชุนน้อย ศรีสะเกษ มารัฐบุรีไม่ไกล” (สุกานดา ธิมา, 2564)

ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นกุญแจสำคัญของการท่องเที่ยวแนวใหม่ ซึ่งมีความยืดหยุ่นและมีความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรม มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งที่จะแทนที่การท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวแบบมวลชน หากท้องถิ่นรู้จักใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่มาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนอีกครั้งและหากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจนั้น นับเป็นทางเลือกที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับประเทศพร้อมทั้งขยายสู่ระดับภูมิภาคได้เป็นอย่างดีด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

“มาเที่ยวงานบุญสงกรานต์ เพราะแฟนอยากเห็นประเพณีของคนอีสาน และบ้านตนเองก็ไม่ไกลมาก อยู่ที่ยโสธร ได้นำแฟนชาวต่างชาติแฟนบินมาหาจากสวีเดนมาเที่ยวงานบุญสงกรานต์ ปีนี้เนื่องจากโควิด ช่วง คนมาเที่ยวน้อย ได้นำแฟนเมื่อกักตัวเสร็จมาเที่ยว แฟนตื่นตาตื่นใจในพิธีกรรมของการจัดการบุญประเพณี และแฟนสนใจกระเป๋าถักโครเชต์ เสื้อผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เพราะราคาไม่แพง” (อุทัยวรรณ เยาวประภาส, 2564)

4. คุณค่าหรือประโยชน์ของประเพณี

ทุนทางวัฒนธรรมเป็นทุนอีกประเภทหนึ่ง อันเกี่ยวข้องกับคุณค่าความรู้ ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ เป็นเสมือนสินทรัพย์ที่ผ่านการสะสมและฝังตัวจนเกิดเป็นมูลค่าการพัฒนาประเทศที่เน้นวัฒนธรรม และภูมิปัญญา จึงได้รับการหยิบยกขึ้นมาเป็นยุทธศาสตร์หนึ่ง เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน คนว่างงานและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนชนบทให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและกลายเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล (ทรงยศ สาโรจน์, 2557) จากคุณค่าของทุนวัฒนธรรมและประโยชน์ของประเพณีที่เกิดเป็นเรื่องเล่าจากความทรงจำเกี่ยวกับความเป็นมาของศาสนสถาน ที่เกิดขึ้นในชุมชนซึ่งมีคติความเชื่อในอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ศาสนสถานเกิดเป็นทุนทางวัฒนธรรมจากความเชื่อสุภางค์ จันทวานิช (2552) ได้อธิบายทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) มี 3 รูปแบบ 1) ทุนที่เป็นฮาบิตุส อยู่ในรูปของแนวปฏิบัติของร่างกายและจิตใจที่คงทนถาวร มักปรากฏในรูปของวัฒนธรรม และต้องใช้ระยะเวลาเพื่อสะสมและรวมกันเป็นรูปเป็นร่าง ทุนรูปแบบนี้สามารถเปลี่ยนความมั่งคั่งภายนอกหรือความมั่งคั่งในรูปวัตถุให้กลายเป็นทุนที่อยู่ในตัวคนได้ คือ เข้าไปอยู่ในฮาบิตุสทั้งนี้การเปลี่ยนทุนชนิดหนึ่งเป็นทุนอีกชนิดหนึ่งไม่สามารถเปลี่ยนได้อย่างทันทีทันใดด้วยการร้องขอ การให้ของขวัญ การใช้จ่าย หรือการแลกเปลี่ยน แต่การได้มาซึ่งทุนอีกชนิดหนึ่งขึ้นอยู่กับเวลา สังคม และชนชั้นของสังคม

การแสดงพื้นบ้านในการบวงสรวง บุญสงฆ์บ้านปรางค์กู๋ หมู่ที่ 9 ตำบลมะอี อำเภอรวิชัยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด มีการจัดงานประเพณีทุกปี ปฐม หงส์สุวรรณ (2560) กล่าวว่า ประเพณีประดิษฐ์ หรือการประดิษฐ์ประพณีเป็นการปฏิบัติการเชิงประเพณีพิธีกรรมมีการประดิษฐ์สร้างขึ้นใหม่ รื้อฟื้นของเก่าเพื่อตอบสนองเงื่อนไขความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน จากพิธีกรรมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมสู่การค้าผ่านช่องทางผ่านสื่อการท่องเที่ยวที่เป็นทุนทางเศรษฐกิจ ตามแนวคิดของ ปีแอร์ บูดีเยอร์ (Pierre Bourdieu) บ้านปรางค์กู๋ หมู่ที่ 9 ได้อาศัยทุนทางวัฒนธรรมปรับเปลี่ยนเป็นอำนาจเชิงสัญลักษณ์ จากผลิตภัณฑ์กลุ่มอาชีพที่ทำการผลิตข้าวอินทรีย์, กลุ่มถักโครเชต์, กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ, กลุ่มทอผ้าลายซิดและกลุ่มทอเสื่ออก ออกมาจำหน่าย การใช้ประสบการณ์ผลิตของแต่ละกลุ่มอาชีพ ถูกนำมาเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและสาธิตการผลิตแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชม สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ใหญ่บ้านปรางค์กู๋ ได้ให้สัมภาษณ์ “เป็นการยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน เพิ่มมูลค่า ขายได้พัฒนาสินค้าที่ตลาดต้องการ ก็อาศัยลูกหลานในหมู่บ้านช่วยแนะนำสร้างหน้าเพจให้ ประชาสัมพันธ์ขายสดผ่านทาง facebook ขายผ่านทางLineเป็นการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจแก่คนในชุมชนยุคสถานการณ์โควิด ที่ชาวบ้านที่ไปทำงานที่กรุงเทพกลับมาทำนา และลูกบ้านที่ไปทำงานที่พัทยา ภูเก็ตต้องกลับมาเพราะไม่มีงาน ก็มาช่วยผลิตสินค้าให้กับทางกลุ่ม สร้างรายได้ในช่วงที่ไม่มีงาน สินค้าที่ขายดีได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าลายซิด”(ไพโรจิตร์ สัตนาโค, 2564)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานบุญประเพณี บุญสงฆ์บ้านปรางค์กู๋ ได้กล่าวว่า “ผ่านมารที่ร้อยเอ็ดเพราะจะไปที่มุกดาหารเห็นพนักงานโรงแรมบอกว่า ที่อำเภอรวิชัยบุรี มีงานบุญประเพณีเลยค้นหาข้อมูลจากมือถือ เห็นว่ามีงานบุญสงฆ์ เลยถือโอกาสแวะมาชมปรางค์กู๋ และชมงานประเพณี ถือโอกาสร่วมทำบุญไปในตัวและขอพรให้คนในครอบครัว ปราศจากโรคภัยไม่ติดโควิด เมื่อขอพรเสร็จก็แวะที่หมู่บ้านเห็นสินค้าวางจำหน่าย ถือว่าน่าสนใจราคาไม่แพง เลยซื้อเป็นของฝากเพื่อนที่กรุงเทพฯ ได้เสื่ออกหมอนซิด กับข้าวอินทรีย์เป็นของฝาก” (ภคพร หนูเพชร, 2564)

ประเพณีบุญสงฆ์บ้านปรางค์กู๋ตามแนวคิดของ ปีแอร์ บูดีเยอร์(Pierre Bourdieu) เทียบได้กับความรู้ประสบการณ์การต้อนรับนักท่องเที่ยวของชาวบ้านปรางค์กู๋ การร่วมงานประเพณีบุญสงฆ์ มีการทำซ้ำทำให้เกิดความชำนาญ ทำให้การแสดงออกมาเป็นธรรมชาติทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ในมุมมองฮาบิตุสพิธีบุญสงฆ์ ได้เกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนของคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว กลายเป็นความชำนาญในการประกอบพิธีกรรมของเจ้าบ้าน (ผู้ประกอบพิธีกรรม) ซึ่งบูดีเยอร์เรียกว่า การกลายสภาพสู่วัตถุ (Objectification) อันเป็นการแสดงออก ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำรูปแบบ เนื้อหา ตลอดจนความหมายของการทำพิธีบุญสงฆ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ชม ทำให้เกิดความประทับใจ (วรภุรี มุลสิน, 2556)

จำบ้าน (ผู้ประกอบพิธีกรรม) ที่ประกอบพิธี เรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ ซึ่งปีแอร์ บูดีเยอร์ (Pierre Bourdieu) อธิบายว่า การทำซ้ำบ่อยๆ เกิดความสั่งสมมาอยู่ในจิตไร้สำนึกและทำให้จำบ้าน (ผู้ประกอบพิธีกรรม) กล่าวคำสวดและอวยพร โดยไม่ต้องคิดการปฏิบัติการ(Practices) พิธีบุญสงฆ์ ก่อให้เกิดความหมายให้กับผู้มาร่วมพิธีกรรมรวมถึงนักท่องเที่ยว ผู้คนในหมู่บ้านรวมถึงผู้ที่มาร่วมพิธีกรรม เกิดการสะสมสั่งสมสืบต่อกันมาเชื่อว่าการทำบุญสงฆ์ ฤกษ์ให้ความหมายเป็นความเชื่อเรื่องผี เทพเทวดา คัมภีร์ เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ก่อนที่จะทำการใดๆ ก็ตาม ในชีวิต เมื่อมีการมากราบไหว้สักการะ ขอพร และจะเป็นการสร้างความมั่นใจในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะสถานการณ์ไวรัสโคโรนา19 แพร่ระบาด การขอพรเพื่อให้แคล้วคลาดไม่ติดโรคร้ายนี้ จึงความเชื่อเป็นการสื่อความหมาย การรับรู้ในพิธีกรรม การปฏิบัติจึงเป็นเหตุผลในตัวเอง (Bourdieu, 1990) ทำให้เกิดความประทับใจในวัฒนธรรมและอาจจะมีการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรมผ่านพิธีกรรมบุญสงฆ์ถูกบันทึกไว้ในสื่อรูปดิจิทัล ด้วยการใช้เทคโนโลยี facebook instragram ในการถ่ายทอดพิธีกรรม บุญประเพณีบุญสงฆ์เป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเพื่อให้ดำรงอยู่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ทางวัฒนธรรมด้วยการใช้เทคโนโลยี facebook instragram เว็บไซต์ให้ผู้ที่สนใจจะมาท่องเที่ยวแต่มาท่องเที่ยวไม่ได้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 ได้รับรู้และหาโอกาสมาท่องเที่ยว

6. สรุป

ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านปรางค์กู หมู่ที่ 9 ตำบลมะฮี อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ดผ่านพิธีกรรมบุญสงฆ์ ผ่านการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย จะช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมถึงการขายผลิตภัณฑ์ออนไลน์ของชุมชน มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนผสมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่งผลให้ทุนวัฒนธรรม บ้านปรางค์กู หมู่ที่ 9 ตำบลมะฮี อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ดที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยรู้จักในการมาท่องเที่ยวโบราณสถานบ้านปรางค์กู

งานบุญประเพณีบุญสงฆ์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในชุมชนบ้านปรางค์กู แม้ประเพณีจะมีปีละครั้ง ก่อนสถานการณ์ไวรัสโคโรนา(โควิด-19) จะแพร่ระบาดในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวแวะมาเที่ยวชมปราสาทปรางค์กูทุกวัน นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวมากในวันหยุด ทำให้ชุมชนได้มีการขายสินค้าเป็นของฝากสร้างรายได้ให้กับชุมชน เมื่อสถานการณ์ไวรัสโคโรนา(โควิด-19) เริ่มแพร่กระจายมากขึ้นนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนอยู่กับบ้านนักท่องเที่ยวหายไปมากสมควร กลุ่มสินค้าต้องปรับตัวโดยใช้การประชาสัมพันธ์และการขายทางออนไลน์ แทน ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนพอจะมีรายได้บ้าง แต่ก็ไม่เหมือนปีก่อนหน้านั้นที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ปรางค์กู

องค์ความรู้จากบทความนี้สรุปได้ว่า การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์ประเพณีบุญสงฆ์ช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา(โควิด-19) บ้านปรางกู ตำบลมะเอี อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ดมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจมาเยี่ยมชม ได้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่นักท่องเที่ยว สามารถค้นหาข้อมูล การท่องเที่ยวก่อนที่จะมาท่องเที่ยวโดยตรงสามารถหาข้อมูล เปรียบเทียบทั้งสถานที่และการจัดงานประเพณีบุญสงฆ์ที่มีการจัดงานประเพณีคล้ายคลึงกันอยู่ในหลายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการเขียนเล่าประสบการณ์ของผู้ที่มาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ว่ามีประสบการณ์จากการมาสัมผัสเป็นอย่างไร ด้านสินค้าที่ขายในชุมชนและบริการเป็นอย่างไร รวมถึงการเดินทางมามีความยาก ง่ายเพียงใด เพราะผู้ที่มาท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ จะเกิดความภาคภูมิใจที่ได้แบ่งปันประสบการณ์ ไปให้กับบุคคลอื่นที่แม้แต่ตัวเอง ก็ไม่รู้จักด้วยซ้ำผ่านสื่อโซเชียลมีเดียทำให้นักท่องเที่ยวกลายเป็นผู้สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยตนเอง บอกเล่าประสบการณ์และความคิดเห็นของตนออกไปสู่สาธารณะ ทำให้ผู้ที่จะมาท่องเที่ยวสามารถจะตัดสินใจเที่ยวงานบุญประเพณีบุญสงฆ์ได้อย่างง่ายดายเมื่อเปรียบเทียบความคุ้มค่าราคาที่ต้องจ่าย แลกกับประสบการณ์ที่ได้รับ

8. บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). **วัฒนธรรมคุณค่าสู่มูลค่า**. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2564. จาก www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?
- ทรงยศ สาโรจน์. (2557). **การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาชุมชนเรือนแพ ลุ่มน้ำสะแกกรัง**. วิทยานิพนธ์ดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นุชนารถ รัตนสูงค์ชัย. (2554). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. **วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. 18(1). 31-50.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปฐุม หงส์สุวรรณ. (2560). **ประเพณีประติษฐิในชุมชนอีสานลุ่มน้ำโขง**. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา.
- ไพโรจิตร สัตนาโค ผู้ให้สัมภาษณ์. 28 มีนาคม 2564. ณ บ้านปรางกู ตำบลมะเอี อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- ภคพร หนูเพชร ผู้ให้สัมภาษณ์. 28 มีนาคม 2564. ณ บ้านปรางกู ตำบลมะเอี อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- โมฬี ศรีแสนรงค์. (2552). การสร้างบทแสดง แสง สี เสียง ตำนานบุญสงฆ์ บ้านยางกู ตำบลมะเอี อำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารช่อพะยอม**. 20(1). 3-10.
- โรงเรียนชุมชนบ้านยางกู. (2558). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการปรางค์:ประเพณีที่เปลี่ยนแปลงไป**. ร้อยเอ็ด : โรงเรียนชุมชนบ้านยางกู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาร้อยเอ็ด เขต 1.

- วรณัฐ มุลสิน ผู้ให้สัมภาษณ์. 1 มีนาคม 2564. ณ บ้านปรางกู ตำบลมะเอี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- วรณัฐ มุลสิน. (2556). **แนวคิดหลังทันสมัย**. อุบลราชธานี : ยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป.
- ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ. (2564). สื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย. **วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**. 5(1). 37-56.
- สมชาติ มณีโชติ. (2531). **ปรารักษ์บ้านเขวา “อโรคยาศาล”**. มหาสารคาม : ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมวิทยาลัยครูมหาสารคาม.
- สยาม กิ่งเมืองเก่า และหอมหวาน บัวระภา. (2558). อโรคยาศาล : ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิถีสังคมมนุษย์**. 3(1). 56-78.
- สันติ ทิพนา ราตรี ทิพยา. (2561). เจ้าปู่ ปรารักษ์กู : คติความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณีและพิธีกรรม ตำบลมะเอี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด**. 12(1). 234-242.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอรวัชบุรี. (2561). **บ้านปรารักษ์กูตำบลมะเอี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด**. ร้อยเอ็ด : สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด.
- สุกานดา ธิมา ผู้ให้สัมภาษณ์. 28 มีนาคม 2564. ณ บ้านปรางกู ตำบลมะเอี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). **ทฤษฎีสังคมวิทยา**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทัยวรรณ เขียวประภาส ผู้ให้สัมภาษณ์. 28 มีนาคม 2564. ณ บ้านปรางกู ตำบลมะเอี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด
- Ana Maria & Jens Kr. Steen Jacobsen. (2014). Motivations for sharing tourism experience through social media. **Tourism Management**. 43. 46-54.
- Koster, Emlyn H. (1996). Science Culture and Cultural Tourism. In Mike Robinson, Nigel Evans and Paul Callaghan, eds. **Tourism and Cultural Canang: Tourism and Culture towards**. 21. 227-238.
- Pierre Bourdieu. (1990). **The Logic of Practice**. Stanford : Stanford University Press.