



การเมืองเรื่องบั้งไฟ : พนมไพรศึกษา

Rocket Rituals and Local Power: The Politics of Bun Bang Fai in Phanomphrai

1. พระยุพธนา สิริปัญญา (พรหมโสภา), 2. พระอธิการชาติชาย จิรสุนโ (คำทวี),
3. พระมหาฉัตรเพชร สุภทโท (เสนศรี), 4. วรเชษฐ์ โทอื่น*

1. Prayuthana Siripanyo (Promsopa), 2. Praathikarn Chatchai Jirasupo (Kamthavee),
3. Phamaha Chatpeth Supattho (Sensri), 4. Worachet Tho-un*

1., 2., 3., 4. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศาสนศาสตร์โยธธ

1., 2., 3., 4. Mahamakut Buddhist University, Yasothon Buddhist College

*Corresponding Author E-mail: worachet.th@mbu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง “การเมืองเรื่องบั้งไฟ : พนมไพรศึกษา” มุ่งอธิบายถึงประเพณีบุญบั้งไฟที่มีใช้เพียงพิธีกรรมขอฝนหรือมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนอีสาน หากเป็น “พื้นที่ทางการเมือง” ที่อำนาจเครือข่ายผลประโยชน์ และอัตลักษณ์ถูกร้อยรัดเข้าด้วยกันอย่างซับซ้อน โดยใช้กรอบคิดการเมืองเชิงวัฒนธรรม (cultural politics) อุปถัมภ์นิยมและนักการเมืองท้องถิ่น (patron-client, local bossism) แนวคิดพื้นที่ทางการเมือง (political space) และเศรษฐกิจการเมืองของเทศกาลงานบุญ (political economy of festivals) เป็นฐานในการวิเคราะห์เชิงทฤษฎี บทความชี้ให้เห็นว่าบุญบั้งไฟพนมไพรทำหน้าที่เป็นเวทีที่รัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักการเมือง กลุ่มทุน ผู้นำชุมชน และเยาวชน เข้ามานิยามความหมายของ “วัฒนธรรมอีสาน” และ “คนพนมไพรเมืองบั้งไฟ” เพื่อสร้างความชอบธรรมและสะสมทุนเชิงอำนาจในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทุนสัญลักษณ์ ทุนทางการเมือง หรือทุนเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังทำให้เครือข่ายอุปถัมภ์ทางการเมืองปรากฏตัวอย่างเป็นรูปธรรมผ่านการสนับสนุนงบประมาณบั้งไฟ เวทีหมอลำ และการจัดสรรทรัพยากรในงานบุญ ขณะเดียวกัน ประชาชนระดับล่างและเยาวชนก็ได้เป็นเพียงผู้ถูกครอบงำ หากใช้ประเพณีและพื้นที่ดิจิทัลเป็นยุทธวิธีต่อรองกับรัฐและทุน บทความสรุปว่า การทำความเข้าใจการเมืองท้องถิ่นในอีสานยุคใหม่จำเป็นต้องอ่านเทศกาลและงานบุญในฐานะสนามการเมืองในชีวิตประจำวัน และเสนอให้มีการศึกษาภาคสนามเชิงลึกและการเปรียบเทียบข้ามพื้นที่เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางรัฐศาสตร์ที่บูรณาการมิติอำนาจ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจอย่างครบถ้วนยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: 1. การเมืองเรื่องบั้งไฟ, 2. พนมไพรศึกษา, 3. การเมืองเชิงวัฒนธรรม, 4. อุปถัมภ์นิยม, 5. พื้นที่ทางการเมือง, 6. เศรษฐกิจการเมืองของเทศกาล

Abstract

This article, “The Politics of Bun Bang Fai: A Phanomphrai Study”, argues that the Bun Bang Fai rocket festival is not merely a rain-invoking ritual or a piece of local cultural heritage, but a “political space” in which power relations, patronage networks, and political identities are densely intertwined. Drawing on the conceptual lenses of cultural politics, patron client relations and local bossism, political space/political arena, and the political economy of festivals, the study offers a theoretical analysis of how the Bun Bang Fai festival in Phanomphrai District, Roi Et Province, Northeastern Thailand, functions as a key arena of local politics. The article demonstrates that the festival serves as a stage where state agencies, local administrative organizations, politicians, business groups, community leaders, and young people actively negotiate the meaning of “Isan culture” and “Phanomphrai as a rocket town” in order to produce legitimacy and accumulate different forms of capital symbolic, political, and economic. At the same time, it reveals how political patronage networks become visible and are reproduced through the sponsorship of rockets, molam performances, and the allocation of festival resources. Ordinary villagers and youth, however, are not merely passive recipients of domination; they tactically employ ritual practices and digital platforms to negotiate with state and capital. The article concludes that contemporary local politics in Northeastern Thailand cannot be fully understood without reading festivals and merit-making events as arenas of everyday politics, and calls for in-depth ethnographic and comparative research to further develop an integrated political science framework that links power, culture, and economy.

Keywords: 1. Bun Bang Fai politics; 2. Phanomphrai; 3. cultural politics; 4. patron–client relations; 5. political space; 6. political economy of festivals

บทนำ

ฉากทัศน์แห่งทุ่งนารอบอำเภอพนมไพรยังชุ่มด้วยน้ำค้าง แต่กลางอำเภอลับค้อย ๆ แปรสภาพเป็น “สนามบุญ” ขนาดใหญ่ เสียงฆ้องเสียงกลองจากหมู่บ้านต่าง ๆ ดังแข่งกับเสียงเครื่องดนตรีรถแห่ ป้ายผ้าขนาดใหญ่เขียนชื่อหมู่บ้าน ชื่อบั้งไฟ ชื่อคณะหมอลำ และที่สำคัญคือชื่อ “ผู้สนับสนุน” ทั้งจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นักการเมืองท้องถิ่น และบริษัทเอกชนรายใหญ่ที่โลโก้ (logo) ปรากฏเคียงข้างรูปบั้งไฟอย่างเด่นชัด ภาพเหล่านี้ทำให้เราเริ่มตั้งคำถามว่า บุญบั้งไฟที่ถูกเข้าใจกันมายาวนานในฐานะ “ประเพณีขอฝน” แท้จริงแล้วเป็นเพียงงานบุญตามตำนานพญาคันคากเท่านั้นหรือ หรือว่าได้กลายเป็น “สนามต่อรองอำนาจทางการเมืองระดับท้องถิ่น” ไปแล้วโดยสมบูรณ์ เมื่อศึกษาในระดับภูมิหลัง นักวิชาการไทยจำนวนมากอธิบายว่าบุญบั้งไฟ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

คือ พิธีกรรมสำคัญของชาวอีสานที่ผูกพันกับความเชื่อเรื่องฝน ความอุดมสมบูรณ์ และการอยู่ร่วมกันของชุมชน (พระมหาบุญประสิทธิ์ นาถปัญโญ, 2565; ศิริลักษณ์ สุนทรารักษ์, 2568) แต่เมื่อเวลาผ่านไป งานบุญนี้ไม่ได้ยืดยาว หากถูก “รื้อสร้างประเพณี” ปรับรูปแบบและความหมายเพื่อตอบสนองต่อแรงผลักดันจากกระแสการท่องเที่ยว นโยบายวัฒนธรรมของรัฐ และระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2554ก, 2554ข) อำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด จึงไม่ได้เป็นแค่พื้นที่จัดงานบั้งไฟ หากกลายเป็นเวทีที่หน่วยงานภาครัฐ ท้องถิ่น กลุ่มทุน และชุมชนต่างเข้ามาใช้ “ภาษาแห่งประเพณี” เพื่อจัดการกับผลประโยชน์และอำนาจอย่างซับซ้อน (ณรงค์ ภูเยี่ยมจิตร และเกียรติศักดิ์ ลาภสาร, 2563)

หากมองผ่านสายตาของ Lefebvre (1991) พื้นที่ไม่ได้เป็นเพียงฉากหลัง แต่เป็นสิ่งที่ถูก “ผลิต” ขึ้นผ่านการกระทำของมนุษย์ พื้นที่ทุ่งนาที่ใช้จุดบั้งไฟ ถนนที่ใช้แห่ขบวน เวทีหมอลำ และลานเปียร์ในอำเภอพนมไพร ล้วนถูกแปลงสถานะจากพื้นที่ใช้สอยในชีวิตประจำวัน ให้กลายเป็น “พื้นที่การเมือง” ชั่วคราวที่มีทั้งกฎระเบียบ และสัญลักษณ์หนาแน่น ทุกปีเทศบาลและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจะออกแบบผังงาน แบ่งโซนจัดงาน กำหนดกติกาการแข่งขัน และออกคำสั่งด้านความปลอดภัย นี่คือการสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบ “จากบนลงล่าง” ของรัฐและท้องถิ่น ขณะเดียวกัน ชาวบ้านเองก็ใช้พื้นที่นี้สร้างขบวนแห่ การแต่งกาย จัดทีมเชียร์ และผลิตวาทกรรมของตนเองขึ้นมาต่อรองอยู่ตลอดเวลา เมื่อขบวนแห่ของแต่ละหมู่บ้านเคลื่อนตัวผ่านหน้าศาลากลางหรือหน้าเวทีใหญ่ เราจะเห็นชายหญิงในชุดพื้นเมืองและชุดแฟนซี พ่อนำตามจังหวะดนตรีและหมอลำ ด้านข้างของขบวนมักมีป้ายผ้าที่เขียนถึง “ผู้สนับสนุนหลัก” ทั้งในนามเทศบาล สมาชิกสภาท้องถิ่น หรือแม้แต่ นักการเมืองระดับชาติที่มีฐานเสียงในพื้นที่ ชื่อของพวกเขาปรากฏเคียงข้างภาพพระพุทธรูปหรือสัญลักษณ์งานบุญอย่างกลมกลืนราวกับเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรม การผสมผสานชื่อทางการเมืองเข้าในสื่อทางศาสนาและวัฒนธรรมเช่นนี้คือ รูปแบบหนึ่งของการสร้าง “ทุนสัญลักษณ์” (symbolic capital) ซึ่งช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและความชอบธรรมให้แก่ นักการเมืองเหล่านั้น (Jeong, 2005; Négrier, 2023) การมอบรางวัลบั้งไฟ การขึ้นกล่าวเปิดงาน หรือการลงม่านขบวนแห่ด้วยตนเอง จึงไม่ใช่เพียงการ “ร่วมบุญ” หากเป็นการยืนยันว่านักการเมืองคนนั้น “อยู่ข้างชาวบ้าน” ผ่านภาษาและร่างกายท่ามกลางงานบุญ ข้าราชการและหน่วยงานรัฐก็ไม่ได้ยืนอยู่นอกสนาม หากเข้ามาปรากฏตัวในนาม “ผู้ดูแลระเบียบ” ตั้งแต่การประชุมเตรียมงาน การออกประกาศควบคุมการจัดจุดบั้งไฟ การจำกัดพื้นที่ดื่มสุรา ไปจนถึงการจัดวงเวียนจราจรในวันงาน โต๊ะรับรองของผู้ว่าราชการจังหวัด นายอำเภอ หัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ มักตั้งอยู่ในจุดที่มองเห็นขบวนแห่ได้ชัดเจน เป็นสัญลักษณ์ว่ารัฐ “มองเห็น” และกำกับพื้นที่นี้อยู่ตลอดเวลา แนวคิดเรื่องความเป็น “รัฐที่มองเห็นได้” (legibility) จึงปรากฏผ่านรูปธรรมของงานบุญ ซึ่งเปิดโอกาสให้รัฐสื่อสารวาระด้านนโยบาย เช่น ความปลอดภัยบนท้องถนน การแก้ปัญหาอบายมุข หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่ในอีกมิติหนึ่งก็ใช้งานบุญเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของตนเองในสายตาประชาชน

ในระดับหมู่บ้าน ผู้นำชุมชนและสภาวัฒนธรรมต้องทำหน้าที่เหมือน “ผู้จัดการสนาม” ที่คอยปรับสมดุลระหว่างความคาดหวังของรัฐ นักการเมือง และความต้องการของชาวบ้านเอง การตัดสินใจว่าจะส่งบั้งไฟขนาดใด เข้าประกวดประเภทไหน จ้างหมอลำหรือวงดนตรีแบบใด และจะจัดการความขัดแย้งเรื่องงบประมาณในหมู่บ้านอย่างไร ล้วนเป็นการเมืองระดับจุลภาคที่ดำเนินไปภายใต้ชื่อของ “งานบุญ” การได้



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

รางวัลบั้งไฟหรือขบวนแห่ยอดเยี่ยม ไม่ได้หมายถึงเพียงชื่อเสียงวัฒนธรรม แต่ช่วยเพิ่มความชอบธรรมให้ผู้นำหมู่บ้านในการไปต่อรองของงบประมาณปีถัดไปทั้งกับท้องถิ่นและกลุ่มทุน (ปีนวดิ ศรีสุพรรณ, 2554ก) กลุ่มทุนท้องถิ่นและทุนระดับชาติเองก็มองเห็นศักยภาพของบุญบั้งไฟในฐานะ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” ที่สามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ร้านอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องเสียง รถเวที และธุรกิจบริการต่าง ๆ ขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดในช่วงงานบุญ การเป็นสปอนเซอร์หลักของเวทีหมอลำหรือบั้งไฟประดับ “ล้าน” ทำให้โลโก้ของบริษัทปรากฏเด่นชัดบนเวที กลายเป็นพื้นที่โฆษณาที่เชื่อมโยงแบรนด์กับความศักดิ์สิทธิ์และความสนุกสนานในจิตสำนึกของผู้คน เมื่อทุนเศรษฐกิจไหลผ่านงานบุญเช่นนี้ ช่องทางเชื่อมต่อกับทุนการเมืองยิ่งแนบแน่น ข้อตกลงด้านสัมปทานพื้นที่ขายของ การใช้โครงสร้างพื้นฐานของรัฐ และการสนับสนุนนักการเมืองท้องถิ่นบางรายจึงผูกติดอยู่กับการหมุนเวียนของเงินในงานบุญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประเด็นที่น่าสนใจไม่แพ้กันคือ บทบาทของวัยรุ่น คนหนุ่มสาว และแรงงานอายุน้อยในพื้นที่บุญบั้งไฟ ช่วงคึกคักงานหมอลำ เราจะเห็นกลุ่มวัยรุ่นในชุดแฟชั่นร่วมสมัย เดินร่ายอย่างเป็นอิสระกว่าที่เคยเป็นในห้องเรียนหรือในครอบครัว งานเทศกาลกลายเป็นพื้นที่ “หยุดกฎปกติ” ชั่วคราว ตามที่ Turner (1982) เรียกว่าเป็นช่วงของสถานการณ์ “liminality” ที่โครงสร้างปกติของสังคมผ่อนคลายลง เปิดโอกาสให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์และตัวตนใหม่ ๆ การได้แสดงออกพร้อมขบวน หรือการเป็นตัวแทนเยาวชนบนเวที กล่าวปราศรัยสั้น ๆ ให้กำลังใจทีมบั้งไฟหมู่บ้าน ล้วนเป็นการ “ซ้อม” การมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบที่ผสมเข้ากับวัฒนธรรมรื่นเริง เมื่อมองลึกลงไปเราจะเห็นว่าในสนามบุญเดียวกัน มีกลยุทธ์และยุทธวิธีหลากหลายแบบทับซ้อนกันอยู่ รัฐและท้องถิ่นอาจใช้ “ยุทธศาสตร์” ในการกำหนดผังงานและกฎระเบียบ แต่ชาวบ้านและวัยรุ่นใช้ “ยุทธวิธี” เล็ก ๆ น้อย ๆ ในการต่อรอง ทั้งในรูปแบบการยืดเวลาความสนุก การเล่นพนัน หรือการใช้ป้ายและคำขวัญในขบวนแห่เสียดสีกับปัญหาทางการเมืองและเศรษฐกิจในหมู่บ้าน นี่คือนิสัยที่ de Certeau (1984) เรียกว่า “การปฏิบัติในชีวิตประจำวัน” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนธรรมดาที่มีศักยภาพในการเล่นเก๋อำนาจในสนามที่ตนไม่ได้ออกแบบ แต่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างแยบยล และเมื่อพิจารณาภาพรวมทั้งหมด บุญบั้งไฟในอำเภอพนมไพร จึงสามารถมองได้ว่าเป็น “พื้นที่การเมืองเชิงวัฒนธรรม” ที่มีหลายระดับชั้นไปพร้อมกันในระดับบนสุด เราเห็นการต่อรองระหว่างรัฐ ท้องถิ่น และกลุ่มทุน ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเมืองผ่านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ในระดับกลาง เราเห็นการช่วงชิงทุนสัญลักษณ์และคะแนนนิยมระหว่างนักการเมืองและผู้นำชุมชนที่ใช้เวทีบุญเป็นสภากาเมืองแบบไม่เป็นทางการ ในระดับล่างสุด เราเห็นความเคลื่อนไหวของชาวบ้านที่ใช้พื้นที่นี้ยืนยันตัวตน อัตลักษณ์ และความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่อาจไม่ถูกมองว่าเป็น “การเมือง” อย่างเป็นทางการ แต่ก็สะท้อนความเฝื่อนและความคับข้องใจทางสังคมอย่างลึกซึ้งด้วยสายตาเช่นนี้ เป้าหมายของบทความว่าด้วย “การเมืองเรื่องบั้งไฟ: พนมไพรศึกษา” จึงไม่ใช่เพียงการบรรยายประวัติหรือพิธีกรรมของบุญบั้งไฟ หากมุ่งชี้ให้เห็นว่าประเพณีดังกล่าวทำงานเป็นสนามต่อรองอำนาจทางการเมืองระดับท้องถิ่นอย่างไร ใครได้อะไรจากงานบุญ และพื้นที่งานบุญช่วยให้เราเข้าใจ “พื้นที่การเมือง” ในชีวิตประจำวันได้อย่างไร บทวิเคราะห์ลักษณะนี้ไม่เพียงเติมเต็มช่องว่างในวรรณกรรมเรื่องบุญบั้งไฟ หากยังเสนอกรอบคิดใหม่ในการอ่านเทศกาลและประเพณีอื่น ๆ ในอีสาน ไม่ว่าจะเป็นบุญผะเหวด บุญแข่งเรือ หรือประเพณีท้องถิ่นอื่นในฐานะสนามอำนาจที่มีชีวิต ซึ่งเชื่อมคน ชุมชน รัฐ และตลาดเข้าด้วยกันผ่านภาษาแห่งความเชื่อและความสนุกสนาน



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

การเมืองเชิงวัฒนธรรม (cultural politics)

บรรยากาศยามรุ่งเช้าในวันงานบุญบั้งไฟ ท้องทุ่งรอบอำเภอพนมไพรยังคลุมด้วยหมอกบาง ๆ แต่ใจกลางอำเภอลับค้อย ๆ กลายเป็น “เวที” ขนาดใหญ่ของทั้งวัฒนธรรมและการเมือง ร้านค้าชั่วคราว ผ้าใบโฆษณา รถแห่ และเวทีหมอลำถูกตั้งเรียงราย ขบวนแห่จากแต่ละหมู่บ้านทยอยเข้ามา เสียงกลองยาวและเครื่องเสียงดังแข่งกับเสียงพิธีกรที่ประกาศชื่อหมู่บ้าน ชื่อบั้งไฟ และสำคัญไม่น้อยคือ “ชื่อผู้สนับสนุน” ตั้งแต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นักการเมือง ไปจนถึงบริษัทเอกชน โลโก้เหล่านี้ถูกจัดวางเคียงคู่กับภาพพระพุทธรูป เจดีย์ และคำขวัญ “สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น” อย่างแนบเนียน ภูมิทัศน์เช่นนี้ทำให้เห็นอย่างชัดเจนว่า “งานบุญไม่ได้เป็นเพียงพิธีกรรม หากคือพื้นที่ของการเมืองเชิงวัฒนธรรมอย่างเต็มตัว” ในสายตาของชาวบ้าน บุญบั้งไฟยังคงเป็นพิธีกรรมขอฝนที่ผูกพันกับตำนานพญาคันคาก แถน และนาค เป็นการทำบุญร่วมกันของหมู่บ้าน เพื่อความอุดมสมบูรณ์ของนาข้าวและการอยู่เย็นเป็นสุขของชุมชน แต่เมื่อรัฐส่วนกลางการทองเที่ยว และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามา “ยก” บุญบั้งไฟพนมไพรให้เป็นจุดขายด้านวัฒนธรรม และการทองเที่ยว ภาพของงานบุญก็เปลี่ยนไปเป็นทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์ที่หลายกลุ่มเข้ามาอ้างความเป็นเจ้าของและใช้ต่อรองอำนาจ (ณรงค์ ภูเยี่ยมจิตร และเกียรติศักดิ์ ลาภสาร, 2563) ซึ่งในประเด็นนี้ Raymond Williams เคยกล่าวว่า “วัฒนธรรมคือสิ่งธรรมดา” อันหมายถึง วัฒนธรรมคือวิถีชีวิตและความหมายที่ผู้คนสร้างร่วมกัน มิใช่ของชนชั้นสูงหรือผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น (Williams, 1958/2013) หากใช้สายตาแบบนี้มองพนมไพร เราจะเห็นว่าชาวบ้านร่วมกันสร้าง “ความเป็นคนพนมไพรเมืองบั้งไฟ” ผ่านการจัดกองทุนบั้งไฟ การระดมทุน การฝึกซ้อมฟ้อนรำ และการร่วมเชียร์บั้งไฟหมู่บ้านของตน แต่ในเวลาเดียวกัน รัฐ ท้องถิ่น และกลุ่มทุนก็อาศัยวัฒนธรรมชุดเดียวกันนี้ในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างคะแนนนิยม และทำให้บทบาทของตนดูชอบธรรมภายใต้นามธรรมว่า “อนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน” และบนเวทีกลาง เราเห็นนายก อบท. สมาชิกสภาท้องถิ่น หรือ ส.ส. ในพื้นที่ขึ้นกล่าวเปิดงานด้วยถ้อยคำที่เต็มไปด้วยวาทกรรมวัฒนธรรม “สืบสานประเพณีอันดีงามของบรรพบุรุษ” “ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ชื่อและภาพของพวกเขาปรากฏบนป้ายไวณิลขนาดใหญ่ร่วมกับภาพบั้งไฟและพระพุทธรูป ท่ามกลางสายตาชาวบ้าน การวางตัวเช่นนี้คือการสวมบท “ผู้อุปถัมภ์วัฒนธรรม” ซึ่งช่วยแปรงบประมาณและการแทรกแซงเชิงนโยบายให้กลายเป็นสิ่งที่ดู “สมควร” และ “น่ายกย่อง” มากกว่าจะถูกตั้งคำถามในเชิงการเมืองตรง ๆ คล้ายกับที่ Waterman (1998) วิเคราะห์เทศกาลศิลปะในยุโรปว่าเป็นพื้นที่ที่การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมถูกจัดฉากอย่างแนบเนียนในนามของศิลปะและความงาม หากเลื่อนสายตาลงมาที่ระดับหมู่บ้าน หัวบั้งไฟและขบวนแห่คือพื้นที่ที่การเมืองเชิงวัฒนธรรมทำงานอย่างละเอียดที่สุด บางขบวนเลือกเล่าตำนานพญาคันคากอย่างเคร่งครัด เน้นภาพความศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อและการขอฝน บางขบวนนำตัวการ์ตูน เพลงลูกทุ่งสมัยใหม่ และการแต่งกายแบบวัยรุ่นเข้ามาผสม ขณะที่บางป้ายผ้าเขียนข้อความติดตลกแต่เจ็บแสบ เช่น เหน็บแนมราคาพืชผล ปัญหาหนี้สิน หรือการบริหารงานของรัฐ เสียงหัวเราะริมถนนจึงไม่ใช่เพียงความสนุก หากเป็นการเปิดพื้นที่ให้ชาวบ้าน “พูดเรื่องการเมือง” โดยไม่จำเป็นต้องใช้ถ้อยคำทางการใด ๆ Street (1997) ได้สะท้อนให้เห็นว่า “วัฒนธรรมสมัยนิยมไม่ใช่พื้นที่ที่หลบหนีจากการเมือง แต่คืออีกวิธีหนึ่งของการทำการเมืองผ่านเสียงเพลง มุกตลก และความบันเทิง” (Street, 1997)



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

หน่วยงานรัฐและเทศบาลก็กำกับความหมายของงานบุญผ่านการจัดระเบียบพื้นที่ ตั้งแต่การกำหนดโซน “เหมาะสมต่อภาพลักษณ์เมือง” การออกกฎหมายห้ามขายสุราบางพื้นที่ หรือการกำหนดเส้นทางขบวนแห่เพื่อให้ได้ภาพที่สวยงามสำหรับสื่อมวลชนและการท่องเที่ยว มาตรการเหล่านี้สะท้อนว่า รัฐไม่ได้เพียง “สนับสนุน” วัฒนธรรม แต่กำลังออกแบบและคัดกรองว่ารูปแบบใดของบุญบั้งไฟที่ควรถูกนำเสนอในฐานะ “วัฒนธรรมอันดีงาม” และรูปแบบใดควรถูกจำกัดอยู่ในมุมลึก ๆ ของงาน อย่างไรก็ตาม ชุมชนไม่ได้เป็นผู้ถูกจัดการฝ่ายเดียว งานศึกษาของ Waskito (2018) เกี่ยวกับเทศกาลน้ำในอินโดนีเซียชี้ให้เห็นว่า ชุมชนสามารถ “รีอ-ปรับ-ประดิษฐ์ใหม่” พิธีกรรมเพื่อใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองของตนในการต่อรองกับรัฐและทุนในพนมไพร แม้จะไม่ได้มีขบวนต่อต้านอย่างชัดเจน แต่การเลือกเล่าเรื่องปัญหาเกษตรกร การจัดทำบั้งไฟที่สะท้อนภาพวิกฤตน้ำ หรือการใช้เวทีหมอลำพูดถึงความเดือดร้อนของชาวบ้าน ก็ล้วนเป็นการใช้ภาษาและสัญลักษณ์ของประเพณีเพื่อตอบโต้ระเบียบการพัฒนาในแบบที่รัฐและทุนต้องฟังอย่างน้อยในระดับหนึ่ง ในระดับอัตลักษณ์ Stuart Hall (1990) เสนอว่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมไม่ใช่แก่นแท้ตายตัว แต่เป็นกระบวนการจัดวางตำแหน่งตัวเองภายใต้ประวัติศาสตร์และอำนาจ การที่ชาวอำเภอพนมไพรนิยามตนเองว่า “เมืองบั้งไฟ” คือการประกาศตำแหน่งของอำเภอลึก ๆ แห่งนั้นบนแผนที่วัฒนธรรมของอีสานและของชาติ ยิ่งรัฐและสื่อกระแสหลักหยิบยกภาพ “บั้งไฟ พญาคันคาก หมอลำ รถแห่” ไปใช้มากเท่าใด พนมไพรก็ยิ่งถูกมองเห็นและถูกทำให้เป็น “ตัวแทนอีสานแบบหนึ่ง” มากขึ้นเท่านั้น แต่ในความมองเห็นนั้นเอง ก็มีความเสี่ยงที่อีสานจะถูกจำกัดภาพให้เหลือเพียงความสนุก เสียงดัง และสุรา มากกว่าจะมองทะลุไปถึงโครงสร้างเศรษฐกิจ การเมือง และความไม่เป็นธรรมที่ชุมชนต้องเผชิญ ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่า การเมืองเชิงวัฒนธรรมในบุญบั้งไฟพนมไพรทำงานทั้งในระดับสัญลักษณ์ ระดับพื้นที่ และระดับอัตลักษณ์ วัฒนธรรมจึงไม่ใช่ฉากหลังที่เป็นกลาง แต่คือสนามที่รัฐ ท้องถิ่น กลุ่มทุน และชุมชนต่างเข้ามาต่อรองความหมายและอำนาจของตนเอง ผ่านพิธีกรรม เสียงหัวเราะ เพลงหมอลำ และเปลวไฟที่พุ่งขึ้นท้องฟ้าในเช้าวันบุญนั่นเอง

อุปถัมภ์นิยมและนักการเมืองท้องถิ่น (patron-client, local bossism)

เมื่อพิจารณาจาก “ภาพวงกว้าง” ของการเมืองเชิงวัฒนธรรมลงมาในระดับตัวผู้เล่น เราจะเห็นว่าบุญบั้งไฟพนมไพรทำงานอยู่บนโครงสร้างอุปถัมภ์นิยมและนักการเมืองท้องถิ่นอย่างชัดเจน ทั้งในรูปของเครือข่ายอุปถัมภ์ (patron-client) และ “เจ้าเมือง-เจ้าพ่อท้องถิ่น” (local bossism) ที่คอยจัดการทรัพยากรอำนาจ และเสียงสนับสนุนให้หมุนเวียนอยู่ในระบบเดิม แม้งานบุญจะถูกเล่าในนาม “ศรัทธา” และ “ประเพณี” แต่เบื้องหลังเวทีคือ การต่อรองระหว่างผู้อุปถัมภ์ (patron) และผู้อยู่ในอุปถัมภ์ (client) อย่างเข้มข้น James C. Scott ให้นิยามความสัมพันธ์แบบ patron-client ว่าเป็น “มิตรภาพเชิงเครื่องมือ” ระหว่าง “ผู้มีอำนาจ/ทรัพยากรมาก” กับ “ผู้มีอำนาจ/ทรัพยากรน้อย” โดยแลกเปลี่ยนการคุ้มครองผลประโยชน์และโอกาส เข้ากับความภักดี การสนับสนุน และ “การยื่นเคียงข้างกัน” ในยามจำเป็น (Scott, 1972) ในบริบทชนบทไทย เครือข่ายอุปถัมภ์เช่นนี้แทรกอยู่ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และถูกเชื่อมต่อกับทางสังคมที่สูงขึ้นไปถึง ส.ส. และกลุ่มทุนระดับจังหวัดอย่างเป็นขั้น ๆ (Baker & Phongpaichit, 2014; Tangsupvattana, 2011) ในพื้นที่อำเภอพนมไพร เครือข่ายอุปถัมภ์เหล่านี้เผยตัวชัดในช่วงเตรียมงานและวัน



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

งานบุญบั้งไฟ นักการเมืองท้องถิ่นระดับนายก อบต. นายกเทศมนตรี สมาชิกสภาท้องถิ่น หรือแม้แต่ผู้สมัคร ส.ส. มักจะ “ลงพื้นที่” ไปเจรจากับผู้นำหมู่บ้านและคณะกรรมการบั้งไฟ เสนอการสนับสนุนงบประมาณ บั้งไฟ ขบวนใหญ่ รถแห่ เครื่องเสียง หรือชุดฟ้อนรำ แลกกับการที่หมู่บ้าน “จำชื่อ” และ “รู้บุญคุณ” ในฤดูกาล เลือกลงบั้งไฟมาถึง เครื่องช่วยลักษณะนี้ไม่ต้องเขียนเป็นสัญญา แต่ยึดโยงกันผ่านความสัมพันธ์ระยะยาวและการ ตอบแทนกันซ้ำ ๆ ตามแบบฉบับอุปถัมภ์นิยมไทย (Taylor, 2000; Scott, 1972) บนเวทีใหญ่ของงาน เราจึง เห็นชื่อผู้บริจาคและ “ผู้สนับสนุนหลัก” ปรากฏบนป้ายไวนิลคู่กับชื่อหมู่บ้านและสโลแกนงานบุญ การได้ขึ้น เอย่นามว่าบั้งไฟล้านของหมู่บ้านหนึ่ง ๆ ได้รับการสนับสนุนจากใคร จึงไม่ใช่เพียงเรื่องเกียรติ แต่เป็นการ ประกาศสายสัมพันธ์อุปถัมภ์ต่อหน้าสาธารณะ ชาวบ้านรู้ว่าหากบั้งไฟของหมู่บ้านตน “ยิ่งใหญ่” ได้ ก็เพราะ มีผู้อุปถัมภ์ซึ่งเป็นนักการเมืองหรือกลุ่มทุนหนุนหลัง ในทางกลับกัน ผู้อุปถัมภ์ก็รู้ดีว่า ทุกเสียงเชียร์และรอยยิ้ม ในวันบุญ สามารถแปรเป็นคะแนนเสียงและเครือข่ายช่วยเหลือในวันเลือกตั้ง (Laothamatas, 2002; NDI, 2004) ผลงานวิชาการที่ศึกษาว่าด้วย “local bossism” ในการเมืองไทย เช่น Okey (1996) วิเคราะห์ว่า ผู้นำท้องถิ่นจำนวนหนึ่งทำหน้าที่เสมือน “เจ้าพ่อจังหวัด/อำเภอ” ที่เชื่อมโลกของรัฐ นักการเมือง และ เศรษฐกิจท้องถิ่นเข้าด้วยกันผ่านเครือข่ายบริวารและลูกน้อง บุคคลเหล่านี้อาจมีสถานะทั้งเป็นนักธุรกิจท้องถิ่น ผู้รับเหมารายใหญ่ นายก อบต. หรือแม้แต่ไม่ดำรงตำแหน่งทางการเมืองใด ๆ เลย แต่มีอิทธิพลสูงในระดับ พื้นที่ สิ่งที่เห็นในบุญบั้งไฟพนมไพร คือบทบาทของ “ผู้ใหญ่ใจดี” ที่ออกค่าเครื่องเสียง เวทีหมอลำ หรือบริจาค เงินให้กองทุนบั้งไฟ แลกกับการได้รับการยอมรับให้เป็น “เจ้าของงานตัวจริง” ในสายตาชุมชน ในระดับลึกลง ไป ดังนั้นเครือข่าย patron-client ไม่ได้ทำงานเฉพาะวันงานบุญ แต่แผ่ไปถึงการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ ตลอดปี เช่น การฝากเข้าทำงาน การช่วยประสานงานราชการ การช่วยเหลือยืมรถ หรือการให้ยืมเงินยามเดือดร้อน เมื่อ ถึงฤดูบั้งไฟหรือฤดูเลือกตั้ง ชาวบ้านจำนวนไม่น้อยจึง “ตอบแทนบุญคุณ” ด้วยการช่วยขนบั้งไฟ ช่วยตั้งเวที หรือช่วยเป็นเครือข่ายหาเสียงให้ผู้อุปถัมภ์คนเดิม เครือข่ายชนิดนี้ Tangsupvattana (2011) เห็นว่าเป็น “วัฒนธรรมอุปถัมภ์ฝังลึก” ที่ทั้งค้ำจุนและอุดหนุนพัฒนาการประชาธิปไตยไปพร้อมกัน เมื่อลองพิจารณาผัง การจัดงานบุญจะเห็น “จุดยุทธศาสตร์” ของผู้อุปถัมภ์ชัดเจน พื้นที่หน้าฮ้านหมอลำมักถูกจับจองโดยโต๊ะ VIP ของนายอำเภอ นายกเทศมนตรี ส.ส. เจ้าพ่อท้องถิ่น และกลุ่มทุนรายใหญ่ ขณะที่บริเวณขายอาหาร เครื่องดื่ม และซุ้มกิจกรรมต่าง ๆ ก็มักถูกจัดสรรให้กับกลุ่มที่มีสายสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับผู้มีอิทธิพลในพื้นที่ เครือข่าย อุปถัมภ์จึงไม่ใช่เพียงเรื่องคะแนนเสียง แต่หมายถึงสิทธิในการเข้าถึง “โอกาสทำมาหากิน” ในงานบุญด้วย (Baker & Phongpaichit, 2014) ในอีกด้านหนึ่ง การมองผ่านกรอบ patron-client ยังช่วยอธิบายว่าทำไม ชาวบ้านจำนวนหนึ่งยังคง “ยึดโยง” กับนักการเมือง/เจ้าพ่อบางคน แม้จะถูกวิจารณ์เรื่องคอร์รัปชันหรือใช้ ความรุนแรง Okey (1996) และ Baker & Phongpaichit (2014) ชี้ว่า ในบริบทที่รัฐสวัสดิการยังอ่อนแอ ผู้ อุปถัมภ์เหล่านี้ทำหน้าที่เสมือน “รัฐเงา” ที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานได้รวดเร็วกว่า ทั้งในยามเจ็บป่วย คดีความ หรือภัยพิบัติ เมื่อบุญบั้งไฟกลายเป็นเวทีที่ผู้อุปถัมภ์ลงมาแสดงบทบาทช่วยเหลือชุมชนต่อหน้า สาธารณะ จึงยิ่งตอกย้ำภาพตนเองว่าเป็น “คนของชาวบ้าน” มากกว่าจะเป็น “ผู้มีอิทธิพล” ที่ต้องถูกตั้ง คำถาม อยากรู้ก็ดี งานใหม่ ๆ ว่าด้วยการเมืองชนบทไทย เช่น Walker (2008) เสนอให้เห็นด้าน “การต่อรอง จากล่างขึ้นบน” ของชาวบ้าน ที่ไม่ได้เป็นเพียงผู้ตามอย่างเฉื่อยชา แต่ใช้เครือข่ายอุปถัมภ์เพื่อเรียกร้องบริการ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

และทรัพยากรจากรัฐผ่านนักการเมืองและเจ้าพ่อท้องถิ่นอีกทอดหนึ่ง ในกรณีพนมไพร ชาวบ้านและผู้นำชุมชนก็ใช้ “บั้งไฟ-เสียงคน-เสียงเลือกตั้ง” เป็นทุนต่อรอง เช่น การขอลานใหม่ ฝายเก็บน้ำ หรือโครงการพัฒนาหมู่บ้าน การสนับสนุนผู้อุปถัมภ์จึงไม่ใช่การยอมจำนน หากเป็นยุทธวิธีการเอาตัวรอดและพยายามได้ส่วนแบ่งทรัพยากรในโครงสร้างที่ไม่เท่าเทียม เช่นนั้นแล้ว มิติอุปถัมภ์นิยมและนักการเมืองท้องถิ่นในบุญบั้งไฟพนมไพรทำให้เราเห็นว่า ประเพณีไม่ได้ลอยตัวอยู่เหนือโครงสร้างการเมือง แต่ถูกถักทอแนบแน่นอยู่กับเครือข่าย patron-client และ local bossism ที่กำหนดว่าใครจะได้ใช้งานบุญเป็นบันไดสู่ความมั่งคั่งและอำนาจ และใครต้องเป็นเพียงผู้แบกบั้งไฟขึ้นท้องฟ้าให้คนอื่นได้เครดิตทางการเมืองในนามของ “การสืบสานวัฒนธรรม”

แนวคิด “พื้นที่ทางการเมือง” (political space/political arena)

เมื่อมอง “บุญบั้งไฟพนมไพร” ผ่านกรอบอุปถัมภ์นิยมและการเมืองเชิงวัฒนธรรมแล้ว อีกมิติที่ช่วยให้ภาพชัดขึ้นคือแนวคิดเรื่อง “พื้นที่ทางการเมือง” (political space) ซึ่งทำให้เราเห็นว่างานบุญไม่ได้เป็นแค่เหตุการณ์หรือประเพณี แต่เป็น สนาม (field) ที่ผู้เล่นหลากหลายเข้ามาจัดวางตัวเอง ต่อบริวารอำนาจ และสร้างความหมายร่วม แข่งกันอยู่ตลอดเวลา ชนตรี นาครทรานันท์ (2555) เสนอว่า “พื้นที่การเมือง” ไม่ได้จำกัดอยู่แค่สภา หรืออาชีพนักการเมืองเท่านั้น หากคือพื้นที่ที่ความเป็นการเมือง (the political) ปรากฏผ่านการสร้างกลุ่ม การเลือกข้าง การนิยาม “เรา-เขา” และการจัดการความขัดแย้งในสังคม เมื่อใช้สายตานี้มองพนมไพร เราจึงไม่เห็นแค่ลานบั้งไฟ ถนนขบวนแห่ หรือเวทีหมอลำในฐานะ “พื้นที่จัดงาน” แต่เห็นมันเป็นพื้นที่การเมืองที่ความสัมพันธ์ของรัฐ นักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มทุน ผู้นำชุมชน วิทยุชุมชน และนักท่องเที่ยวนั้น ถูกจัดวางและต่อบริวารกันผ่านพิธีกรรมและความบันเทิง ในสายทฤษฎีเกี่ยวกับ “space” นักคิดอย่าง Henri Lefebvre (1991) ชี้ว่า “พื้นที่ ไม่ได้เป็นเพียงภาชนะที่ว่างเปล่า” หากเป็น “ผลผลิตทางสังคมและการเมือง” ที่ถูกสร้างขึ้นผ่านการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน การออกแบบเชิงอำนาจ และจินตนาการทางสัญลักษณ์ ดังนั้น Setha Low (1996) ได้เสนอให้เรามอง “การผลิตทางสังคมของพื้นที่” (social production of space) ว่าเชื่อมโยงกับเงื่อนไขเศรษฐกิจ การเมือง และประวัติศาสตร์ที่ทำให้พื้นที่หนึ่ง ๆ กลายเป็นเช่นที่เห็นอยู่ ถ้าเชื่อมกับพนมไพร ลานบั้งไฟ จุดปล่อยบั้งไฟ เวทีหมอลำ ตลาดชั่วคราว และโซน VIP ไม่ได้เกิดขึ้นอย่าง “เป็นกลาง” แต่สะท้อนอำนาจของหน่วยงานรัฐ อปท. กลุ่มทุนท้องถิ่น ตลอดจนรูปแบบการพัฒนาแบบเน้นท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่รัฐพยายามผลักดัน ในอีกมุมมองทางวิชาการหนึ่ง ผลงานของ Gaventa and Cornwall เสนอว่าควรมอง “พื้นที่ทางการเมือง” เป็นเวทีที่อำนาจและการมีส่วนร่วมของพลเมืองถูกออกแบบและต่อบริวารกัน ทั้งในรูปของพื้นที่ปิด (closed spaces) พื้นที่เชิญ (invited spaces) และพื้นที่ที่ประชาชนสร้างขึ้นเอง (created spaces) (Cornwall, 2002; Gaventa, 2006; Webster & Engberg-Pedersen, 2002) ถ้าแปลกรอบนี้มาใช้กับบุญบั้งไฟพนมไพร เราอาจเห็นว่า (1) พื้นที่ปิด (closed spaces) คือห้องประชุมที่หน่วยงานรัฐและ อปท. เจรจากันล่วงหน้าว่า จะจัดงานอย่างไร งบประมาณเท่าใด ใครเป็นประธานพิธี ใครขึ้นกล่าวเปิด (2) พื้นที่เชิญ (invited spaces) คือเวทีแถลงข่าว การประชุมคณะกรรมการจัดงาน การรับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นทางการที่เปิดให้ “ตัวแทนชุมชน” เข้าร่วม ภายใต้กติกาที่รัฐเป็นคนกำหนด และ (3) พื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นเอง (created spaces) คือ วาทกรรมทางการเมืองในบั้งไฟ เพลงหมอลำที่เหน็บนโยบายรัฐ ป้ายผ้าที่พูดถึงปัญหาหาคาข้าว หนี้สิน น้ำ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

แล้ว รวมถึงการรวมกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้พื้นที่ริมถนนและสื่อออนไลน์ต่อรองความหมายของ “คนพนมไพรเมืองบั้งไฟ” งานศึกษาของ นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ (2557) เกี่ยวกับการช่วงชิงพื้นที่ทางการเมืองระหว่างรัฐส่วนกลางกับท้องถิ่นอีสาน เสนอว่า “พื้นที่ทางการเมือง” ในภาคอีสานคือสนามที่รัฐส่วนกลางมักพยายามยึดครองผ่านการกำหนดความหมายและกติกา แต่ท้องถิ่นก็ใช้ทุนเชิงสัญลักษณ์และการปฏิบัติการของชุมชนตอบโต้และต่อรองอยู่เสมอ เขาใช้แนวคิด “field” ของ Pierre Bourdieu อธิบายว่าในสนามหนึ่ง ๆ ผู้เล่นแต่ละกลุ่มมีทุนหลากหลายชนิด เช่น ทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ ซึ่งนำมาใช้แย่งชิงตำแหน่งและนิยามความหมายของพื้นที่ (Bourdieu, 1989, อ้างใน นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ, 2557) หากใช้กรอบ Bourdieu มองบุญบั้งไฟพนมไพร ลานบั้งไฟและพื้นที่ที่รอบงานจึงเป็น field ที่ผู้เล่นสำคัญต่างมีทุนคนละแบบ นักการเมืองท้องถิ่นและเจ้าพ่อท้องถิ่นมีทุนเศรษฐกิจและทุนการเมือง ชุมชนมีทุนวัฒนธรรมและทุนสัญลักษณ์ ในฐานะ “เจ้าของประเพณี” วัยรุ่นมีทุนทางวัฒนธรรมร่วมสมัยและทุนสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่รัฐมีทุนเชิงกฎหมายและสถาบันในการอนุมัติงบประมาณและกำกับระเบียบ เมื่อถึงวันงาน ทุกฝ่ายจึงเข้ามา จัดวางตัวเองในสนามเดียวกัน ใครขึ้นเวทีไหน นั่งโต๊ะใด ชื่อใครอยู่บนป้ายใหญ่ ชื่อหมู่บ้านไหนถูกประกาศบอ่ยที่สุด ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นการต่อรองตำแหน่งในพื้นที่ทางการเมืองที่ปรากฏตัวอยู่ในรูป “งานบุญ” และในระดับโครงสร้าง นิลวดี พรหมพักพิง และคณะ (2557) ชี้ให้เห็นว่า ภาคอีสานคือภูมิภาคที่รัฐและท้องถิ่นต่อสู้แย่งชิงพื้นที่ทางการเมืองกันยาวนาน ตั้งแต่กบฏผู้มีบุญ เหตุการณ์คอมมิวนิสต์ จนถึงการต่อสู้เชิงสัญลักษณ์ร่วมสมัย บุญบั้งไฟพนมไพรจึงไม่ได้เป็นเพียงเทศกาลพื้นบ้าน แต่สืบเนื่องอยู่ในประวัติศาสตร์ยาว ๆ ของการที่คนอีสานใช้พื้นที่พิธีกรรมและวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสร้าง “พื้นที่การเมืองของตนเอง” ภายใต้เงื่อนไขที่รัฐและทุนพยายามกำกับ กล่าวโดยสรุป การศึกษาบุญบั้งไฟพนมไพรผ่านแนวคิด “พื้นที่ทางการเมือง” ทำให้เห็นว่า งานบุญคือ เวทีที่การเมืองเชิงสัญลักษณ์ การเมืองเชิงอุปถัมภ์ และการเมืองของชีวิตประจำวันมาบรรจบกัน ทั้งในมิติพื้นที่กายภาพ (ลานบั้งไฟ เวที ถนนขบวน) และพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ (ความหมายของ “คนพนมไพร”, “วัฒนธรรมอีสาน”, “การพัฒนา”) การวิเคราะห์ในกรอบนี้จึงไม่เพียงอธิบายการเมืองท้องถิ่นในงานบุญ แต่ยังช่วยขยายองค์ความรู้เรื่อง political space ให้ครอบคลุมพื้นที่วัฒนธรรมและพิธีกรรม ซึ่งมักถูกมองเป็น “นอกการเมือง” ทั้งที่ในความเป็นจริง เป็นหัวใจของการเมืองระดับรากหญ้าอย่างแท้จริง

Political economy ของเทศกาล/งานบุญ

ฉากทัศน์แห่งยามบ่ายของวันบุญบั้งไฟ เมื่อขบวนแห่เริ่มชา เสียงหมอลำยังไม่ดับลง สิ่งเคลื่อนไหวอย่างคึกคักไม่แพ้กันคือ “เงิน” ที่หมุนไปรอบลานบั้งไฟ แม้คำอาหารริมถนนล้นยอตกขาย เทศบาลสรุปตัวเลขงบประมาณ ค่าจ้างบริษัทอีเวนต์ (event) เจ้าของเวทีเครื่องเสียงนับค่าจ้างรอบคืน งานเลี้ยงรับรองของนักการเมืองและผู้มีอิทธิพลในพื้นที่ก็เริ่มขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ ทั้งหมดนี้ทำให้เห็นชัดว่า บุญบั้งไฟพนมไพรไม่ใช่เพียงพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ หากเป็น “สนามเศรษฐกิจการเมืองของงานบุญ” (political economy of festivals) ที่เชื่อมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอำนาจเข้าด้วยกันอย่างแนบแน่น ในเชิงแนวคิด “เศรษฐกิจการเมืองของเทศกาล” ตั้งคำถามง่าย ๆ แต่สำคัญว่า ใครจ่าย ใครได้ และได้อะไร จากงานบุญแต่ละครั้ง ไม่ใช่ดูแค่รายได้รวม แต่ดูโครงสร้างการจัดสรรผลประโยชน์และอำนาจควบคุมเหนือทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง ทั้ง



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

งบประมาณรัฐ เงินสปอนเซอร์เอกชน รายได้ท่องเที่ยว ค่าเช่าพื้นที่ขายของและรายได้ของผู้ประกอบการท้องถิ่น นักเศรษฐศาสตร์อย่าง Bruno Frey วิเคราะห์ว่า งานวัฒนธรรมและเทศกาลมักดึงดูดผู้ชมที่ยอมจ่ายสูง (low price elasticity) ทำให้เกิด “rent” ทางเศรษฐกิจที่ผู้จัดและผู้มีอำนาจในพื้นที่สามารถจัดสรรได้ตามดุลยพินิจ (Frey, 2006) คำถามสำคัญต่อพจนมไพรคือ rent เหล่านี้ไหลไปสู่ใครเป็นหลัก งานของ ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ และคณะ (2554ก) ศึกษา “การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในงานประเพณีบุญบั้งไฟ” ผ่านกรณียโสธร พบว่า เมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาเป็นวาระหลัก บุญบั้งไฟถูกปรับโครงสร้างให้ตอบโจทย์เศรษฐกิจมากขึ้น ทั้งการขยายเวลาจัดงาน การเพิ่มกิจกรรมบันเทิง การดึงเอกชนเข้ามาเป็นสปอนเซอร์ (sponsor) และการจัดงบประมาณของรัฐ/ท้องถิ่นเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยว แต่ในระดับฐานราก ประชาชนจำนวนไม่น้อยกลับรู้สึก “รายได้ตรง” จากการท่องเที่ยวยังไม่กระจายถึงคนส่วนใหญ่เท่าที่ควร ขณะที่ภาระและความเสี่ยงจากการพนัน การดื่ม และอุบัติเหตุกลับสูงขึ้น (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2554ก) นั่นคือ บุญบั้งไฟพจนมไพรจึงสะท้อนภาพคล้ายกัน คือโครงสร้างเศรษฐกิจของงานบุญเบนจากการตอบโจทย์วิถีชีวิตเกษตรกรรม ไปสู่การตอบโจทย์ “เศรษฐกิจเทศกาล” ที่ต้องหมุนเงินจำนวนมากผ่านผู้เล่นไม่กี่กลุ่ม เช่น (1) บริษัทรับจัดงาน เวที เครื่องเสียง รถแห่ (2) ผู้ประกอบการค้าขายรายใหญ่และผู้เช่าพื้นที่ขายของ (3) กลุ่มทุนท้องถิ่นที่ถือสัมปทานพื้นที่หรือเป็นผู้สนับสนุนหลัก และ (4) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นทั้ง “เจ้าของงาน” และ “ผู้จัดสรรงบประมาณ” ชาวบ้านรายย่อยจำนวนหนึ่งเข้าไปอยู่ในห่วงโซ่นี้ในฐานะผู้ขายอาหารรายเล็ก ผู้รับจ้างแบกบั้งไฟ หรือแรงงานชั่วคราว ดังนั้น เมื่อมองด้วยสายตาเศรษฐกิจการเมือง จึงต้องถามต่อว่า รายได้สุทธิหลังหักต้นทุน-ค่าเช่า-ดอกเบี้ยหนี้ในระบบเหลือกลับสู่ครัวเรือนมากน้อยเพียงใด และโครงสร้างนี้ตอกย้ำหรือบรรเทาความเหลื่อมล้ำในพื้นที่อย่างไร งานของ ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ ในมิติ “รัฐสร้างประเพณี” ชี้ให้เห็นว่า การเข้ามาของการท่องเที่ยวและนโยบายวัฒนธรรมของรัฐ ทำให้บุญบั้งไฟถูก “ห่อหุ้มใหม่” ด้วยภาษาการตลาดและภาพลักษณ์เมือง เช่น การสร้างแบรนด์ “เมืองบั้งไฟล้น” การจัดประกวดความยิ่งใหญ่ของหัวบั้งไฟ และการดึงสื่อระดับชาติ/นานาชาติเข้ามานำเสนอ (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2554ข) การห่อหุ้มเช่นนี้ทำให้เทศกาลกลายเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” (cultural capital) ที่สามารถแปลงกลับเป็นทุนเศรษฐกิจและทุนการเมืองได้ แต่คำถามคือ ใครเป็นเจ้าของทุนนี้จริง ๆ คนท้องถิ่นในฐานะผู้ถือครองความทรงจำและแรงงาน หรือรัฐและกลุ่มทุนในฐานะผู้ควบคุมแบรนด์และช่องทางสื่อสาร และหากมองในระดับชาติกว้างขึ้นแนวคิด “cultural political economy” เสนอให้ดูว่า การเล่าเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและเทศกาลถูกใช้จัดวางเศรษฐกิจการเมืองร่วมสมัยอย่างไร Su, Bramwell และ Whalley (2018) เสนอกรอบวิเคราะห์ว่า ภาคการท่องเที่ยวมักคัดเลือกบางความหมายของมรดก-วัฒนธรรมมาขยาย เพื่อดึงดูดการลงทุนและนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ลดทอนด้านที่ขัดแย้งหรือวิพากษ์โครงสร้างลง เมื่อนำมาดูกรณีไทยในยุคที่รัฐผลักดัน “ซอฟต์พาวเวอร์” (soft power) และเทศกาลวัฒนธรรมเพื่อฟื้นเศรษฐกิจ (เช่น แนวทางรัฐบาลปัจจุบันที่ใช้เทศกาลอาหาร ดนตรี และงานวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือดึงดูดทุนท่องเที่ยว) เราอาจเห็นว่าบุญบั้งไฟพจนมไพรและจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวม ถูกดึงเข้าไปอยู่ในโครงเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชาตินี้ด้วย ในเชิงเศรษฐกิจการเมืองของ “งานบุญ” ประเด็นสำคัญคือ การใช้ทรัพยากรรัฐและภาษีประชาชนเพื่อจัดเทศกาล งบประมาณที่ใช้สร้างเวที แสงสีเสียง โครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ ถูกผูกโยงกับวาทกรรม “การพัฒนา การท่องเที่ยว และการ



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

อนุรักษ์วัฒนธรรม” อย่างแนบแน่น แต่ในทางปฏิบัติ งบประมาณไหลผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างของท้องถิ่น ที่มักเชื่อมต่อกับกลุ่มทุนและนักการเมืองในลักษณะอุปถัมภ์ การตัดสินใจ “จัดใหญ่-จัดเล็ก-จัดถี่แค่ไหน” จึงไม่ใช่เรื่องวัฒนธรรมล้วน ๆ หากสะท้อนดุลอำนาจระหว่างกลุ่มที่ได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากเทศบาล กับกลุ่มที่ต้องรับภาระต้นทุนทางสังคม ในระดับเปรียบเทียบ งานศึกษาหลายกรณีในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ชี้ให้เห็นบทบาทของเทศบาลในเศรษฐกิจการเมือง เช่น งานของ Siu (1990) ที่วิเคราะห์เทศบาลดอกเบญจมาศในจีนตอนใต้ว่าเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับโครงสร้างชนชั้นและการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจภูมิภาค หรือกรณีงาน “pasar malam” (ตลาดกลางแจ้งที่มีบรรยากาศคึกคัก เป็นแหล่งรวมตัวสำหรับเดินเล่น ช้อปปิ้ง และหาของกินอร่อย ๆ) ในอินโดนีเซียที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือระดมมวลชนและสร้างฐานเสียงทางการเมือง (Horton, 2025) ทั้งหมดสะท้อนว่าการจะเข้าใจเทศบาลใดเทศบาลหนึ่งอย่างจริงจัง จำเป็นต้องอ่านผ่านเลนส์เศรษฐกิจการเมืองควบคู่กับเลนส์วัฒนธรรมเสมอ

ในกรณีบุญบังไฟพนมไพร การใช้กรอบ “political economy” ของเทศบาล/งานบุญ จึงช่วยให้เราเห็นอย่างน้อยสามประเด็นใหญ่ (1) การกระจุกตัวของผลประโยชน์คือ รายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจจากเทศบาลมักไหลไปสู่กลุ่มทุนและเครือข่ายที่ใกล้ชิดอำนาจ มากกว่ากระจายสู่ครัวเรือนเกษตรกรโดยตรง (2) การใช้วัฒนธรรมเป็นทุนทางการเมืองคือ นักการเมืองท้องถิ่นและเจ้าพ่อท้องถิ่นใช้การสนับสนุนงานบุญเป็นช่องทางสร้างเครดิตทางการเมือง และต่อยอดเครือข่ายอุปถัมภ์ และ (3) การปรับโครงสร้างวิถีชีวิตชุมชนคือการผลักดันให้บุญบังไฟเป็น “เทศบาลใหญ่” ทำให้วิถีเกษตรกรรมแบบเดิมต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับจังหวะเศรษฐกิจเทศบาล ทั้งในเชิงเวลา แรงงาน และหนี้สิน เมื่อเชื่อมกับประเด็น “การเมืองเชิงวัฒนธรรม” และ “พื้นที่ทางการเมือง” ที่กล่าวมาก่อนหน้า จะเห็นว่าบุญบังไฟพนมไพรคือจุดตัดของ อำนาจ-ทุน-วัฒนธรรมอย่างชัดเจน การวิเคราะห์เศรษฐกิจการเมืองของเทศบาล จึงไม่ใช่การลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ของงานบุญ แต่เป็นการทำให้เรามองเห็นเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่กำหนดว่า ใครสามารถใช้ “บุญ” เป็นบันไดสู่ทุนและอำนาจ และใครต้องรับภาระเสี่ยงภัย-หนี้สิน-และความเปลี่ยนแปลงโดยมีสิทธิ์ในการกำหนดทิศทางน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

บทสรุป

เมื่อมอง “บุญบังไฟ : พนมไพรศึกษา” ผ่านเลนส์แห่งมุมมองทางรัฐศาสตร์จะเห็นชัดว่าเทศบาลนี้มิได้เป็นเพียงพิธีกรรมขอฝนหรือมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนอีสานเท่านั้น หากคือ พื้นที่ทางการเมืองแบบหลายมิติ ที่อำนาจ เครือข่ายผลประโยชน์ และตัวตนทางการเมืองของผู้คนถูกผลิตและต่อรองอย่างต่อเนื่อง

ประการแรก ในมิติ การเมืองเชิงวัฒนธรรม (cultural politics) บุญบังไฟเป็นสนามต่อสู้เชิงความหมายว่า “อะไรคือวัฒนธรรมอีสาน” และ “ใครคือเจ้าของบุญบังไฟ” ระหว่างรัฐ ท้องถิ่น กลุ่มทุน และชุมชนท้องถิ่น แนวคิดของ Williams (1958/2013) ว่า “วัฒนธรรมคือสิ่งธรรมดา” และ Hall (1990) เรื่องอัตลักษณ์ในฐานะกระบวนการจัดวางตำแหน่ง ช่วยให้เราเห็นว่า การนิยาม “คนพนมไพรเมืองบังไฟ” ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างเป็นกลาง หากผูกโยงกับโครงการสร้างภาพลักษณ์เมือง การท่องเที่ยว และการเมืองระดับชาติ-



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

ระดับภูมิภาคที่เลือกหยิบบางภาพของอีสานไปขยาย ขณะเดียวกันก็ลดทอนภาพความเหลื่อมล้ำและความไม่เป็นธรรมทางโครงสร้าง

ประการที่สอง ในมิติ อุปถัมภ์นิยมและนักการเมืองท้องถิ่น (patron-client, local bossism) งานบุญบั้งไฟทำงานเป็นเวทีที่เครือข่ายอุปถัมภ์ถูกทำให้มองเห็นและตอกย้ำในเชิงสัญลักษณ์ ความสัมพันธ์ระหว่าง “ผู้อุปถัมภ์” กับ “ผู้อยู่ในอุปถัมภ์” ปรากฏผ่านการสนับสนุนงบประมาณบั้งไฟ เวทีหมอลำ การจัดเลี้ยง และการช่วยเหลือต่าง ๆ ที่แลกกับความภักดีและการสนับสนุนทางการเมืองในระยะยาว ดังที่ Scott (1972) วิเคราะห์โครงสร้าง patron-client ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และงานเกี่ยวกับ local bossism ในสังคมไทยได้ชี้ให้เห็นว่า นักการเมืองท้องถิ่นและ “เจ้าพ่อท้องถิ่น” ทำงานเป็นตัวกลางเชื่อมรัฐ ทุน และชุมชนเข้าด้วยกัน

ประการที่สาม แนวคิด “พื้นที่ทางการเมือง” (political space) ทำให้เห็นว่าลานบั้งไฟ ถนน ขบวนแห่ เวทีหมอลำ และแม้แต่พื้นที่ออนไลน์ของคนพนมไพร เป็น “field” ที่ผู้เล่นทุกกลุ่มเข้ามาจัดวางตัวเอง แข่งขันกันด้วยทุนหลากหลายชนิด ทั้งทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ ตามกรอบของ Lefebvre (1991), Bourdieu (1989) และงานไทยร่วมสมัยที่ศึกษาการช่วงชิงพื้นที่ระหว่างรัฐกับท้องถิ่นในอีสาน พื้นที่ทางการเมืองในที่นี้จึงไม่จำกัดอยู่ในสภาและห้องประชุม แต่แผ่ขยายไปถึงพื้นที่พิธีกรรมและงานรื่นเริงซึ่งถูกออกแบบ ควบคุม และทำลายไปพร้อมกัน

ประการที่สี่ มิติของ เศรษฐกิจการเมืองของเทศกาล/งานบุญ (political economy of festivals) ทำให้เห็นว่าเบื้องหลังเสียงกลองและบั้งไฟคือการเคลื่อนตัวของทุนจำนวนมาก ตั้งแต่งบประมาณรัฐท้องถิ่น เงินสปอนเซอร์เอกชน รายได้จากการท่องเที่ยว ไปจนถึงสิ่งที่บริษัทจัดงานและกลุ่มทุนท้องถิ่นได้รับการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างในลักษณะนี้สอดคล้องกับงานของ Frey (2006) และงานของปิ่นวดี ศรีสุพรรณและคณะ ที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวและนโยบายวัฒนธรรมของรัฐสามารถ “รื้อสร้างประเพณี” ให้สอดคล้องกับตรรกะเศรษฐกิจและการเมืองอย่างลึกซึ้ง

เมื่อนำทั้งสี่มิติประกอบกัน บทความว่าด้วย “การเมืองเรื่องบั้งไฟ : พนมไพรศึกษา” จึงมีข้อสรุปสำคัญว่า (1) บุญบั้งไฟเป็น พื้นที่ทางการเมืองหลายมิติ ที่เชื่อมวัฒนธรรม การอุปถัมภ์ พื้นที่ และเศรษฐกิจเข้าไว้ด้วยกัน (2) เทศกาลดังกล่าวเป็นทั้ง เครื่องมือของอำนาจ และ พื้นที่การต่อรองจากล่างขึ้นบน ของชุมชนในเวลาเดียวกัน และ (3) การเข้าใจการเมืองท้องถิ่นในอีสานยุคใหม่ จำเป็นต้องก้าวพ้นการมองแค่ “การเลือกตั้ง” หรือ “โครงสร้างทางการเมือง” ไปสู่การอ่านพิธีกรรมและงานบุญในฐานะหัวใจสำคัญของการเมืองในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

จากผลการวิเคราะห์เชิงแนวคิดและกรณีศึกษาพนมไพร สามารถเสนอข้อคิดและทิศทางการศึกษาทางวิชาการต่อไปได้ออย่างน้อย 4 ด้าน

ประเด็นที่หนึ่ง พัฒนารอบทฤษฎีแบบบูรณาการระหว่างรัฐศาสตร์ มานุษยวิทยา และ cultural studies (1) ควรต่อยอดการอ่านบุญบั้งไฟด้วยกรอบ “everyday politics”, “cultural politics”,



การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๔ และระดับนานาชาติครั้งที่ ๓ “รุ่งอรุณแห่งสันติภาพ”

“political space” และ “political economy” ให้เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ แทนที่จะใช้แยกส่วน และ (2) งานของ Hall (1990), Williams (1958/2013), Lefebvre (1991), Scott (1972) และ Bourdieu (1989) สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบกลางในการศึกษาเทศบาลไทยในฐานะพื้นที่การเมือง ซึ่งจะช่วยยกระดับวรรณกรรมรัฐศาสตร์ไทยให้สนทนากับวงวิชาการนานาชาติได้ชัดเจนขึ้น

ประเด็นที่สอง การวิจัยเชิงภาคสนามแบบชาติพันธุ์พินธ์ (ethnography) และการติดตามระยะยาว (1) ผลการอภิปรายชี้ให้เห็นว่าบุญบังไฟเป็นกระบวนการต่อรองที่ดำเนินอยู่ก่อน-ระหว่าง-และหลังวันงาน จึงควรมีการทำวิจัยภาคสนามระยะยาว ติดตามบทบาทของนักการเมือง ผู้นำชุมชน วัยรุ่น และกลุ่มทุนในแต่ละรอบปี และ (2) การเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งบประมาณ การจัดสรรพื้นที่ขายของ การเจรจาเบื้องหลังระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้อยู่ในอุปถัมภ์ ตลอดจนเสียงของกลุ่มที่ถูกมองไม่เห็น (เช่น แรงงานนอกระบบ ผู้หญิง เด็กและเยาวชน) จะช่วยเติมเต็มภาพให้สมบูรณ์กว่าการพึ่งพาเอกสารหรือการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการเพียงอย่างเดียว

ประเด็นที่สาม การเปรียบเทียบข้ามพื้นที่และข้ามประเพณี (1) ข้อค้นพบจากพนมไพรควรถูกนำไปเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นที่มีบุญบังไฟ เช่น ยโสธร หรือกับประเพณีอื่นในภาคอีสานและภาคเหนือ เช่น บุญผะเหวด งานแข่งเรือ ผีตาโขน เพื่อดูความเหมือนและความต่างของโครงสร้างอุปถัมภ์ พื้นที่ทางการเมือง และเศรษฐกิจการเมืองของเทศบาล และ (2) การเปรียบเทียบดังกล่าวจะช่วยให้เกิดกรอบแนวคิดแบบ “typology ของเทศบาลทางการเมือง” ในสังคมไทย ที่สามารถอธิบายได้ว่ากรณีใดโน้มไปทางการเมืองการเลือกตั้ง กรณีใดเน้นอัตลักษณ์วัฒนธรรม กรณีใดเป็นพื้นที่ต่อต้านการพัฒนา เป็นต้น

ประเด็นที่สี่ ศึกษา “พื้นที่ดิจิทัลของเทศบาล” และการเมืองของเยาวชน (1) บทความชุดนี้ชี้เพียงคร่าว ๆ ว่าเยาวชนใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเล่าเรื่องบังไฟ วิจารณ์การเมือง และสร้างอัตลักษณ์ “คนเมืองบังไฟ” ในโลกดิจิทัล ต่อไปควรมีงานที่เก็บข้อมูลโพสต์ ไลฟ์สด คลิปวิดีโอ และมีัมที่เกี่ยวข้องกับบุญบังไฟ เพื่อวิเคราะห์ว่า พื้นที่ออนไลน์ทำให้ “พื้นที่ทางการเมือง” ของเทศบาลขยายหรือหดตัวอย่างไร และ (2) การนำกรอบ digital politics และ youth studies มาผูกกับกรณีบุญบังไฟจะช่วยเปิดมิติใหม่ของการศึกษาการเมืองท้องถิ่นในยุคแพลตฟอร์ม

ในเชิงคุณูปการเชิงทฤษฎี บทความว่าด้วย “การเมืองเรื่องบังไฟ : พนมไพรศึกษา” สามารถถูกวางตำแหน่งเป็นงานที่ (1) เชื่อมวรรณกรรมเรื่องประเพณีอีสานและมรดกวัฒนธรรม (เช่น งานของปิ่นวดี ศรีสุพรรณ ฯลฯ และพระมหาบุญประสิทธิ์ นาถปุลโย) เข้ากับกรอบการวิเคราะห์แบบรัฐศาสตร์และเศรษฐศาสตร์การเมือง (2) เสนอให้มองงานบุญในฐานะ “เวทีผลิตและจัดสรรอำนาจ” ไม่ใช่แค่งานรื่นเริงหรือพิธีกรรมทางศาสนา และ (3) เปิดพื้นที่ให้การวิจัยรัฐศาสตร์ไทยออกจากอาคารรัฐสภา กระทรวง ทบวง กรม ไปสู่ท้องถิ่น ลานบังไฟ และเวทีหมอลำ ซึ่งเป็นที่ที่การเมืองของชีวิตประจำวันดำเนินอยู่จริง กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอแนะทางวิชาการสำคัญคือ การผลักดันให้ “เทศบาลและประเพณี” กลายเป็นวัตถุวิจัยหลักของ รัฐศาสตร์ไทยผ่านกรอบคิดที่มองเห็นทั้งวัฒนธรรม อำนาจ และทุนอย่างบูรณาการ พร้อมทั้งส่งเสริมการทำวิจัยภาคสนามเชิงลึกและการเปรียบเทียบข้ามพื้นที่ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ว่าด้วยการเมืองท้องถิ่นอีสานที่สามารถสนทนากับวงวิชาการระดับนานาชาติได้อย่างมีน้ำหนักในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- ชนุตร์ นาคทรานันท์. (2012). พื้นที่การเมือง: การไม่จำเป็นต้องมีเหตุผล. *วารสารสังคมวิทยา มานุษยวิทยา*, 31(1), 179–207.
- ณรงค์ ภูเี่ยมจิตร, และเกียรติศักดิ์ ลากสาร. (2563). รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ในประเพณีบุญบั้งไฟ. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, 7(7), 26–51.
- นิลวดี พรหมพักพิง, Maniemai Thongyou, & Viyouth Chamruspanth. (2014). The political contestation between the state and the local: A study of a Thai Nation Development Cooperators' Village in Northeast Thailand. *Journal of Mekong Societies*, 10(2), 131–157.
- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2554ก). การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในงานประเพณีบุญบั้งไฟ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 31(2), 107–117.
- ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2554ข). รื้อสร้างประเพณี: การเปลี่ยนแปลงของบุญบั้งไฟในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง*, 7(2), 27–48.
- พระมหาบุญประสิทธิ์ นาถบุญโญ (การัตน์). (2565). การศึกษาวิเคราะห์ประเพณีบุญบั้งไฟในจังหวัดยโสธร. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 27(1), 208–218.
- ศิริลักษณ์ สุนทรารักษ์. (2568). ประเพณีบุญบั้งไฟ: การต่อรองกับอำนาจเหนือธรรมชาติของมนุษย์. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- Baker, C., & Phongpaichit, P. (2014). *A history of Thailand (2nd ed.)*. Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1989). Social space and symbolic power. *Sociological Theory*, 7(1), 14–25.
- Cornwall, A. (2002). *Making spaces, changing places: Situating participation in development*. IDS Working Paper 170. Institute of Development Studies.
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Frey, B. S. (2006). *The political economy of cultural tourism: Some aspects*. In *Theoretical advances in tourism economics*.
- Gaventa, J. (2006). Finding the spaces for change: A power analysis. *IDS Bulletin*, 37(6), 23–33.
- Hall, S. (1990). *Cultural identity and diaspora*. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference (pp. 222–237)*. London: Lawrence & Wishart.
- Jeong, S. (2005). Cultural politics and contested place identity. *Tourism Geographies*, 7(3), 287–313.
- Laothamatas, A. (2004). *Thailand's political parties in the age of reform*. In *Political parties and democracy in Thailand (pp. 201–223)*. NDI.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell.

- Low, S. M. (1996). Spatializing culture: The social production and social construction of public space in Costa Rica. *American Ethnologist*, 23(4), 861–879.
- Négrier, E. (2023). Cultural policies and urban transitions: Green politics and festivalization. *City, Territory and Architecture*, 10(1).
- Ockey, J. (1996). Thai society and patterns of political leadership. *Asian Survey*, 36(4), 345–362.
- Scott, J. C. (1972). Patron–client politics and political change in Southeast Asia. *American Political Science Review*, 66(1), 91–113.
- Srisupun, P. (2007). Rocket festival in transition: Rethinking “Bun Bangfai” in Isan. *Paper presented at the 9th APSA International Conference*.
- Street, J. (1997). *Politics and popular culture*. Cambridge: Polity Press.
- Thailand Foundation. (2021). *Isaan Rocket Festival: An ancient promise of rain*. Retrieved from <https://thailandfoundation.or.th/isaan-rocket-festival-an-ancient-promise-of-rain/>
- TIME. (2024). *How Thailand is redefining “soft power”*. Retrieved from <https://time.com/7203306/thailand-government-soft-power-moo-deng-lisa-economy/>
- Turner, V. (1982). *From ritual to theatre: The human seriousness of play*. PAJ Publications.
- Su, R., Bramwell, B., & Whalley, P. A. (2018). Cultural political economy and urban heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 68, 30–40.
- Walker, A. (2008). The rural constitution and the everyday politics of elections in Northern Thailand. *Journal of Contemporary Asia*, 38(1), 84–105.
- Waterman, S. (1998). Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1), 54–74.
- Waskito. (2018). Water festival as a cultural politics of community movement in resistance to hotel corporation and city government in Batu City, Indonesia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 17(5), 20–25.
- Williams, R. (1958/2013). *Culture is ordinary*. In J. McGuigan (Ed.), Raymond Williams (pp. 1–18). London: SAGE.
- Webster, N., & Engberg-Pedersen, L. (2002). *In the name of the poor: Contesting political space for poverty reduction*. London: Zed Books.