

กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กูย  
ในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ

IDENTITY COMMUNICATION STRATEGY FOR PROMOTING  
THE TOURISM OF KUI ETHNIC GROUP IN SURIN  
AND SISAKET PROVINCES



<sup>1</sup>บุรณ์เชน สุขคุ้ม

<sup>1</sup>Boonchen Sukkum

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, ประเทศไทย  
Sisaket Rajaphat University, Thailand

pimlapus186@hotmail.com

**Received:** June 27, 2024; **Revised:** July 25, 2024; **Accepted:** August 30, 2024

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กูยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยศึกษากลุ่มเป้าหมายชุมชนชาวกูย 2 แห่ง คือ ชุมชนบ้านกู ตำบลกู อำเภอบางขัน จังหวัดศรีสะเกษ และชุมชนบ้านอาลี ตำบลสำโรงทาบ อำเภอบางขัน จังหวัดสุรินทร์ การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการจัดเวทีระดมความคิด เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้ศึกษาได้ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการบรรยายพรรณนา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มชาติพันธุ์กูยบ้านอาลีและบ้านกูมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นหลายประการโดยเฉพาะอัตลักษณ์ด้วยความเชื่อในผีบรรพบุรุษที่สะท้อนออกมาหลายรูปแบบ ทั้งในด้านประเพณีพิธีกรรม วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหารและผลิตภัณฑ์ชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวชาวกูยสามารถนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านต่างๆ มาทำให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยวและเป็นทุนในการจัดการและพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความ

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

เจริญก้าวหน้ามาโดยตลอด จากการศึกษาสามารถสรุปอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์กวยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านความเชื่อและพิธีกรรม ด้านภาษา ด้านการแต่งกาย ด้านอาหารและด้านผลิตภัณฑ์ วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนชาวกวยจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารโดยคนในเป็นผู้ส่งสารและการสื่อสารโดยคนนอกเป็นผู้ส่งสาร ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่อพิธีกรรม สื่อดนตรี สื่อวัตถุ ผ่านเครือข่าย ผ่านภาษาในชีวิตประจำวันและผ่านสื่อมวลชน กลยุทธ์การสื่อสาร อัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กวยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ จากการจัดเวทีระดมความคิดโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กวยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ แบ่งเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

**คำสำคัญ :** .อัตลักษณ์ ; กลยุทธ์การสื่อสาร ; กลุ่มชาติพันธุ์กวย

## Abstract

The purposes of this research were to study and present the identity communication strategy of Kui ethnic group for promoting tourism by studying the target group of 2 Kui communities; namely Ban Ku community, Ku sub-district, Prangku district, Sisaket province and Ban Arlee community, Samrongtarb sub-district, Samrongtarb district, Surin province. Collecting the data by Semi-structured interview and focus group, when have got the data, researchers will check accuracy and entirety of the data and then bring it to analyze by description. From the study found that Kui ethnic group at Ban Arlee and Ban Ku had outstanding identities, especially identity with belief in ancestor ghost that had been reflected in many styles both in tradition, rite, way of life, dressing, food and community product. These things were important part making Kui people's tourism community could bring outstanding identities to cause the value on tourism and being capital in management and own community development to always have progress. From the study could conclude the outstanding identities of Kui ethnic group in Surin and Sisaket provinces as 6 parts; namely history, belief and rite, language, dressing, food and product. The identity communication method of Kui community could be divided into 2 formats that is communication by people inside community as messenger and communication by

people outside of community as messenger through printing media, personal media, rite media, music media through network, through language in every day life and through mass media. The identity communication strategy for promoting the tourism of Kui ethnic groups in Surin and Sisaket provinces, from brainstorming management by the use of people's participation in the area and people who were concerned with found that the identity communication strategy for promoting the tourism of Kui ethnic group in Surin and Sisaket provinces could be divided into 3 strategies; namely proactive communication strategy, passive communication strategy and cultural tourism communication strategy.

**Keywords** : : identity.; communication strategy ; ethnic group

## บทนำ

อัตลักษณ์ของชุมชนมีความสำคัญในการเป็นสิ่งบ่งบอกลักษณะเฉพาะหรือความเป็นตัวตนของชุมชนที่มีความโดดเด่นหรือมีความต่างจากชุมชนอื่นที่ชุมชนต้องเรียนรู้ และสืบสานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนก่อเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของประชาชนในชุมชนนั้นๆ อัตลักษณ์ชุมชนของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม อัตลักษณ์ชุมชนอาจเป็นด้านวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม อาหาร การแต่งกาย งานฝีมือ การละเล่น ลักษณะบ้านเรือน สภาพแวดล้อม หรืออื่น ๆ โดยที่อัตลักษณ์ชุมชนมีความสำคัญต่อบุคคล กลุ่มคน ชุมชน ในการเป็นพลังขับเคลื่อน สร้างความภาคภูมิใจ ความเป็นหนึ่งเดียว ความเป็นเจ้าของ ความรับผิดชอบ และนำไปสู่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของตนเองทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม และสามารถถ่ายทอดและสื่อสารอัตลักษณ์นั้นให้ประชาชนภายในชุมชนได้รับรู้ เรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ชุมชน ตลอดจนสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนออกสู่ภายนอกชุมชนได้ย่อมสร้างการรับรู้ สร้างความสนใจและสามารถดึงดูดประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งประโยชน์แก่ชุมชนโดยเฉพาะประโยชน์ทางเศรษฐกิจชุมชนในการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ภายใต้แนวทางการพัฒนาบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง ในหัวข้อของการพัฒนาได้ปรากฏแนวทางการพัฒนาหลักที่ 4 ว่าด้วยการรักษาอัตลักษณ์ของเมืองและสร้างคุณค่าของทรัพยากรเพื่อกระจายรายได้ให้คนในท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ สืบสานประเพณี วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมพื้นบ้านและเมืองเก่า ตลอดจนใช้เศรษฐกิจดิจิทัลต่อยอดพัฒนาเมือง ควบคู่กับการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนและสร้างแบรนด์หรือเอกลักษณ์ของเมือง แนวทางการพัฒนาชนบทให้เป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงการส่งเสริมการเรียนรู้ของ

ชุมชนและสร้างแบรนด์เป็นประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่การเกิดอัตลักษณ์ที่เป็นสิ่งบ่งบอกถึงความแตกต่างในตลาด ทั้งนี้ ชุมชนท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กวยซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีเป้าหมายจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ครั้นเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่หรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก ดังนั้น จากรูปแบบกิจกรรมจากการดำเนินชีวิตประจำวันมีความหลากหลายและยังถูกสะท้อนผ่านโลกดิจิทัลเป็นรูปแบบของกิจกรรมการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการเพิ่มคุณค่าและสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สื่อสารไปบนสังคมออนไลน์ต่างๆ

ชุมชนท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กวยที่เป็นชุมชนเป้าหมายในโครงการวิจัยในจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ บ้านอาลีโฮมสเตย์ ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เป็นโฮมสเตย์ที่ได้คะแนนเกณฑ์มาตรฐานอันดับที่ 6 ของประเทศไทยและอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปี พ.ศ.2552 มีลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีปัจจัยที่สนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพโฮมสเตย์ คือมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อมสีผ้าไหมจากลูกมะเกลือ มีการใช้ภาษาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์คือภาษากวย มีการแต่งกายที่มีลักษณะเด่น คือการแต่งกายด้วยผ้าไหมสีดำที่ได้จากการย้อมจากลูกมะเกลือทั้งหมด มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทดลองปฏิบัติคือการทอผ้าไหม การย้อมสีผ้าไหม การสาวไหม ในส่วนจังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยวชาวกวยบ้านกู่ ตำบลกู่ อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ บ้านกู่เป็นหมู่บ้านที่มีการก่อตั้งมาเป็นระยะเวลาประมาณ 300 กว่าปี หมู่บ้านอยู่ติดสระน้ำหรือสระกู่ พื้นที่เป็นเนินสูง สภาพรอบหมู่บ้านมีเนินดินคล้ายกำแพงกันเรียกว่า “คูเมือง” และเป็นที่ตั้งของปราสาทปรางค์กู่ มีประเพณีประจำปีที่มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมคือประเพณีบุญเบิกฟ้า พิธีบุญเบิกฟ้าชาวบ้านจัดพิธีเล็กๆ ภายในชุมชน เป็นพิธีเช่นไหว้บรรพบุรุษและบูชาเทพ ในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 แต่เดิมเป็นเช่นผีปูดาทหรือเรียกอีกชื่อหนึ่งคือพิธีเบิกเดือนเบิกปี ชาวกวยบ้านกู่จะนำเครื่องเช่นไหว้บรรพบุรุษและบูชาเทพแม่ธรณี ณ ปราสาทปรางค์กู่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 แต่ปัจจุบัน ส่วนราชการในพื้นที่ทุกส่วนราชการเห็นความสำคัญจึงเข้าร่วมสนับสนุนและร่วมจัดกิจกรรมตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ชาวบ้านมีผลิตภัณฑ์ชุมชนต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น ขนมไปรกะซัง (ขนมพื้นเมืองคล้ายขนมไข่หงษ์) หมวกจากใบตาลและอาหารกวย เช่น ละแวกะตาม (แกงมันปู) เป็นต้น

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า ถึงแม้ว่าชุมชนท่องเที่ยวของชาวกวยจะมีจุดแข็งอยู่หลายประการ มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความแตกต่างจากที่อื่น มีการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวของตนเองและยกระดับการท่องเที่ยวมาโดยตลอด แต่การจัดการส่วนใหญ่จะเน้นการพัฒนาการจัดการโดยทั่วไป แต่สิ่งที่พบคือชุมชนยังขาดในด้านกลยุทธ์สื่อที่จะทำการสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่จะสื่อสารยังไม่ทันสมัยและขาดความต่อเนื่องในการสื่อสาร โดยส่วนใหญ่จะใช้รูปแบบการสื่อสารในรูปแบบเดิม ๆ เช่น แผ่นพับ การออกร้านแสดงสินค้า และคนภายนอก

เป็นผู้สื่อสาร ถึงแม้จะมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารในรูปแบบสื่อใหม่ แต่เนื้อหาการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสารที่ยังไม่สามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้เท่าที่ควร การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดยังไม่สอดคล้องต่อกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสาร อัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพจะเป็นอีกกลวิธีหนึ่งที่มีบทบาทในการรับรู้เชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษากลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในเขตอีสานตอนล่าง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยวของชุมชนอันจะทำให้การท่องเที่ยวของชาวกูยมีความแข็งแกร่งเกิดความยั่งยืนในวิถีเศรษฐกิจ มีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เริ่มตั้งแต่การค้นหาลักษณะของชาวกูยที่ชุมชนต้องการสื่อสาร ในมิติด้านการสื่อสารนั้น ชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษมีวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร การสื่อสารอัตลักษณ์เป็นการบ่งบอกเผยแพร่ความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาเยี่ยมชม เรียนรู้และเก็บความประทับใจกลับไป การสื่อสารอัตลักษณ์ที่ดี มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์หรือความรู้สึกนึกคิดในใจของนักท่องเที่ยวในทางที่ดีเช่นเดียวกัน และจะนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนท่องเที่ยวชาวกูยที่เปรียบเสมือนตัวแทนของท้องถิ่นมีการนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีการต่อสู้และต่อรองผ่านพื้นที่การท่องเที่ยวชุมชนอย่างไร และวัตถุประสงค์สำคัญคือการระดมความคิดเพื่อแสวงหากกลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์หรือความรู้สึกนึกคิดในใจของนักท่องเที่ยวในทางที่ดี และจะนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของชุมชนสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกสารทิศมาเยือนอย่างต่อเนื่อง ผลงานวิจัยจะมีประโยชน์ต่อชุมชนท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำไปเป็นนโยบายและแนวปฏิบัติในการสนับสนุน กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์จะเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายส่งผลให้การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนชาวกูยให้มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นำไปสู่มาตรการที่สามารถสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประเทศชาติต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่ในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อยู่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาและนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยกฤษฎีการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ - (Qualitative Research)

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน ผู้นำด้านวัฒนธรรม ผู้นำสตรี ผู้นำอาสาในชุมชน ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ชาติพันธุ์ กุญจำนวน 60 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำด้านวัฒนธรรม ผู้นำสตรี ผู้นำอาสาในชุมชนจำนวน 40 คน ในพื้นที่ชาติพันธุ์เยอ จังหวัดศรีสะเกษ

กลุ่มเป้าหมาย/ผู้ให้ข้อมูล ผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ ผู้ที่เชี่ยวชาญเรื่องกุญ เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย ข้าราชการครู บุคลากรของชมรมชาวกุญแห่งประเทศไทย บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับตำบล อำเภอและจังหวัด และประชาชนในหมู่บ้านใกล้เคียง จำนวน 20 คน

### 3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ของชาวกุญในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ ด้านความเชื่อและพิธีกรรม ด้านภาษา ด้านการแต่งกาย ด้านอาหาร และด้านงานฝีมือและผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบแนวทางการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured Interview) และแบบแนวทางการระดมความคิด เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ประกอบด้วย กฤษฎีการสื่อสารเชิงรุก กฤษฎีการสื่อสารเชิงรับ และกฤษฎีการด้านองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินไปพร้อมกับการดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อความถูกต้องและตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และนำเสนอผลงานวิจัยเป็นแบบเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

## ผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์กูยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ ชุมชนบ้านอาลีและบ้านกู้อัตลักษณ์ที่โดดเด่นหลายประการโดยเฉพาะอัตลักษณ์ด้วยความเชื่อในผีบรรพบุรุษที่สะท้อนออกมาหลายรูปแบบทั้งในด้านประเพณีพิธีกรรม วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหารและผลิตภัณฑ์ชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวชาวกูยสามารถนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านต่างๆ มาทำให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยวและเป็นทุนในการจัดการและพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความเจริญก้าวหน้ามาโดยตลอด แม้ปัจจุบันชาวกูยจะตั้งถิ่นฐานปะปนอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์เขมรและลาวจึงมีการติดต่อแลกเปลี่ยนปฏิสัมพันธ์กันระหว่างชาติพันธุ์ด้านวัฒนธรรม มีการผสมผสาน กลมกลืนและยอมรับวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน กลุ่มชาติพันธุ์กูยมีการปรับตัวเพื่อการอยู่ร่วมกับกลุ่มอื่นได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาสรุปอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์กูยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านความเชื่อและพิธีกรรม ด้านวิถีชีวิต ด้านภาษา ด้านอาหาร และด้านงานฝีมือและผลิตภัณฑ์ชุมชน

ด้านประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์กูยเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่แถวเทือกเขาพนมดงรักมาก่อน กลุ่มชาติพันธุ์อื่น ปัจจุบันแม้ชาวกูยจะตั้งถิ่นฐานปะปนอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์เขมรและลาวมีการติดต่อแลกเปลี่ยนปฏิสัมพันธ์กันระหว่างชาติพันธุ์ด้านวัฒนธรรม มีการผสมผสาน กลมกลืน และยอมรับวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน กลุ่มชาติพันธุ์กูยมีการปรับตัวเพื่อการอยู่ร่วมกับกลุ่มอื่นได้อย่างดี ดังจะเห็นได้จากข้อมูลประวัติศาสตร์ เมื่อครั้งมีการโปรดเกล้าฯ ตั้งเมืองสุรินทร์และเมืองศรีสะเกษใหม่ๆ นั้นมีคนกูยทั้งเมืองเข้ามามีอิทธิพลเหนือวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร แต่กลุ่มชาติพันธุ์กูยก็ปรับตัวเข้ากับกลุ่มชาติพันธุ์เขมรซึ่งเป็นผู้อาศัยอยู่ก่อนและเป็นกลุ่มใหญ่ ไม่เพียงในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ในปี พ.ศ. 2450 จังหวัดศรีสะเกษยังเป็นเมืองที่กลุ่มชาติพันธุ์กูยเป็นส่วนใหญ่ เมื่อกลุ่มชาติพันธุ์ลาว (สาขาเวียงจันทน์) ปะปนอยู่บ้างบางหมู่บ้าน แต่วัฒนธรรมลาวได้เข้ามามีอิทธิพลเหนือกลุ่มชาติพันธุ์กูย จึงทำให้มีการผสมผสานวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มชาติพันธุ์กูยพูดภาษาลาวด้วยสำเนียงส่วย โดยสามารถใช้สระเอือได้ในขณะที่ภาษาลาวเวียงเดิมมีแต่สระเอีย ร่องรอยแสดงว่าศรีสะเกษเดิมเป็นเมืองที่กลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่กันทั้งเมือง กลุ่มชาติพันธุ์กูยที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่แม่น้ำมูลกับเทือกเขาพนมดงรักครอบคลุมพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ จนถึงอุบลราชธานี เชื่อกันว่าบริเวณนี้เป็นเส้นทางอพยพมาจากตอนใต้ของประเทศลาวสู่ประเทศไทยและยังเชื่อกันว่ากลุ่มชาติพันธุ์กูยที่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีเป็นกลุ่มชาติพันธุ์กูยที่ตกค้างอยู่ตั้งแต่ครั้งอพยพมาจากลาว บ้านกูเป็นหมู่บ้านที่มีการก่อตั้งมาเป็นระยะเวลาประมาณเกือบสามร้อยกว่าปี จากการบอกเล่าของผู้สูงอายุในหมู่บ้าน สรุปได้ว่าชาวกูยบ้านกูได้อพยพมาจากบ้านอาเลา ไม่ทราบแน่ชัดว่ามาจากอำเภออะไร บ้างก็ระบุว่าอพยพมาจาก

อำเภอศีร์ชภุมิ (นายศิริ แหวนเงิน อดีตผู้ใหญ่บ้านเก่า) ผู้ที่อพยพมาก่อนตั้งเป็นคนแรกคือ “ตาโก” เนื่องจากทำเลของหมู่บ้านอยู่ติดสระน้ำหรือสระกุ้ พื้นที่เป็นเนินสูง สภาพรอบหมู่บ้านมีเนินดินคล้ายกำแพงกั้นเรียกว่า “คูเมือง” เหมาะแก่การตั้งรกรากที่อยู่อาศัย สภาพภายในหมู่บ้านการปลูกสร้างบ้านหรือที่อยู่อาศัยจะปลูกลักษณะติดกันเหมือนเป็นการเกาะกลุ่มกันอยู่ บ้านแต่ละหลังหลังคาบ้านแทบจะซ้อนกัน ทางเดินแต่ละซอยกว้างแค่เกียนผ่านเข้าออกได้ หรือให้วัวควายเดินเข้าออกได้ก็พอ ซึ่งคนโบราณมักจะทำคอกวัวคอกควายไว้ใต้ถุนบ้านและเนินดินที่คล้ายกำแพงหมู่บ้านจะอยู่รอบนอก การทำนาแต่ก่อนนั้นต้องใช้ควายไถและได้ใช้ควายใช้เป็นปุ๋ยคอกอย่างดีไปใส่ในข้าว ชาวภูยบ้านเก่าทุกหลังคาเรือนจึงต้องมีควายไว้ใช้งาน “ตาโก” เป็นคนกลุ่มแรกที่ตั้งรกรากและสืบทอดลูกหลานมาจนถึงปัจจุบัน และมีวัดบ้านเก่าเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ประวัติความเป็นมาของบ้านอาลี ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จากการศึกษาในพื้นที่สรุปได้ว่า ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านอาลีมีความเชื่อมโยงกับชุมชนบ้านตะเคียนซึ่งเป็นชุมชนภูยโบราณ โดยมีประวัติย่อๆว่า ชาวบ้านอาลีได้อพยพมาจากบ้านตะเคียนหมู่ที่ 9 ซึ่งเป็นชุมชนชาวภูยดั้งเดิม เนื่องจากในขณะนั้นมีโรคระบาดและเนื่องจากบ้านตะเคียนมีประชากรจำนวนมากขึ้นจึงทำให้พื้นที่ทำกินเริ่มมีน้อยลง ประกอบกับกลุ่มชาติพันธุ์ภูยในอดีตมักจะมีการอพยพไปหาสถานที่อยู่ใหม่ๆ เพื่อทำไร่นา สังคมชาวภูยจึงมีวัฒนธรรมร่วมอย่างหนึ่งคือ วัฒนธรรมบ้านใหม่ (โซ๊ะไม) ชาวบ้านส่วนหนึ่งจึงพากันขยับขยายอพยพจากบ้านตะเคียนออกมาตั้งหมู่บ้านใหม่เพื่อซึ่งห่างจากบ้านตะเคียนประมาณ 1 กิโลเมตร โดยมีนายอืด สุขคุ้ม เป็นผู้ก่อตั้งคนแรก

ด้านความเชื่อและพิธีกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ภูยมีความเชื่อ 3 ลักษณะผสมกัน คือ ความเชื่อเรื่องผี ความเชื่อแบบพราหมณ์ และความเชื่อในศาสนาพุทธ ความเชื่อเกี่ยวกับผีนั้น ชาวภูยมีความเชื่อเกี่ยวกับผีที่สำคัญ 2 ประเภทคือ ผีปูดตา เป็นผีที่ชาวภูยให้ความสำคัญมากต้องเซ่นไหว้เป็นประจำทุกปี โดยการสืบทอดกันมาแต่โบราณ ประเภทที่ 2 คือผีบรรพบุรุษในสายตระกูล ชาวภูยเชื่อว่าผีบรรพบุรุษในสายตระกูลมีมือและออเป็นร่างทรงในการสื่อสารกับผีบรรพบุรุษ ผีปูดตาและผีบรรพบุรุษมีอำนาจลดหลั่นกันลงไป โดยปรากฏให้เห็นในการประกอบพิธีกรรมทั่วไปของชาวภูย เช่น พิธีเซ่นไหว้ผีปูดตาเป็นพิธีระดับชุมชน ส่วนพิธีกรรมเกี่ยวกับมือและออเป็นเพียงพิธีกรรมในสายตระกูล ความเชื่อในผี 2 ประเภทมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภูยมาจนถึงปัจจุบัน ชาวภูยบ้านอาลีและบ้านเก่ามีความเชื่อผสมผสานระหว่างศาสนาพุทธกับการนับถือผี (animism) พิธีกรรมทางศาสนาหลายอย่างชาวบ้านมีการผสมผสานความเชื่อในเรื่องผีเข้าไปด้วย ชาวภูยนับถือและบูชาผีบรรพบุรุษที่เรียกว่า “ยะจอย” บนบ้านจะมีหิ้งบูชาผีมีรูปเทียน กรวยที่ทำจากใบตองหรือใบตาล ซึ่งเรียกว่า “ครุ” ทุกคนที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์จะต้องมีครุ ลักษณะความเชื่อนี้เหมือนกับความเชื่อของชาวเขมรซึ่งจะต้องมีครุเหมือนกัน แต่เขมรเรียกว่า “ครุมะมีวด”

ด้านวิถีชีวิต สังคมพื้นฐานของชาวภูยโดยทั่วไปคือครอบครัวซึ่งประกอบไปด้วย สามี ภรรยา และบุตร โดยทั่วไปเป็นครอบครัวเดี่ยว (Nuclear family) สังคมของชาวภูยให้ความสำคัญกับการสืบเชื้อ

สายทางฝ่ายหญิง เมื่อลูกสาวแต่งงานแล้วจะอาศัยอยู่กับพ่อแม่ในบ้านเดียวกันทำให้กลายเป็นครอบครัวขยาย (Extended family) เมื่อฝ่ายชายแต่งงานเข้ามาอยู่บ้านของเจ้าสาวแล้ว เป็นเสมือนแขกท่ามกลางหมู่ญาติทางฝ่ายหญิง ผู้หญิงจะเป็นเจ้าของถิ่นฐาน ดังนั้น ผู้หญิงจึงเป็นผู้รับผิดชอบในการสืบทอดความเป็นมาและเรื่องราวในชุมชนของตนเองและถ่ายทอดจากแม่และยาย ประกอบกับในอดีตผู้หญิงชาวกูยเป็นผู้อยู่กับถิ่นไม่ได้ออกไปไหนเพราะถูกกำหนดให้เป็นผู้สืบเผ่าพันธุ์ ดูแลลูกและเฝ้าเรือน ผู้ชายเป็นฝ่ายไปทำงานต่างถิ่น เพศหญิงจึงเป็นผู้เหมาะสมต่อการได้รับบทบาทดูแลครอบครัว รวมถึงสืบทอดประเพณี พิธีกรรมรวมทั้งความเชื่อในชุมชน

ด้านอาหาร ภูมิปัญญาในการบริโภคอาหารของชาวกูยมีความหลากหลายตามธรรมชาติเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย ทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่ครบถ้วน ถือเป็นยา รักษาอายุให้ยืนยาวได้ จากการศึกษาเกี่ยวกับอาหารของชาวกูย พบว่า ชาวกูยมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติทำให้การประกอบอาหารเพื่อรับประทานมีความสัมพันธ์อยู่กับธรรมชาติ ในอดีต วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารเพื่อบริโภคจึงได้จากธรรมชาติเป็นหลัก ชาวกูยอาศัยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมาใช้เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตโดยเฉพาะด้านอาหารการกิน มีอาหารหลากหลายชนิดที่สามารถหาได้จากธรรมชาติรอบๆ หมู่บ้าน เช่น หน่อไม้ ที่สวน แหล่งน้ำตามธรรมชาติ ป่าและโคก

ด้านภาษา จากการศึกษาพบว่ากลุ่มชาติพันธุ์กูยเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีเพียงภาษาพูดไม่มีภาษาเขียน ภาษากูยมีรูปแบบเหมือนภาษาเขมร อยู่ในตระกูลมอญ-เขมร มีการเรียงลำดับออกเสียงและการจัดวรรคประโยค ไม่มีวรรณยุกต์ ใกล้เคียงกับภาษาเขมร ชาวกูยบ้านกู๋และบ้านอาลีจะใช้ภาษากูยโดยมีการออกเสียงเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มตน โดยจะลากเสียงยาวในคำท้ายประโยค ทั้งเสียงต่ำฟังเหมือนเสียงเพลง การออกเสียงบ่งบอกอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กูยว่าพวกเขาแตกต่างจากชาวเขมร ภาษากูยจัดอยู่ในตระกูลภาษา มอญ-เขมร สาขา Katuic ตะวันตก กลุ่มออสโตรเอเชียติก ภาษากูยแต่ละพื้นที่มีการออกเสียงไม่เหมือนกันและใกล้เคียงกันและฟังกันเข้าใจ ภาษากูยในประเทศไทยแบ่งเป็นสี่กลุ่มได้แก่ กูยไม, กูยอิมลอ, กูยเยอ, กูยอิมลัว ภาษากูยไม่มีเสียงวรรณยุกต์ มีพยัญชนะต้นสองตัว ซึ่งไม่มีในภาษาไทย คือเสียง ญ-เช่น ในคำว่า ญับ (กะถิบ) ญุง (ก่อน) เญียม (ร้องไห้) และเสียงหย เช่น ในคำว่า หยึง (เท้า) กเหยีย (เรียก) แหยง (ทอง) ภาษากูยเป็นภาษาที่มีพยางค์สองลักษณะคือพยางค์ที่มีลักษณะเสียงก้องคือใช้ลมเปล่งขึ้นมาขณะพูดและพยางค์ที่มีลักษณะเสียงธรรมดา ลักษณะการเปล่งเสียงสองลักษณะนี้ไม่เพียงแต่เกิดความไพเราะ แต่ยังสามารถแยกความหมายของคำออกจากกันได้ ซึ่งแตกต่างจากภาษาไทยที่มีการใช้วรรณยุกต์ในการแยกความหมายของคำ ตัวอย่างเช่น คำว่า กูย แปลว่า คน คำว่า เจียง แปลว่า ช้าง คำว่า จา โดย เป็นต้น

ด้านผลิตภัณฑ์และงานฝีมือ ชาวกูยมีชื่อเสียงในด้านการผลิตผ้าไหมมาตั้งแต่ครั้งในอดีต ปัจจุบันชาวกูยบ้านอาลีและบ้านกู๋ก็ยังคงสืบทอดภูมิปัญญาการเลี้ยงหม่อนไหม การย้อมไหมจาก

มะเกลือ และการทอผ้าไหม รวมทั้งการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าแบบสมัยใหม่ใหม่อีกด้วย สตรีชาวภูยมีความชำนาญในการทอเสืวยเส้นไหม เรียกว่า ละวี หรือ ระวี ตามความเชื่อเรื่องความกลมเกลียวสามัคคีกันในครอบครัวและสายตระกูลที่นับถือผีด้วยกัน การนำไหมสองสีมาควบกัน เรียกว่า “กะนีว” หรือ “ผ้าทางกระรอก” เมื่อนำมาใช้เป็นเส้นพุ่งทอกับเส้นยืน สีพื้นจะทำให้เกิดลายเหลื่อมกันเป็นสีเหลืองคล้ายทางกระรอก ลักษณะของผ้ากะนีวนี้ผิวสัมผัสจะมีความมันระยิบระยับ เมื่อนำไปส่องกับแดดจะแยกสีได้ชัดเจน ผู้ชายไทยภูยนิยมนุ่งผ้าไหมควบ (หะจิกกะน้อบ) สำหรับนุ่งโจงกระเบน ผ้าไหมมีส่วนสำคัญต่อประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนชาวภูย ผ้าไหมได้ถูกนำไปใช้ในประเพณีวัฒนธรรมทั้ง 12 เดือนตามปฏิทินของประเทศไทย ผ้าไหมถูกนำมาใช้เป็นเครื่องแต่งกายในการทำบุญ รวมถึงการแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาวภูย และในประเพณีของชาวภูยได้แก่ วันสารทภูย (สากภูย) ที่ลูกหลานจะมารวมตัวกันเพื่อทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับ ด้วยการทำบุญถวายสังฆทาน อาหารคาวหวาน ของใช้ต่าง ๆ

2. การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ภูยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัด ศรีสะเกษ

วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนชาวภูยบ้านอาลีและบ้านกุ่มี การสื่อสารโดยคนในเป็นผู้ส่งสาร กลุ่มชาติพันธุ์ภูยในอดีตไม่สามารถช่วงชิงพื้นที่ในสื่อกระแสหลักเช่นเดียวกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆหรือหากได้รับการนำเสนอ ก็จะเป็นเพียงบางวาระโอกาส (Occasi) เท่านั้น อีกทั้งเนื้อหาการนำเสนอ ก็มักเป็นเนื้อหาที่ถูกผลิตโดยผู้ที่อยู่ในฐานะของคนนอก (etic) เสียส่วนใหญ่ซึ่งหลายครั้ง ข้อมูลไม่ครบถ้วน ดังนั้น ในฐานะกลุ่มชาติพันธุ์จึงต้องสร้างสื่อของตนเองขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารอัตลักษณ์ (production) ความเป็นชาติพันธุ์กันเอง เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันรวมถึงการเป็นช่องทางสื่อสารสำหรับแสดงออกภายนอกด้วย ซึ่งสื่อชนิดนี้ ผู้วิจัยเรียกว่า “สื่อที่มีคุณสมบัติพิเศษหรือสื่อเฉพาะกิจ” การสื่อสารโดยคนในเป็นผู้ส่งสารในชุมชนของบ้านกุ่มีและบ้านอาลีผ่านสื่อสิ่งพิมพ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้มีสื่อที่เกิดขึ้นจากคนในและทำเพื่อคนในเอง เป็นสำคัญ โดยเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทเอกสารและโบรชัวร์มีการแจกในหมู่ชาวภูยด้วยกันเอง ในขณะเดียวกันก็มีการเผยแพร่ให้กับคนนอกด้วย ผู้ผลิตต้องการให้สื่อนี้ช่วยทำหน้าที่สื่อสารและสืบทอดความเป็นคนภูยระหว่างกลุ่มชาวภูยด้วยกันเอง รวมทั้งสร้างความเข้าใจเรื่องชาติพันธุ์ภูยในแง่มุมต่างๆ ให้กับบรรดาผู้ที่ไม่ใช่ภูยหรือกลุ่มคนนอกด้วย ต่อมาเมื่อชุมชนยกระดับเป็นชุมชนท่องเที่ยวจึงได้แจกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนในชุมชน ใช้บอกเล่าอัตลักษณ์ความเป็นภูยสู่สาธารณะ ใช้เป็นสื่อที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมในชุมชน โดยเนื้อหาของเอกสารเล่มนี้ ส่วนใหญ่จึงเน้นเรื่องประวัติความเป็นมาของชาวภูยโดยภาพรวม บอกเล่าเรื่องราวของชาวภูย รวมถึงศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่ต่างของชาวภูยและชาวประชาสัมพันธ์ของชุมชน

การสื่อสารโดยคนในผ่านสื่อบุคคล สังคมชาวภูยเป็นชุมชนขนาดเล็กและเป็นสังคมปิดชนธรรมนิยมประเพณีดั้งเดิมจึงได้รับการสืบทอดไว้อย่างเหนียวแน่น วิธีชีวิตต้องปรับตัวอยู่

ตลอดเวลาเพื่อรักษาความสมดุลของอัตลักษณ์ตนเอง ที่ขณะหนึ่งต้องเป็นกบฏเพื่อต่อรองอัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์ของตนเองในกระแสสังคมและปะทะกับความเจริญจากกระแสโลกาภิวัตน์ภายนอกและเพื่อดำรงอัตลักษณ์ความเป็นกบฏเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่อีกด้านหนึ่งก็ต้องดำรงความเป็นชาวกบฏ เพราะอยู่ในสังคมคนหนุ่มมาก ชาวกบฏจึงมีรูปแบบการสื่อสารในชีวิตประจำวันที่สำคัญ 2 รูปแบบได้แก่ การสื่อสารภายในครอบครัวและในระดับหมู่บ้านหรือชุมชน การสื่อสารระดับครอบครัวก็จะใช้การสื่อสารแบบตัวต่อตัวเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ความเป็นชาวกบฏที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นด้วยวิธีบอกเล่าแบบมุขปาฐะ (oral communication) เป็นการสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ให้ลูกหลานฟัง อีกส่วนหนึ่งมาจากปัจจุบันที่กระแสโลกาภิวัตน์ถาโถมเข้ามาสู่ชุมชน ทำให้คนวัยแรงงานต้องออกจากชุมชนเพื่อทำงานนอกชุมชน ผู้สูงอายุจึงรับหน้าที่ดูแลหลานๆ และสื่อสารด้วยภาษากบฏ อบรมสั่งสอนถ่ายทอดวัฒนธรรมของกบฏในเรื่องต่างๆ ไปด้วย ทำให้ลูกหลานชาวกบฏได้ซึมซับวัฒนธรรมเรื่องเล่าเก่าๆ และตำนานชาวกบฏรวมถึงภาษาไปโดยไม่รู้ตัว การสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในชุมชนชาวกบฏเป็นการสื่อสารที่เกิดจากความคุ้นเคยและอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวแบบชุมชนพื้นบ้านในอดีต เมื่อมีข่าวสารที่จะต้องบอกกล่าวกันคนในชุมชนก็จะเลือกใช้วิธีการสื่อสารแบบตัวต่อตัวเป็นหลัก ไม่ได้คำนึงถึงกฎระเบียบกฎเกณฑ์และความเป็นทางการมากนัก ลักษณะการสื่อสารด้วยธรรมเนียมแบบบอกเล่าและการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา (face-to-face communication / oral tradition) ยังคงเป็นวิธีการสื่อสารที่สำคัญ เช่น การบอกบุญทั้งงานมงคลและอวมงคลก็ยังคงใช้วิธีแบบดั้งเดิม และการสื่อสารดังกล่าวมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการคงอยู่ของอัตลักษณ์และวิถีชุมชนชาวกบฏโดยใช้สื่อสารกับทั้งคนในและคนนอกชุมชนที่เข้ามาปะทะสังสรรค์ด้วย การสื่อสารผ่านบุคคลในชุมชนชาวกบฏที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการสื่อสารผ่านพระสงฆ์ สำหรับชุมชนกบฏวัดและพระสงฆ์ยังคงทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และบางครั้งเป็นทั้งผู้นำความคิด (Opinion leader) ไปในตัวด้วย พระสงฆ์ชาวกบฏยังคงมีการทำหน้าที่เป็นผู้กระจายข่าวสาร เมื่อเวลาที่มีงานสำคัญของชุมชนในที่ต่างๆ คณะทำงานก็มักจะฝากข่าวไว้ที่พระสงฆ์ของวัดในชุมชนนั้น เพื่อให้พระช่วยทำหน้าที่สื่อบุคคลช่วยกระจายข่าวสารให้ ในสังคมชาวกบฏพระสงฆ์และวัดมีอิทธิพลต่อชาวกบฏอย่างมาก เป็นส่วนผลักดันอย่างสำคัญในการสืบทอดอัตลักษณ์ในอีกหลายๆ ด้านด้วยกัน และในชุมชนบ้านอาลี พระสงฆ์เป็นผู้นำในการใช้ภาษาทั้งสื่อสารภาษากบฏ แต่เดิมบ้านอาลีสังกัดวัดบ้านตะเคียนซึ่งให้ความสำคัญในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมชาวกบฏ มีการส่งเสริมการเรียนรู้ตัวอักษรกบฏ โดยสร้างเป็นหลักสูตรท่องจำมีการสร้างเป็นฐานเรียนรู้ร่วมกับโรงเรียนตะเคียนกบฏวิทยา มีการเขียนคำผญาหรือคำสอนเป็นภาษากบฏไว้ภายในบริเวณวัด ส่วนวัดบ้านกุ่มก็มีพิพิธภัณฑ์ชาวกบฏ ผู้วิจัยมองว่าการ การกระทำเช่นนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการผลิตซ้ำ (reproduction) และสืบทอดด้านภาษาอยู่ตลอดเวลาผ่านกลยุทธการสื่อสารที่สำคัญคือการใช้ภาษาในโอกาสและพิธีกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา

การสื่อสารโดยคนในผ่านสื่อประเพณี/พิธีกรรม พิธีกรรมสำคัญต่างๆ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการสืบทอดอัตลักษณ์ความเป็นชาวกูยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สิ่งที่มีคือสื่อกิจกรรมที่อยู่ในรูปสื่อประเพณีพิธีกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษ ประเพณีและพิธีกรรมที่ชาวกูยยังคงมีการประกอบตามแบบฉบับดั้งเดิมที่ยึดถือกันมาแต่โบราณ แม้จะมีการปรับเปลี่ยนรายละเอียดบางอย่างในบางประเพณีเพื่อให้เป็นไปตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ชาวกูยก็ยังคงมีการจัดพิธีกรรมเหมือนในอดีต ชาวกูยจึงมีการสร้างและถ่ายทอดความเป็นอัตลักษณ์โดยพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย มาสู่ลูกหลาน โดยการพาไปร่วมกิจกรรมพิธีกรรมต่างๆ การสื่อสารภายในครอบครัวเริ่มต้นจากพ่อแม่ เมื่อไปร่วมพิธีกรรมก็พาลูกหลานไปด้วยเพื่อจะได้สร้างความผูกพันกับสถานที่ซึ่งเป็นภูมิลำเนาหรือบ้านเกิด เพราะจะทำให้เกิดการซึมซับและทำต่อไปเรื่อยๆ นอกจากนั้น ภาคส่วนต่างๆ ก็ได้มีส่วนในการสร้างและถ่ายทอดอัตลักษณ์ ซึ่งได้แก่ สถาบันการศึกษาและวัดที่มีส่วนในการปลูกฝังและจัดเป็นกิจกรรมของโรงเรียนเพื่อให้นักเรียนได้ร่วมกิจกรรมและเป็นการส่งเสริมให้เด็กเยาวชนได้สัมผัสกับบรรยากาศจริงและค่อยๆ ซึมซับถึงคุณค่าของประเพณี การปลูกฝังความเชื่อเริ่มจากบ้าน ชุมชนที่ปฏิบัติสืบทอดกันมา โดยการปลูกฝังความเชื่อ เริ่มตั้งแต่การถ่ายทอดจากบุคคลไปยังบุคคลไปจนถึงครอบครัว สื่อสถาบันการศึกษารวมทั้งองค์กรอื่น ๆ ที่ร่วมกันปลูกฝังประเพณี ชาวกูยทุกเพศทุกวัยได้มีโอกาสเข้าร่วมในสื่อพื้นบ้านต่างๆ เช่น การเซ่นผีบรรพบุรุษ พิธีแกลมอ โดยสื่อประเพณีที่ชุมชนชาวกูยระบุตรงกันว่า มีอิทธิพลมากที่สุดในการสืบทอดและต้องจัดเป็นประจำทุกปีก็คือพิธีแกลมอและพิธีสาทรกูย

การสื่อสารโดยคนในผ่านสื่อวัตถุ/สื่อสัญลักษณ์ ชาวกูยมีวัตถุที่แสดงถึงสัญลักษณ์เพื่อสร้างความเป็นชาวกูย ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย อาหาร หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่แสดงความเป็นชาวกูย เช่น ศาลปู่ตา หิ้งมอ เป็นต้น ศาลปู่ตา (หยะจ้าวหรือยะจ้าว) ที่มีรูปปั้นเป็นสัญลักษณ์ ชาวบ้านจะประกอบพิธี เช่นไหว้คือการเซ่นปู่ตาในเดือนสามและเดือนหก เพื่อความเป็นสิริมงคลและขจัดปัดเป่าสิ่งที่ไม่ดีงามทั้งหลายให้พ้นไป ในเดือนหกจะเซ่นไหว้ขอฝนให้ถูกต้องตามฤดูกาล ในเดือนสามเซ่นไหว้เพื่อขอบคุณปู่ตาที่ดลบันดาลให้ได้ข้าวปลาอาหารพืชผลที่สมบูรณ์ ศาลปู่ตานี้เป็นศาลประจำหมู่บ้านชาวกูยชอบสร้างไปทางทิศตะวันตกบ้านหันหน้าศาลไปทางทิศตะวันออกเมื่อถึงฤดูกาลหนึ่งจะมาทำการเซ่นไหว้ร่วมกัน หิ้งมอถือได้ว่าเป็นสื่อวัตถุที่สื่อสารอัตลักษณ์ความเชื่อความเป็นชาวกูยออกมาอย่างชัดเจน สื่อวัตถุที่สื่อสารอัตลักษณ์ของชาวกูยเด่นชัดอีกประการหนึ่งคือหิ้งมอ หิ้งมอเป็นที่วางเครื่องเล่นในพิธีกรรมแกลมอของชาวกูย ซึ่งจะประกอบด้วยกรวยข้าวตอก บายศรี ช่างไม้ ม้าไม้ โยแมงมุม คอง ธนู ด้ายคล้องช้าง ปราสาทที่สื่อให้เห็นถึงการขึ้นบ้านใหม่ โดยหิ้งมอจะมีการสร้างร้านสำหรับวางเครื่องเล่นบนหิ้งมอ พิธีกรรมแกลมอยังต้องมีสิ่งของของมอ (แม่มอ) เรียกว่าเครื่องเซ่นไหว้ ประกอบด้วย ข้าวสาร ไข่ดิบ (ใช้ไข่ไก่เท่านั้น) แป้งฝุ่น ผ้าไหม เงิน 148 บาทพท กระจก กรวย 5 เหล้าและน้ำดื่มบริสุทธ์ สื่อวัตถุอีกชนิดหนึ่งที่สื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาวกูยออกมาอย่างชัดเจนคือการแต่งกาย ลักษณะการแต่งกายของชาวกูยในพื้นที่เขตอีสานตอนล่างมีลักษณะคล้าย ๆ กันในทุกพื้นที่ เนื่องจากในสมัยอดีตมีการไปมาหาสู่

ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ รวมทั้งเกิดการปรับตัวทางวัฒนธรรม จึงทำให้วัฒนธรรมการแต่งกายของชาวกูยมีการผสมผสานกันกับวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกัน จึงทำให้วัฒนธรรมการแต่งกายของชาวกูยมีการผสมผสานกันกับวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ อื่นๆ อาทิ กลุ่มลาวและเขมร บ้านกูยจัดเป็นสื่อวัตถุอีกชนิดหนึ่งที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาวกูยออกมาอย่างเด่นชัด ชาวกูยเรียกบ้านว่า “คุง” แต่เดิมนั้นการสร้างบ้านเรือนของชาวกูยมีคติความเชื่อเข้ามาเกี่ยวข้องกับหลายประการ เป็นความเชื่อเกี่ยวกับการแบ่งพื้นที่ใช้สอยหรือทิศทางในการสร้างบ้าน โดยทั่วไปจะไม่สร้างบ้านเรือนที่มีทางขึ้นลงบันไดบ้านไปในทิศตะวันตก เพราะถือว่าทิศนี้ขึ้นเป็นทิศอัปมงคลหรือเป็นทิศของผี และเมื่อลูกมีครอบครัวจะสร้างบ้านหลังใหม่ไม่ต้องไม่สร้างบ้านเรือนทางทิศใต้ของเรือนพ่อแม่ เพราะถือว่าเป็นการลบหลู่ผีบรรพบุรุษ เนื่องจากในมุมใดมุมหนึ่งทางทิศใต้ของบ้านพ่อแม่ขึ้นจะเป็นที่ตั้งหิ้งบรรพบุรุษ (บุรณ์เซน สุขคุ้ม, 2561) สื่อวัตถุที่ชาวบ้านผลิตขึ้นเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาวกูยในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่งคือสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ชาวบ้านผลิตกันจากวัตถุดิบในชุมชนขึ้นเพื่อจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวอาลีโฮมสเตย์มีผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวหลายอย่าง สื่อวัตถุสมัยใหม่ที่สำคัญคือพิพิธภัณฑชาวกูย ปัจจุบันชาวกูยบ้านกูยได้จัดสร้างพิพิธภัณฑชาวกูยซึ่งสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาวกูยไว้อย่างครบถ้วน แต่เดิมวัดบ้านกูยได้ใช้ศาลาอเนกประสงค์เป็นพิพิธภัณฑจัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ที่ชาวบ้านบริจาคให้ทางวัด เนื่องจากสิ่งของเริ่มมีจำนวนมากขึ้น ประกอบกับพื้นที่ที่มีความจำกัด ทางชุมชนร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลได้ปรึกษานายวีระศักดิ์ วิจิตรแสงศรี ผู้ว่าราชการจังหวัดอ่างทอง (อดีตผู้ว่าราชการจังหวัดศรีสะเกษ) ได้อนุมัติงบประมาณเพื่อจัดสร้างพิพิธภัณฑชาวกูยขึ้น

การสื่อสารโดยคนในผ่านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 2 ชุมชนที่ผู้วิจัยลงไปศึกษาซึ่งจัดเป็นชุมชนชาวกูยที่อยู่ใกล้เคียงกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ทำให้เกิดลักษณะการสื่อสารด้วยภาษากูยในลักษณะนี้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวลาที่ปู่ย่าตายายพูดคุยกับลูกหลานเพราะหากเลือกพูดภาษากูยเสียทั้งหมดเด็กอาจไม่เข้าใจ จากการลงพื้นที่ศึกษาชุมชนทั้ง 2 แห่ง แม้จะมีการปรับตัวในการสื่อสารแต่ทุกคนทุกวัยก็ยังสื่อสารด้วยภาษากูยได้อยู่ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้มีความแตกต่างอย่างมากจากชุมชนชาวกูยในบางพื้นที่โดยเฉพาะในจังหวัดศรีสะเกษที่หลายชุมชนเด็กๆ เริ่มสื่อสารด้วยภาษากูยได้มีจำนวนลดลง ซึ่งจะพบการสนทนาภายในกลุ่มแบบเป็นภาษากูยล้วนๆ และผู้ที่สื่อสารระบุด้วยว่าจะรู้สึกลำบากใจอย่างมากเวลาที่ได้พูดภาษากูยกับคนกูยด้วยกัน และคนกูยก็จะดูกันออกผ่าน “สำเนียง” ที่เป็นเอกลักษณ์และต้องเป็นเฉพาะคนกูย (คนใน) ด้วยกันเท่านั้นจึงจะฟังกันออก สำหรับชาวกูยแล้ว การได้พูดภาษากูยนั้นเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ร่วมอย่างสำคัญ (collective identity) อย่างยิ่งหรือแสดงความเป็นหมู่พวกเดียวกัน (us) หรือที่คนไทยเรียกว่า “คนบ้านเดียวกัน” นั่นเอง

การสื่อสารโดยคนในผ่านสื่อมวลชน เช่น สื่อโทรทัศน์ ชาวภูยกบ้านอาลีและบ้านภูมีโอกาสใช้พื้นที่ของสื่อกระแสหลักประเภทนี้ได้เพียงบางครั้งบางคราวเท่านั้น ซึ่งสิทธิ์ขาดในการออกแบบเนื้อหารายการส่วนใหญ่จะเป็นของผู้ผลิตที่เป็นคนนอก (etic) อย่างไรก็ตามสำหรับคนภูยกที่ได้รับโอกาสให้ออกรายการโทรทัศน์นั้นมักจะเป็นกลุ่มแกนนำของชุมชนหรือปราชญ์ชุมชนชาวภูยกตามที่ตั้งต่างๆ โดยจะรับบทบาทในรายการเป็นผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ของรายการเพื่อความน่าเชื่อถือเท่านั้น แต่ก็ได้เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการวางแผนรายการ เนื่องจากแผน (theme) ของรายการมักจะถูกกำหนดมาแล้ว สื่อใหม่/สื่อออนไลน์ ชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งมีวิธีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) เฟสบุ๊ค ยูทูบ สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ชุมชนท่องเที่ยวชาวภูยกทั้ง 2 แห่งได้ใช้สื่อสารมากที่สุดอีกสื่อหนึ่ง

3. กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ภูยกในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก จากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรุกของชุมชนการท่องเที่ยวชาวภูยก พบว่า กลยุทธ์เชิงรุกที่ชุมชนควรมานำมาใช้ประกอบด้วย กลยุทธ์สื่อใหม่ กลยุทธ์สื่อกิจกรรม/สื่อพิธีกรรม กลยุทธ์สื่อบุคคลและกลยุทธ์องค์กรเครือข่าย กลยุทธ์สื่อใหม่เป็นการสื่อสารโดยเริ่มด้วยการวิเคราะห์อัตลักษณ์หรือความโดดเด่นที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชนแล้วสื่อสารด้วยสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ที่สามารถทำให้คนทั่วไปได้รับรู้ได้ไวและกระตุ้นให้มีความรู้สึกต่อชุมชนในเชิงบวก ชุมชนท่องเที่ยวชาวภูยกมีความโดดเด่นหลายด้านแตกต่างจากที่อื่น หากมีการนำกลยุทธ์สื่อใหม่มาใช้ในการสื่อสารซึ่งสามารถทำได้โดยการสื่อสารถึงอัตลักษณ์วิถีชีวิตและเรื่องราวภายในชุมชนที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นจะช่วยให้รับรู้ได้ไวและกระตุ้นให้มีความรู้สึกต่อชุมชนในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต พิธีกรรมความเชื่อ ภาษา การแต่งกายและผลิตภัณฑ์ของชุมชน

กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลยุทธ์ด้านองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเพิ่มพูนกำลังความสามารถของชุมชน สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าการมีส่วนร่วมของประชาชนพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง โดยสามารถนำพาชุมชนท่องเที่ยวไปสู่ความสำเร็จ การบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมีประสิทธิภาพและได้รับผลตามเป้าประสงค์ที่ต้องการ จากการระดมความคิดในชุมชนเป้าหมายทั้ง 2 แห่ง สามารถสรุปกลยุทธ์ด้านองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้ ด้านการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น ชุมชนท่องเที่ยวชาวภูยกกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 แห่งต้องมีกระบวนการในการสร้างความตระหนักเห็นคุณค่า ความรัก ความหวงแหนและภาคภูมิใจของคนในชุมชนที่มีต่อมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการการศึกษา รวบรวมข้อมูลมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชน เช่น ข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น งานประเพณี พิธีกรรมความเชื่อ เป็นต้น แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ พื้นฟูและ

เผยแพร่ ด้านการบริหารจัดการที่ยั่งยืน ชุมชนท่องเที่ยวชาวกูยต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีการออกแบบ การวางแผน การกำหนดมาตรการและข้อตกลงต่าง ๆ เพื่อป้องกันและลดผลกระทบทางลบที่จะส่งผลเสียต่อวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม มีคณะกรรมการดูแลรับผิดชอบการท่องเที่ยวชุมชนโดยตรง

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางการอภิปรายดังต่อไปนี้

1. การลุกขึ้นมาสืบสานและสื่อสารอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวกูยบ้านอาลีและบ้านคู่มือเป็นการแสดงออกถึงพื้นที่และสร้างการมีตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งเข้ามาเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มหนึ่งในสังคม ซึ่งการมีพื้นที่ที่พวกเขาสามารถประกอบประเพณีและพิธีกรรม รวมไปถึงจัดกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มได้นั้น เสมือนเป็นการสร้างพื้นที่ของชุมชนชาติพันธุ์ขึ้นมาในสังคมของวัฒนธรรมหลัก สอดคล้องกับทัศนะของ อานันท์ กาญจนพันธ์, 2544, น. 247, อ้างถึงใน จตุพลทองสกุล, 2553, น. 23-24 ซึ่งกล่าวว่า สิทธิชุมชนตามความเชื่อในมิติของระบบคุณค่า จริงๆ แล้วไม่ได้มีนัยเฉพาะที่เป็นเพียงความเชื่อดั้งเดิมเท่านั้น แต่หมายถึงคุณค่าที่มีการปรับเปลี่ยนผ่านกระบวนการผลิตความเชื่อเดิมมาใช้ในสถานการณ์ใหม่ เพื่อตอบสนองและปรับตัวกับสถานการณ์ใหม่ที่กำลังเผชิญหน้าอยู่ ในการปรับตัวนี้ชุมชนให้ความสำคัญกับการมองสิทธิชุมชนใน มิติของอำนาจมากขึ้น เพราะการที่รู้ว่าชุมชนมีสิทธิอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับการสร้างความชอบธรรมของชุมชน ซึ่งถือเป็นความพยายามอย่างหนึ่งในการจะบอกให้คนอื่นรู้ว่าชุมชนนั้นเป็นใคร และเกี่ยวข้องโดยตรงกับการแสดงอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งเป็นความพยายามที่จะกำหนดความสัมพันธ์ของชุมชนกับกลุ่มชนอื่นๆ ในสังคม ฉะนั้นเมื่อกลุ่มชนใดก็ตามที่รวมกันขึ้นเป็นชุมชน พวกเขาเหล่านั้นจะพยายามบอกคนอื่นว่ามีตัวตนอยู่อย่างไร กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า อัตลักษณ์ คือพลังในการจัดความสัมพันธ์ทางสังคมไม่ว่าจะเป็นการจัดการความสัมพันธ์ภายในหรือภายนอก

จากลักษณะกระบวนการของอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวกูยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปมุมมองด้านการสื่อสาร “อัตลักษณ์” ของชาวกูยที่ถูกถ่ายทอดในลักษณะต่างๆ ได้เป็นสองด้าน โดยด้านที่หนึ่งเป็นมุมมองของชาวกูยที่มีต่อ “ตนเอง” (self) ซึ่งเมื่อศึกษาผ่าน “ผลผลิตของอัตลักษณ์” (product) ตามแนวทางการศึกษาแบบเดิมอันมีที่มาจากค่านิยมของอัตลักษณ์ที่ว่า “อัตลักษณ์” คือ คุณสมบัติ/คุณลักษณะที่บอกว่าเราเป็นใคร หรือคนอื่นบอกว่า เราเป็นใคร จะพบว่า ชาวกูยนิยามความเป็น “ตัวตน” ของตนเองในฐานะกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น มี

ภาษาและความเชื่อเป็นของตนเอง การนิยามความเป็น “ตัวตน” นี้เป็นการกระทำผ่านความตระหนักหรือสำนึกทางชาติพันธุ์ซึ่งเป็น “ลักษณะที่ติดตัว” ของกลุ่มชาติพันธุ์กวย และการนิยามความเป็นตัวตนดังกล่าวนั้นเป็นการนิยามขึ้นโดยปราศจากบริบทแวดล้อมด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงตัวตนของชาวกวยได้ ซึ่งอาจก่อให้เกิดภาวะการณ์ซึมซับการดูถูกหรือการกลืนกลายทางวัฒนธรรมได้และจากผลของบริบทแวดล้อมด้านอื่นๆ ที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการนิยามตัวตนของชาวกวยนั้น ทำให้พบมุมมองด้านการสื่อสาร “อัตลักษณ์” ของชาวกวยในด้านที่สองซึ่งเป็นมุมมองของ “ผู้อื่น” ที่มีต่อชาวกวย โดยมุมมองในด้านนี้เน้นการศึกษา “กระบวนการสร้างอัตลักษณ์” (Identity process/production) ดังแนวคิดของวิชาสังคมวิทยา สำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่สนใจว่า “ตัวตน” (self) ที่เราเป็นอยู่ในทุกวันนี้ก่อร่างสร้างสมมาได้อย่างไร โดยระบุว่า “ตัวตน” ของเรานั้นก่อร่างมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับ “คนอื่น” และปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะกระทำผ่าน “การสื่อสาร” ระหว่างตัวเรากับผู้อื่น จากการศึกษาข้อมูลด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์กวยและกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ในสังคมพบว่า ชาวกวยมีปฏิสัมพันธ์ที่เด่นชัดกับสองกลุ่มชาติพันธุ์ คือ ไทยลาวและไทยเขมร โดยในการปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 2 นั้น พบว่าไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการนิยามตัวตนของชาวกวยเลย เนื่องจากชาวกวยมองว่า ทั้ง 2 กลุ่มต่างก็เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ร่วมกันในแผ่นดินไทยมาอย่างยาวนานเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขดังกล่าวถือเป็นข้อมูลในภาพรวมซึ่งแท้จริงแล้วอาจมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ที่เอื้อต่อผลประโยชน์ระหว่างบุคคลด้วย

2. วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กวยในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ มีทั้งวิธีการสื่อสารภายในชุมชนและภายนอกชุมชน การสื่อสารภายในชุมชนใช้วิธีการพูดคุยกันภายในชุมชน การประชุมชาวบ้านผู้เกี่ยวข้องของ เพื่อให้รับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์ความโดดเด่นและเรื่องราวความโดดเด่นของชุมชน รวมทั้งการบอกเล่าเรื่องราวความโดดเด่นของชุมชนจากชุมชนไปสู่เด็กและลูกหลาน วิธีการสื่อสารเหล่านี้นับว่าสอดคล้องตามแนวคิดของ เมธาวิ จำเนียร (2562) ที่ระบุว่าวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ประการหนึ่งคือคนในชุมชนต้องรับรู้ที่จะค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อสื่อสารร่วมกันและตกลงร่วมกัน ส่วนการสื่อสารภายนอกชุมชนนั้นได้ใช้หลายวิธีด้วยกัน ได้แก่ การบอกเล่าแบบปากต่อปากเพื่อบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว การบอกเล่าผ่านทางการจัดกิจกรรมฐานการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยว การเผยแพร่ผ่านช่องทางหรือสื่อของวิสาหกิจชุมชนเอง คือ เว็บไซต์และเฟซบุ๊ก การสื่อสารผ่านสื่อของหน่วยงานภาครัฐ การเผยแพร่ผ่านทางรายการโทรทัศน์ และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โดยการออกบูธของหน่วยงานภาครัฐ

วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนชาวกวยที่สำคัญคือการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคลในชุมชน สื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งสามารถบอกเล่าและสื่อเรื่องราวเพื่อสร้างการรับรู้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนำเสนอผ่านการรณรงค์เพื่อสร้างตราสินค้าโดยใช้ช่องทางสื่อสังคม

ออนไลน์ หรือใช้สื่อเดิมที่วิสาหกิจชุมชนมีใช้อยู่ที่มีประสิทธิภาพ อย่างเช่นเว็บไซต์เว็บเพจ สอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่อง อาทิงานวิจัยของคมสัน รัตนะสิมากุล ทศพร พงษ์ตะ และกัณณพงศ์ ศิริเขตต์ (2562) พบว่าได้ใช้วิธีการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ของงานวิจัยของพวงชมพู ไชยอาลา และแสง รุ่งเรืองโรจน์ (2559) ที่ระบุว่า การประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อการสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และความภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน อาศัยการใช้ป้ายนิทรรศการ สื่อวิทยุชุมชน รวมถึงการสื่อสารที่กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว สร้างความหมายให้กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ให้ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเกิดความ ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าใจแนวทางการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชน นอกจากนี้ ควรใช้สื่อกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ สื่อและช่องทางต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ สื่อมวลชน และ สื่อเอกสารในลักษณะของสื่อเสริม สอดคล้องกับงานวิจัยของทศพร พงษ์ตะ และคณะ (2561) การสื่อสารคุณค่าทางในอัตลักษณ์เพื่อสร้างข่าวเชิงประชาสัมพันธ์อาศัยการสื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก

กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เชิงรุกโดยการใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องราวของชาวกูยหรือบุคคลชาวกูยที่มีชื่อเสียงในการนำเสนอข้อมูลมีส่วนช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลและยังสามารถจุดประเด็นให้สื่อมวลชนสนใจได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ อรพรรณ ปิรันธโรวาท (2546) ที่ระบุว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารส่งผลให้สารนั้นมีความน่าเชื่อถือด้วย โดยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเกิดจากความเป็นเจ้าของเรื่อง ความเชี่ยวชาญหรือความสามารถ ซึ่งในเรื่องของการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยวชาวกูยหากมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เชิงรุกโดยการใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงก็จะส่งผลต่อความมั่นใจของกลุ่มเป้าหมายได้

## องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

อัตลักษณ์ชุมชนของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันตามพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม อัตลักษณ์ชุมชนอาจเป็นด้านวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม อาหาร การแต่งกาย งานฝีมือ การละเล่น ลักษณะบ้านเรือน สภาพแวดล้อม โดยที่อัตลักษณ์ชุมชนมีความสำคัญต่อบุคคล กลุ่มคน ชุมชน ในการเป็นพลังขับเคลื่อน สร้างความภาคภูมิใจ ความเป็นหนึ่งเดียว ความเป็นเจ้าของ ความรับผิดชอบ และนำไปสู่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ตลอดจนสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนออกสู่ภายนอกชุมชนได้ย่อมสร้างการรับรู้ สร้างความสนใจและสามารถดึงดูดประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะประโยชน์ทางเศรษฐกิจชุมชนในการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชน

## เอกสารอ้างอิง

- คมสัน รัตนะสิมากุล ทศพร พงษ์ตะเภา และกัณณพงค์ ศิริเขตต์. (2562). รูปแบบการให้การศึกษา การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคมให้กับประชาชน ในเขตภาคเหนือตอนบน. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- จตุพล ทองสกล. (2553). การดำรงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ของชาวไทดำ บ้านหัวถนน ตำบลคอนพุทธา อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทศพร พงษ์ตะเภา และคณะ. (2561). อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจชายแดน เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- บุรณิชน สุขคุ้ม. (2561). พิธีกรรมสู่ขวัญของกลุ่มชาติพันธุ์กูยในเขตอีสานตอนล่าง. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- พวงชมพู ไชยอาลา และแสง รุ่งเรืองโรจน์. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กลไกในการขับเคลื่อน แนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก, วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 32(2), 23-42.
- เมธาวี จำเนียร. (2562). การสร้างและสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวการแสดงพื้นบ้านและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวไลยลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 9(3), 199-210.
- อรรวรรณ ปิลันธโสภาท. (2546). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.