

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่

พันธกานต์ ทานนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2564

**ISAN COUNTRY MUSIC VIDEOS AND COMMUNICATION OF
NEW ISAN IDENTITIES**

PHANTHAKAN THANON

**A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication**

Arts Program Faculty of Communication Arts

Dhurakij Pundit University

2021





ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)



หัวข้อวิทยานิพนธ์ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่
เสนอโดย นายพันธกานต์ ทานนท์
หลักสูตร หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิสากาศย์)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก)


.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กัจจร หลุยยะพงศ์)

 
.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชิตชวัญ กิจวิศาละ)

คณะนิเทศศาสตร์รับรองแล้ว


.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐผลพานิช)

วันที่ 28 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564

หัวข้อวิทยานิพนธ์	มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่
ชื่อผู้เขียน	พันธกานต์ ทานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาโนช ชุ่มเมืองปัก
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน
หลักสูตร	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งแสวงหาคำตอบเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ผ่านปฏิสัมพันธ์ (interaction) ทั้ง 3 มิติ กล่าวคือ 1. การศึกษาบริบท (context) เพื่อศึกษาบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสาน ที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ 2. การศึกษาตัวบท (text) ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งด้านภาษา ด้านดนตรี ด้านอาหาร และด้านประเพณี จำนวนทั้งสิ้น 30 มิวสิกวิดีโอ และ 3. การศึกษาผู้รับสาร (audience) ทั้งกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) ในฐานะ “ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” จะมีการรับรู้ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นอย่างไร โดยอาศัยแนวคิดอัตลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง แนวคิดเรื่องมิวสิกวิดีโอ แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม และแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ตีความถึงกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ และใช้แนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส (encoding/decoding) เพื่อวิเคราะห์แบบแผนการถอดรหัสความหมายของผู้รับสารที่ได้รับชมตัวบททั้งภาพและเสียงที่นำเสนอในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ผลการวิจัยพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูป ในปี พ.ศ. 2558-2562 มีกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ผ่านกลยุทธ์การสร้างความหมายทั้ง 7 ประการ คือ 1. กลยุทธ์การคัดสรร (selection) 2. กลยุทธ์การใช้ภาพแบบ metonymy 3. กลยุทธ์การลดทอน (reductionism) 4. กลยุทธ์การสร้างควมหวือหวาแปลกตา (exoticism) 5. กลยุทธ์การผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่น (Glocalization) 6. กลยุทธ์การปรับให้เป็นที่ท้องถิ่น (Localization) และ 7. กลยุทธ์การสร้างจินตนาการร่วมผ่านเรื่องบังเอิญอัตลักษณ์ของ

คนอีสาน (identity marker) และใน ส่วนของการถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร ผู้รับสาร ส่วนใหญ่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา ถือเป็นข้อตกลง ร่วม (common agreement) ของความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่สามารถยอมรับได้ โดยเหตุผลเบื้องหลังที่ทำให้เกิดการยอมรับในครั้งนี้ คือ 1. ผู้รับสารมองว่ามิวสิกวิดีโอช่วยตอกย้ำ และสืบทอดความเป็นอีสานไม่ให้สูญหายไป 2. มิวสิกวิดีโอสามารถยกระดับความเป็นอีสานให้ เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง 3. มิวสิกวิดีโอเปลี่ยนภาพอีสานในมุมมองใหม่และสร้างศักดิ์ศรีให้กับคน อีสาน 4. มิวสิกวิดีโอสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตน และสร้างจิตสำนึกร่วมของคนอีสาน และ 5. ผู้รับสารเข้าใจว่ามิวสิกวิดีโอเหล่านั้นถูกสร้างขึ้นมาเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นถึงแบบแผนทางวัฒนธรรมอีสาน และพื้นที่การต่อสู้ของวัฒนธรรม อีสานในสนามของมิวสิกวิดีโอ

คำสำคัญ: มิวสิกวิดีโอ, เพลงลูกทุ่งอีสาน, อัตลักษณ์อีสาน



Dissertation Title	Isan Country Music Videos and Communication of New Isan Identities
Author	Phanthakan Thanon
Thesis Advisor	Asst. Prof. Manoch Chummuangpak, Ph.D.
Co-Thesis Advisor	Assoc. Prof. Somsuk Hinviman, Ph.D.
Department	Doctor of Philosophy Program in Communication Arts
Academic Year	2020

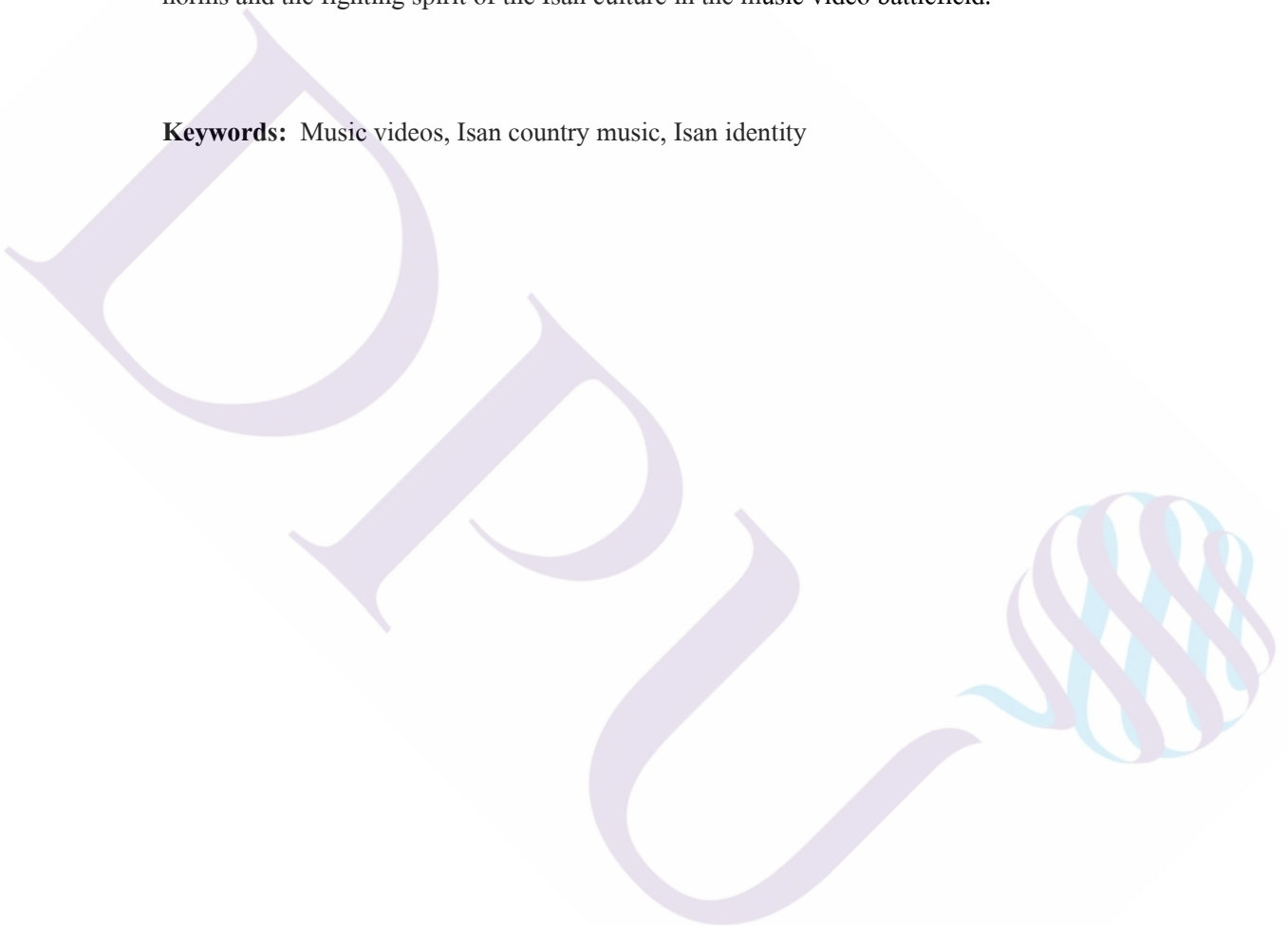
ABSTRACT

The research on “Isan Country Music Videos and Communication of New Isan Identities” is a qualitative research designed to explain the process of the creation of the meaning and a new Isan identity as found in Isan country music videos disseminated on YouTube between 2015 and 2019. The attempt involves the interaction between the following three elements: (1) a contextual study of the changes in the context of the Isan region affecting the formation of the new Isan identity, (2) a textual study of 30 music videos covering such components as language, music, food and customs; and (3) a study of audience covering Isan members of Generation X and Generation Y population as “recipients of the Isan culture” to assess the extent of their perception of the meaning and new Isan identity. This approach makes use of the concepts of identity, localism, country music, music videos, cultural production and reproduction, and textual analysis. These concepts are used as analytical and interpretation tools regarding the process of the creation of the meaning and new Isan identity. The encoding/decoding concepts are also employed to analyse the patterns used by the recipients to decode the meaning of the texts, both image and vocal, presented in Isan country music videos.

The finding shows that the Isan country music videos disseminated on YouTube between 2015 and 2019 all involve the creation of the meaning and new Isan identity using seven strategies. These are (1) selection, (2) metonymy, (3) reductionism, (4) exoticism, (5) glocalization, (6) localization, and (7) collective identity marker identification. With regard to recipient decoding aspect, most recipients adopt a preferred reading approach and accept the meaning and new Isan identity as presented in and by Isan country music videos. Thus, this common agreement of the acceptable meaning and new Isan identity is due to the following

factors. (1) The recipients consider that Isan music videos have reaffirmed and passed on the Isan-ness, thereby preventing it from oblivion. (2) Music videos can elevate the status of Isan-ness to a widely acceptable level. (3) Music videos present the Isan image in a new light, thereby bringing dignity to the Isan people. (4) Music videos build pride in the Isan identity, thereby fostering a collective Isan consciousness. And (5) the recipients understand that those music videos are created with business interests in mind. In addition, this study also brings to light Isan cultural norms and the fighting spirit of the Isan culture in the music video battlefield.

Keywords: Music videos, Isan country music, Isan identity



กิตติกรรมประกาศ

เคยมีคนกล่าวไว้ว่า “การศึกษา คือ การลงทุน” ผู้วิจัยได้ค้นพบคำตอบในประเด็นนี้ชัดเจนยิ่งขึ้นหลังจากที่ได้ผ่านกระบวนการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ต้องใช้การลงทุนทั้งเงินตราลงทุนแรงกำลังกาย และความวิริยะ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบของงานวิจัยฉบับนี้จนสามารถสำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาจากคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน สองท่านแรกที่ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง นั่นก็คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาโนช ชุ่มเมืองปัก และรองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ให้คำปรึกษาชี้แนะทางสว่างทางปัญญา และแง่มุมการขบคิดที่เติมออกซิเจนทางปัญญาให้กับผู้วิจัย และผู้วิจัยยังจดจำคำสอนที่ว่า “ทุกอย่างเป็นไปได้ ถ้าเราตั้งใจพอ” ได้เสมอ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศภาคย์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่เชื่อมั่นและชี้แนะทางเดินแห่งโลกวิชาการและทางเดินชีวิตให้กับผู้วิจัย ด้วยความเมตตาเสมอมา รวมทั้งขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาสะ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อชี้แนะและช่วยฝึกฝนงานวิจัยชิ้นนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กราบขอบขอบคุณนักวิจัยทั้งหลายที่สร้างองค์ความรู้เพื่อให้ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาต่อยอดรวมทั้งขอบพระคุณค่ายเพลงต่าง ๆ ที่ได้สรรค์สร้างมิวสิกวิดีโอทุกหูที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา รวมทั้งขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่มอบข้อมูลอันมีค่าเพื่อนำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

ขอบพระคุณครอบครัว พ่อแม่ พี่สู พี่เอ็กซ์ น้องเล็ก พี่เอ็ม ไอซ์ น้องเอ พี่นาเดียร์ เมริน แอนท์ ผู้เป็นกำลังใจ และให้การสนับสนุนด้านกำลังใจแก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษา

ขอบคุณมิตรภาพของเพื่อนร่วมรุ่น นิเทศฯ รุ่น 13 ทุก ๆ คน ทั้งพี่เอค่า พี่โอ พี่ต้นรัก พี่การ์ตูน และโดยเฉพาะ “พี่เฟิร์น” ที่ร่วมฝ่าฟันอุปสรรคปัญหา และจับมือร้องไห้กันมาตลอดทางเดิน ความผูกพันครั้งใหม่ของคำว่า “เพื่อน” เกิดขึ้นอีกครั้งที่นี่

ขอบคุณคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ บ้านหลังใหญ่ที่ให้ร่มเงาและเป็นบันไดก้าวสำคัญในชีวิต ขอขอบคุณทุกโอกาสจากคณาจารย์ทุก ๆ ท่าน ในขณะที่ยอมโอกาสให้ด้วยดีเสมอมา

พันธกานต์ ทานนท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหำนำการวิจัย.....	21
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	21
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	21
1.5 นิยามศัพท์.....	22
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	25
1.7 กรอบการวิจัย.....	26
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.1 แนวคิดอัตถัักษณ์และแนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม.....	27
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งและแนวคิดเรื่องมิวสิควิดีโอ.....	41
2.3 แนวคิดด้านการเข้ารหัสและการถอดรหัสของสจิวต์ ฮอลล์.....	60
2.4 แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม.....	64
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis).....	73
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	90
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	97
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	97
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	111
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	114
3.4 การนำเสนอข้อมูล.....	116
4. ความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตถัักษณ์ อีสานใหม่.....	118

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ : การวิเคราะห์ตัวบท.....	157
5.1 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียง อีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ.....	158
5.2 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลง และที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ.....	178
5.3 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่ การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ.....	194
5.4 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคล ของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏ ในมิวสิกวิดีโอ.....	255
6. ถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ของผู้รับสาร.....	286
6.1 ภูมิหลังทางประชากรศาสตร์และสังคมของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร.....	288
6.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	290
6.3 ถอดรหัสมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับความหมายของอีสานที่ เปลี่ยนแปลงไปของผู้รับสารที่เป็นคนอีสาน.....	398
7. สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	407
7.1 สรุปผลการศึกษา.....	410
7.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	422
7.3 ข้อเสนอแนะ.....	449
บรรณานุกรม.....	452
ประวัติผู้เขียน.....	466

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตัวอย่างการวิเคราะห์แบบ Synchronic/ Paradigmatic.....	86
2.2 ตัวอย่างชุดของสัญญาณ.....	87
2.3 ตัวอย่างชุดของสัญญาณที่ถูกแทนที่.....	87
2.4 ตัวอย่างการถ่ายทอดความหมายแบบ Metonymy.....	89
2.5 การเปรียบเทียบคุณสมบัติของ Metaphor กับ Metonymy.....	89
3.1 กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X).....	110
3.2 กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y).....	111
5.1 หน่วยเสียงพยัญชนะอีสาน.....	163
5.2 หน่วยเสียงพยัญชนะอีสานออกเสียงต่างจากหน่วยเสียงภาษาไทยกลาง...	163
5.3 การเทียบเสียง /ญ/ ในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน.....	163
5.4 การเทียบเสียง /ฉช/ ในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน.....	164
5.5 การเทียบเสียงสระในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน.....	164
5.6 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้าง อัตลักษณ์อีสานด้านภาษา.....	176
5.7 การจำแนกเครื่องดนตรีอีสานตามลักษณะการบรรเลง.....	185
5.8 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้าง อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี.....	218
5.9 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้าง อัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร.....	253
5.10 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้าง อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี.....	284
6.1 ภูมิหลังและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร.....	288
6.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษาถิ่นอีสานใน มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	291
6.3 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านสำเนียงอีสานใน มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	304

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
6.4 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านกลุ่มวัฒนธรรม ดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	313
6.5 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเภทของเครื่อง ดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	319
6.6 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านการเล่นเครื่องดนตรี อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	334
6.7 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านชนิดของอาหาร อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	348
6.8 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านกรรมวิธีการปรุง อาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	355
6.9 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านวิธีการรับประทาน อาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	365
6.10 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ด้านสถานที่การ รับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร....	373
6.11 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณีส่วนบุคคล ของ คนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	379
6.12 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณีสังคมของ คนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร.....	385

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ผลการสำรวจโน้ตเอ็นเตอร์เทนและนิต้าโพล “เจาะลึกพฤติกรรมการฟังเพลงของคนไทยปี พ.ศ. 2560”	19
1.2 กรอบการวิจัย	26
2.1 กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจเจกภาพ	32
2.2 มิวสิกวิดีโอกับการสร้างประสบการณ์ผ่านสื่อ	55
2.3 การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ	58
2.4 สถานะการมองมิวสิกวิดีโอตามทัศนะของ Shuker	59
2.5 แนวคิดเรื่อง “ประเพณีในการเลือกสรร” (selective tradition) ของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์	66
2.6 แสดงกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม	68
2.7 แสดงแบบจำลองของใหม่แทนที่ของเก่า (Substitution)	70
2.8 แสดงแบบจำลองการเพิ่มเข้ามาแทน (Addition)	71
2.9 แสดงแบบจำลองการปรับประสาน (Articulation/Hybridization)	72
2.10 ตัวอย่างการวิเคราะห์ระบบ Syntagmatic (Diachronic)	85
3.1 แบบสำรวจออนไลน์รายชื่อมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเบื้องต้น	98
3.2 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงอ้ายมีเหตุผล	100
3.3 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเสตตัสถึกถิม	100
3.4 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงไอ้ละน้อ	100
3.5 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงคิดฮอดถิ่น	101
3.6 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงทชเวลาบดเจ็บ	101
3.7 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงไหง่อง	101
3.8 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงให้น้องไปสา	102
3.9 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงชางว่า	102
3.10 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงห่อหมกฮวกไปฝากป้า	102
3.11 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลง You Let Me Down (คีน่า)	103
3.12 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเบ็ดแล้วบ้อ..ฮัก	103
3.13 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเฮ็ดทุกวิถีทาง	103

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.14 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลง โศค โศคตาย.....	104
3.15 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเทพบุตรใจหมา (บั๊กพาก).....	104
3.16 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงฟ้ายูกแขนเป็อนเหงื่อ.....	104
3.17 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงผู้สาวนุ่งซิ่น(บาส โลป).....	105
3.18 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงคารณแห่..แหว็บ.....	105
3.19 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงฮัก ฮัก ฮัก.....	105
3.20 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสิริที่รัก.....	106
3.21 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงให้เคอริมาส่งได้บ่.....	106
3.22 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงนักร้องบ่ย่าน.....	106
3.23 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงसानะฮ้าย.....	107
3.24 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน.....	107
3.25 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงอ่อน.....	107
3.26 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงแค่คนคุย.....	108
3.27 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเลาะท่ง (หาแฮ่ หากี้โป้ม กู้ดจี).....	108
3.28 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเซ็ง.....	108
3.29 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงคิดฮอดเต๋อ.....	109
3.30 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงฮ้ายมันหมอลำ.....	109
3.31 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสุขจีหมั่น.....	109
3.32 แบบบันทึกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	112
4.1 ลักษณะการเคลื่อนไหวตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรม ส่วนกลาง.....	154
4.2 ลักษณะการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ที่มีสื่อยุคดิจิทัล เป็นตัวขับเคลื่อน.....	155
5.1 การเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารและการขนส่งของสังคมอีสานในมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	173
5.2 ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	198
5.3 ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	199

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.4 ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	200
5.5 การใช้เครื่องดนตรีแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	200
5.6 การผสมผสานแนวดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	201
5.7 การเดินหน้าเวทีหมอลำในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	203
5.8 การเป่าแคนในชีวิตประจำวันของตัวแสดงในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน..	204
5.9 การพ้อนรำในงานบุญในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	205
5.10 การเดินนำรถแห่ของชาวอีสาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงฮ้อน.....	207
5.11 การเดินนำรถแห่ของชาวอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงคารมแห่..แ่วว็บ.....	208
5.12 การแต่งกายของผู้เล่นเครื่องดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	208
5.13 การแต่งกายของผู้เล่นเครื่องดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	209
5.14 การแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบันในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	210
5.15 การแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบันในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	210
5.16 การแต่งกายแบบโมเดิร์นในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	211
5.17 การแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่นในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	211
5.18 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	212
5.19 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	212
5.20 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	213
5.21 การแต่งกายของนักร้องในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	215
5.22 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	216
5.23 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	217
5.24 ชนิดอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	238
5.25 ชนิดอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	241
5.26 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	242
5.27 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	243
5.28 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	244
5.29 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	245
5.30 วิธีการรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	247

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5.31 วิธีการรับประทานอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	248
5.32 วิธีการรับประทานอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	249
5.33 สถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	249
5.34 สถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	250
5.35 การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	251
5.36 ประเพณีที่เกี่ยวกับการสู่ขวัญในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	271
5.37 ประเพณีที่เกี่ยวกับการสู่ขวัญในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	273
5.38 ประเพณีการกินคองในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	274
5.39 ประเพณีการกินคองในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	275
5.40 ภาพการไว้พระธาตุพนมในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	277
5.41 ประเพณีบุญกฐินในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	278
5.42 ประเพณีบุญบั้งไฟในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	279
5.43 ประเพณีบุญบั้งไฟในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	280
5.44 พิธีบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราชในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน.....	281
5.45 พิธีบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราชในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน.....	282
5.46 ความเชื่อเรื่องพญานาคในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน.....	283
7.1 แผนภาพแสดงความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัว ของอัตลักษณ์อีสานใหม่.....	411
7.2 แผนภาพแสดงกลยุทธ์ในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ใน มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	428
7.3 แผนภาพแสดงผลประโยชน์เบื้องหลังในการยอมรับกับการสร้างความหมาย และอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน.....	439
7.4 แผนภาพแสดงแบบแผนทางวัฒนธรรมอีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสาน.....	443

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ทำไมต้องศึกษาอัตลักษณ์อีสาน

มนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินชีวิตในสังคมเป็นไปอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม ทำให้เกิดการหล่อหลอมให้สมาชิกในสังคมมีทัศนคติ ความเชื่อ ความสนใจ ความคิดสร้างสรรค์ไปในทางเดียวกัน ก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คือ การนิยามตัวตนหรือบอกว่าตนเป็นใคร ตรงกับคำศัพท์ทางวิชาการด้านมานุษยวิทยาที่ว่า “อัตลักษณ์” (identity) ในประเทศไทยมีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ จำนวนมาก เฉพาะในภาคอีสานของประเทศไทยก็มีกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเชื้อสายต่าง ๆ ได้แก่ เชื้อสายลาว เขมร ไทย จีน เวียดนาม อินเดีย และอื่น ๆ ที่อพยพเข้ามาอยู่แต่โบราณกาลหรืออพยพเข้ามาอยู่ใหม่หลังสงคราม ชาวอีสานมีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองทั้งทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร ภาษาและความเชื่อ ซึ่งเมื่อมองจากภายนอกก็จะทราบว่าบุคคลนั้นคือคนอีสาน (สิริขญา คอนกรีต, 2556, น. 61-62)

อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ก่อสร้างทางสังคม นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลาย จึงมีกระบวนการถูกผลิตให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภคและถูกควบคุมจัดการอยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น ทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการใช้หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกิดจากสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในแต่ละจังหวัด เช่น ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ประเพณี การแต่งกาย ภาษาที่ใช้พูด อาหารที่รับประทาน สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สังคมได้สร้างขึ้นเป็นวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2556, น. 125)

อีสานเป็นชื่อเรียกพื้นที่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งคำว่า “อีสาน” นั้นมีรากฐานมาจากภาษาสันสกฤต สะกดว่า “อีสาน” หมายถึงนามของพระศิวะ ผู้เป็นเทพดาประจำทิศตะวันออกเฉียงเหนือ แต่การเขียนว่าอีสานนั้นเป็นการเขียนตามคำบาลีไทยที่ได้หยิบยืมรูปคำมาใช้ หมายถึง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยคำว่า “ตะวันออกเฉียงเหนือ” ได้เริ่มนำมาใช้อย่างเป็น

ทางการในสมัยรัชกาลที่ 5 ราวปี พ.ศ. 2442 ในชื่อ “มนทลตะวันออกเฉียงเหนือ” (เดิม วิกาศย์พจนกิจ, 2557 อ้างถึงใน ฌัญฐริศา จันทร่มะ, 2559, น. 9)

ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภาคที่มีเนื้อที่มากที่สุดในประเทศไทย เป็นภูมิภาคที่มีความน่าสนใจในเรื่องของวิถีวัฒนธรรมอย่างมาก เนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีภาษาชนบธรรมเนียมประเพณี รวมถึงชาติพันธุ์ที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยภาษาหลักที่ใช้กันคือ ภาษาอีสาน ซึ่งเป็นภาษาลาวสำเนียงหนึ่ง ส่วนในตัวเมืองจะนิยมใช้ภาษาไทยกลางขณะเดียวกันในบริเวณอีสานใต้มีการใช้ภาษาเขมร นอกจากนี้ ยังมีภาษาถิ่นอีกมากมาย เช่น ภาษาผู้ไท ภาษาใส่ ภาษาไทยโคราช ภาษาภูย (ส่วย) เป็นต้น เนื่องจากผู้คนที่อาศัยอยู่บริเวณภาคอีสานนั้นมีหลากหลายชาติพันธุ์ เช่น ชาวลาว ชาวเขมร ชาวญไท และชาวเวียตนาม อีกทั้งยังมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมในเรื่องของอาหารการกิน คนตรี ศิลปะการฟ้อนรำ รวมถึงศิลปะแขนงอื่น ๆ อีกด้วย (ฌัญฐริศา จันทร่มะ, 2559, น. 2)

ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยนับตั้งแต่แรกเริ่มมีการพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ร่วมกันกับอาณาจักรล้านช้าง ซึ่งได้สถาปนาขึ้นที่ฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขงในราวพุทธศตวรรษที่ 19 และเป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักรลาว ทำให้คนในภาคอีสานมีความเป็นลาวร่วมกันกับคนที่อยู่ในดินแดนลาวทั้งทางด้าน เชื้อชาติ ภาษา ธรรมเนียม ประเพณี คติความเชื่อ รวมถึงจารีต ต่อมาในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 24 อำนาจของรัฐไทยเริ่มขยายอิทธิพลมายังบริเวณภาคอีสานและได้เข้าครอบครองเป็นผลสำเร็จในปี พ.ศ. 2436 โดยรัฐไทยได้ทำการปฏิรูปมณฑลเทศาภิบาลผนวกภาคอีสานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของรัฐไทย ส่งผลให้อีสานถูกแบ่งแยกออกจากดินแดนลาวโดยเด็ดขาด โดยรัฐไทยได้เข้ามาจัดการปกครองรูปแบบใหม่เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างหัวเมืองอีสานกับส่วนกลางให้มากขึ้น พร้อมกับได้ถ่ายทอดชนบธรรมเนียมประเพณีจากส่วนกลางให้คนพื้นเมืองผนวกอีสานเข้าเป็นอันเดียวกันกับภูมิภาคประเทศไทยทั้งทางด้านกายภาพและความรู้สึกสำนึกของผู้คน อย่างไรก็ตามคนอีสาน ถือได้ว่าเป็นคนไทยที่มีอัตลักษณ์อันโดดเด่น เป็นลักษณะของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างจากคนไทยในพื้นที่อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาษา การแต่งกาย อาหาร ความเชื่อ ประเพณีและวิถีชีวิต (นาฏนภา ชลิตานนท์, 2524, น. 198)

อีสานเป็นพื้นที่ที่ถูกมองได้ 2 ด้าน ด้านแรกคือ การถูกรอบงำจากรัฐส่วนกลาง กล่าวคือ การตกอยู่ภายใต้อำนาจนิกมภายใน โดยมีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง อีสานจึงเป็นเพียงชายขอบ ส่วนอีกด้านหนึ่งคือ การพยายามต่อสู้ของอีสานต่อรัฐส่วนกลางราว ๆ ปี พ.ศ. 2547 มีการประกาศ พรบ.ปกครองท้องถิ่น กล่าวคือ รัฐส่วนกลางมีการแต่งตั้งผู้ว่าราชการ นายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มาเป็นผู้ควบคุมดูแล และเก็บภาษีประชาชน หมู่บ้านในอีสานจึงกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของรัฐไทยหรือรัฐชาติไทย ซึ่งเดิมอีสานจะมีอัตลักษณ์ของคนลาว มีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม

ภาษา และประวัติศาสตร์บางส่วนที่ร่วมกับชาวลาว โดยเฉพาะเวียงจันทน์หรือเขตทางใต้ของจำปาสักหลวงพระบาง แต่เมื่อรัฐไทยได้มีการขยายตัวและผนวกเอาอีสานเข้าเป็นส่วนหนึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานะ หรืออัตลักษณ์อีสานจากชาวลาวอีสานกลายเป็นคนอีสาน เมื่อมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง เป็นพลเมืองของรัฐ ก็หมายความว่าได้จำแนกและแยกตัวเองว่าไม่ใช่ชาวลาว แต่กลายเป็นชาวไทยอีสานหรือไทยลาวที่อยู่ในรัฐไทย จึงนำไปสู่การรับเอาวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะในเรื่องของภาษา เมื่อชาวอีสานรับเอาวัฒนธรรมของส่วนกลางหรือวัฒนธรรมไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตแล้ว วัฒนธรรมท้องถิ่นจึงถูกลดทอนลง การเข้ามาของรัฐจึงเป็นการทำให้ท้องถิ่นนั้นสูญเสียบทบาทหรือถูกกดทับทางอัตลักษณ์ โดยการนิยามใหม่ว่าเป็นคนไทย (กัจจกร หลุยยะพงศ์, 2549, น. 106)

นอกจากนั้น อีสานและอัตลักษณ์ของอีสานยังถูกผลิตขึ้นจากอิทธิพลจากสถานการณ์การเมืองนานาชาติอย่างสงครามเย็น ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางและเนื้อหาของปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงของอีสาน โดยสงครามเย็นในที่นี้หมายถึง การเผชิญหน้าและแข่งขันช่วงชิงสู่ความเป็นเจ้าในทางอุดมการณ์ การเมืองและเศรษฐกิจสังคมของประเทศมหาอำนาจ (สุเทพ สุนทรเกสัช และพัฒนา กิติอาษา อ้างถึงใน ฉัญฐริศา จันทร่มะ, 2559, น. 12)

พัฒนา กิติอาษา (2557, น. 84-86) กล่าวว่า สงครามเย็นได้ผลิตสร้างความหมายใหม่และอัตลักษณ์ใหม่ให้กับดินแดนและกลุ่มประชากรที่ประกอบกันขึ้นเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของประเทศไทยหลายประการ ตัวอย่างเช่น วาทกรรมการพัฒนาภายใต้บริบทสงครามเย็นได้ผลิตความเป็นอื่น (otherness) ให้กับคนอีสานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แรงงานอพยพที่มีฐานะต่ำต้อยทางเศรษฐกิจและสังคม ชาวบ้านชนบทที่ยากจน ค้อยโอกาสทางการศึกษา รวมถึงผู้หญิงอีสานจำนวนมากที่กลายเป็นเมียเช่าหรือหญิงขายบริการทางเพศในช่วงที่มีกองทัพอเมริกันประจำการอยู่ตามฐานทัพต่าง ๆ หรือการผลิตซ้ำหรือตอกย้ำภาพลักษณ์ความด้อยพัฒนาถ้าหลังของอีสาน อีกทั้งหลังประเด็นของสงครามเย็นและนโยบายการพัฒนาประเทศอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลทางการเมืองและการทหารของสหรัฐอเมริกา ที่ได้ผลิตสร้างความหมายของภาคอีสานในฐานะที่เป็นปัญหาด้านความมั่นคงและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเรียกว่า “ปัญหาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”

ทั้งนี้ในยุคหลังสงครามเย็น อีสานได้รับผลจากกระบวนการพัฒนาต่าง ๆ ที่ซับซ้อนและมีพลวัตในตัวเอง จึงทำให้เกิดเป็น “อีสานใหม่” ซึ่งผู้วิจัยพบว่า มีนักวิชาการที่กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่มีพลังในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของภาคอีสาน ดังเช่นงานของ พงศ์ เกลาวิธ (2555) ที่ได้ศึกษาบทบาทของการพัฒนาของภาคอีสานในรอบศตวรรษ โดยเฉพาะในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรืออีสานว่ามีการเปลี่ยนแปลงทาง

เศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วง 3 ทศวรรษสุดท้ายที่ผ่านมา จากดินแดนชายขอบทางไกล ทุรกันดาร ที่เชื่อกันว่าประชากรส่วนใหญ่ยากจน และมีอาชีพหลักทางการเกษตร แต่อีสานได้กลายเป็น “อีสานใหม่” ที่สามารถสรุปสภาพสังคมอีสานใหม่ 3 ประการดังนี้

ประการที่ 1 อีสานได้เปลี่ยนแปลงจากดินแดนชายขอบทางภูมิศาสตร์ของรัฐไทยมาเป็นดินแดนที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยการคมนาคมและขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว จากดินแดนที่เป็นพื้นที่ล่อแหลมต่อความมั่นคงของรัฐ จากการกบฏ การแบ่งแยกดินแดนลัทธิคอมมิวนิสต์ ได้เปลี่ยนมาสู่การเป็นสะพานเชื่อมต่อทางเศรษฐกิจกับอินโดจีนและพม่า จึงกล่าวได้ว่า อีสานได้เป็นส่วนหนึ่งของรัฐชาติทั้งในทางเศรษฐกิจและการเมืองอย่างแทบจะไม่มีช่องว่างอีกต่อไป

ประการที่ 2 ระบบเศรษฐกิจหลักของภาคอีสานไม่ได้เป็นเศรษฐกิจเพื่อยังชีพมานานแล้ว หากแต่ได้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมในระบบนี้ ภาคเศรษฐกิจของอีสาน ไม่ใช่ภาคเกษตรกรรมอย่างที่มักจะเข้าใจกัน แต่เป็นโครงสร้างที่มีการค้าและการบริการนำตามมาด้วยภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ภูมิทัศน์ของอีสานแม้พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นชนบท แต่ก็ยังเป็นชนบทที่ถูกยึดครองด้วยศูนย์กลางทางเศรษฐกิจย่อย ๆ กระจายตัวที่ปรากฏเป็นเมืองขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก ในเครือข่ายระหว่างเมืองเหล่านั้นเป็นที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ย่านการค้า โรงงานอุตสาหกรรม ฯลฯ เมืองระดับต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางย่อย ๆ ที่เชื่อมเอาชนบทที่รายรอบเข้ากับเมือง ด้วยการดึงชาวชนบทมาเป็นแรงงานในกิจการต่าง ๆ รวมทั้งเมืองได้เป็นแหล่งบริโภคสินค้าทันสมัยของของชาวชนบทเหล่านั้นด้วย

และประการที่ 3 ภาคชนบทของอีสานที่ชาวบ้านเป็นเกษตรกรยากจนทำการผลิตเพื่อยังชีพและมีวิถีชีวิตชนบทที่แตกต่างจากคนเมือง ได้กลายเป็นมายาคติ ในชนบทเราจะพบว่า ชาวบ้านเข้าสัมพันธ์กับเศรษฐกิจภายนอก แม้แต่ครัวเรือนที่ยากจนที่สุด ก็ไม่อาจพูดได้ว่าทำการผลิตเพื่อยังชีพ เพราะแต่ละครัวเรือนต่างก็ต้องพุงชีวิตด้วยการหารายได้จากการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาดในรูปแบบต่าง ๆ การเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการหารายได้ของครัวเรือน แต่การเกษตรก็ไม่ใช่อาชีพหลักอีกต่อไป แต่ละครัวเรือนมีหนทางของรายได้ผสมผสานกันหลายแนวทาง และก็พบว่า รายได้ส่วนใหญ่มาจากอาชีพนอกการเกษตร อาชีพเหล่านั้นได้แก่การค้าและบริการรายย่อย นานาชนิด รวมทั้งการทำงานราชการ การเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน การได้รับเงินส่งกลับจากสมาชิกที่ไปทำงานต่างถิ่นในประเทศและนอกประเทศ ทำให้หมู่บ้านเป็นพื้นที่ของกิจกรรมชีวิตที่มีทั้งชีวิตในภาคเกษตรแต่ก็มีความโน้มเอียงไปสู่แบบแผนวิถีแบบชาวเมืองมากขึ้นเป็นลำดับ

สอดคล้องกับพัฒนา กิติยาษา (2557) ที่ได้อธิบายว่า ชุมชนหมู่บ้านอีสานใหม่เป็นชุมชนอนิจลักษณะในความหมายที่ว่า อีสานใหม่เป็นวิถีชุมชนที่เปลี่ยนแปลงตัวเองโดยตอบสนองต่อสถานการณ์ เศรษฐกิจ การเมือง และสังคมอยู่ตลอดเวลา ชุมชนหมู่บ้านอีสานไม่เคยปฏิเสธ

การเปลี่ยนแปลง เพราะภายในโครงสร้างภายในจิตสำนึกของผู้คนมีแรงปรารถนา มีความใฝ่ฝัน ซึ่งล้วนแต่เป็นเชื้อไฟของการเปลี่ยนแปลงที่ทรงพลัง อนิจลักษณะของวิถีชุมชนอีสานใหม่ ประกอบด้วยเงื่อนไขที่สำคัญ ได้แก่ 1) การเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อม ภายนอก เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรมแบบใหม่ ภายใต้กรอบเวลาและสถานที่เฉพาะ 2) การผุดบังเกิดขึ้นของแรงปรารถนาความรู้สึก และความหมายใหม่ต่อประสบการณ์ชีวิตใหม่ของผู้คน รุ่นใหม่ที่กำลังเติบโตพร้อมจะทดแทนคนรุ่นเก่า และ 3) สภาพแวดล้อมของคนอีสานใหม่ได้เติมเชื้อไฟและความคิดของการเปลี่ยนแปลงสำหรับเคลื่อนตัวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง อนิจลักษณะของวิถีอีสานใหม่จึงมีรากฐานอยู่ที่ “การมองไปข้างหน้า” และการเปลี่ยนแปลงเชิงกระบวนการ ซึ่งเป็นไปเพื่อตอบสนองเงื่อนไขและปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

วิถีอีสานใหม่ได้เกิดขึ้นและกำลังดำเนินไปต่อในยุคสมัยหลังสงครามเย็น โดยใช้ การศึกษาของพัฒนา กิติยา (2557, น. 126-139) เป็นพื้นฐาน วิถีดังกล่าวประกอบด้วยลักษณะ สำคัญ 11 ประการ ดังนี้ (1) ความหมายใหม่ของพื้นที่ภูมิรัฐศาสตร์ (2) การขยายตัวของ สาธารณูปโภค (3) โครงสร้างประชากรใหม่ (4) การขยายตัวของเมืองและบทบาทของเมือง ชายแดน (5) การขยายตัวของระบบการศึกษาการบริการสุขภาพบริการสินเชื่อและบริการต่างๆจาก ภาครัฐ (6) พัฒนาการของเกษตรกรรมรูปแบบใหม่ (7) การย้ายถิ่นแรงงาน (8) การแต่งงานข้ามชาติ ข้ามวัฒนธรรม (9) ผลกระทบการขยายตัวของสื่อมวลชนทางเลือก (10) พลังการประดิษฐ์สร้าง วัฒนธรรมสมัยนิยม (11) อัตลักษณ์ทางสังคมใหม่ของคนอีสาน

วิถีอีสานทั้ง 11 ประการ ได้ก่อภาพอีสานแบบใหม่ และสิ่งที่สำคัญที่เป็นคุณูปการต่อ การศึกษาครั้งนี้ในการเปลี่ยนแปลงของวิถีอีสานใน โลกความเป็นจริง และส่งผลต่อการตั้งคำถามสู่ การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ความหมายของโลกสัญลักษณ์ผ่านพื้นที่ของศิลปะ วัฒนธรรมของ คนอีสาน ซึ่งจะเห็นวิถีอีสานใหม่ได้ชัดเจนในประการที่ 10 กล่าวคือ พลังการประดิษฐ์สร้าง วัฒนธรรมสมัยนิยม ดินแดนภาคอีสานได้ชื่อว่า ร่ำรวยด้วยศิลปะการแสดงตนเองอย่างจริงจัง ข้อเขียนของแว พงษ์วรรณ (2545) ไพบุลย์ แพงเงิน (2534) พัฒนา กิติยา (2553) และสุริยา สมุทคุปดีและคณะ (2544) ได้ยืนยันว่า คนอีสานให้ความสำคัญกับศิลปะการแสดง เช่น หมอลำ ลูกทุ่งอีสาน และหมอลำซิ่ง ในระดับที่สามารถผูกติดอัตลักษณ์ทางสังคมของตนเองไว้กับ ศิลปะการแสดงร่วมสมัยประจำภูมิภาคอย่างเต็มภาคภูมิ นอกจากนี้ ยังมีศิลปินจากดินแดนที่ราบสูง จำนวนมากสามารถสร้างสรรค์ผลงานการแสดงจากท้องถิ่นอีสานให้ผงาดในเวทีหรือตลาดบันเทิง ระดับชาติ ดังจะเห็นว่า คนอีสานมีตัวแทนของตัวเองเสมอในแทบทุกวงการบันเทิงของประเทศไทย

การผลิตซ้ำวัฒนธรรมสมัยนิยมของชาวอีสานเป็นพลังเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมที่สำคัญ ศิลปะการแสดงแขนงต่าง ๆ มีรากฐานที่มาจากหมู่บ้าน สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น และปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมระดับโลก ในวงการโทรทัศน์ วิทยุ และดนตรีแนวลูกทุ่งและหมอลำระดับชาติต่างก็รู้ดีว่า มิตรรักแฟนเพลงชาวอีสานเป็นตลาดใหญ่ที่สุดและอาจมีพลังทางการตลาดมากที่สุดในประเทศไทย ชาวอีสานไม่เคยขาดศิลปินที่เป็นตัวแทนของพวกเขา ซึ่งนำเสนอรูปแบบและฐานวัฒนธรรมของภูมิภาคในแวดวงบันเทิงระดับชาติ เช่น ดาราตลก ดาราละครโทรทัศน์ ดารานักร้องลูกทุ่งหมอลำ ฯลฯ

อีกทั้งในประการที่ 11 ที่พัฒนากล่าวถึงอัตลักษณ์ทางสังคมใหม่ของคนอีสาน โดยปัจจุบันตัวตนและอัตลักษณ์ใหม่ของคนอีสานยุคหลังสงครามเย็นเปลี่ยนแปลงจากการถูกกล่าวหาว่าล้าหลัง ค่อยพัฒนา หรือได้รับการดูถูกเหยียดหยาม เป็นผู้คนหรือชุมชนที่เต็มไปด้วยความมั่นใจ ยืนหยัดเพื่อที่จะยืนยันความเป็นตัวของตัวเอง ทั้งในทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรม ปรีชา พิณทอง (2534ก) ผู้อาวุโสในแวดวงอีสาน เคยกล่าวถึง อัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ว่า “คนอีสานมีลักษณะพิเศษอยู่อย่างหนึ่ง คือ รักพี่น้อง รักเผ่าพันธุ์ รักบ้านเกิดเมืองนอนของตนเอง และไม่แล้งน้ำใจ” ผู้คนในดินแดนอีสานใหม่ไม่ลังเลที่จะแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทางการเมือง ความสามารถทางศิลปวัฒนธรรม และความสามารถอื่น ๆ ที่บ่งบอกความเป็นคนอีสาน ทั้งในบริบทท้องถิ่นอีสานหรือบริบทอีสานข้ามแดน คนอีสานรุ่นใหม่มีแบบแผนในการบริโภค รสนิยม และสไตล์ชีวิตที่ใกล้เคียงกับคนเมืองมากขึ้นจนแทบจะ ไม่แตกต่างกัน

อนิจลักษณะทั้ง 11 ประการ ของวิถีอีสานใหม่ที่ได้อ้างมาข้างต้น เป็นเพียงรูปธรรมส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชนหมู่บ้านอีสานยุคหลังสงครามเย็น ในความเป็นจริง ยังมีตัวอย่างหรือรูปธรรมอื่น ๆ อีกมากที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมของชุมชนหมู่บ้านอีสาน ลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้เป็นตัวชี้วัดที่เตือนว่า วิถีอีสานใหม่ได้เกิดขึ้นเพราะกระบวนการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงเชิงกระบวนการต่าง ๆ ที่ซับซ้อนและมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในตัวเอง

ดินแดนรวมถึงประชากรอีสานค่อย ๆ คลี่คลายกลายเป็นส่วนหนึ่งของรัฐชาติไทยอย่างมั่นคง ทั้งในทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรมภายใต้กระบวนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อัตลักษณ์ของคนอีสานและภาคอีสานปรากฏตัวชัดเจนมากขึ้นในหลาย ๆ ด้าน อีสานเริ่มสละสภาพของความล้าหลังและค่อยพัฒนาของตนเองทั้งไปอย่างช้า ๆ พร้อมกับการเข้ามาของการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยและการเปลี่ยนผ่านของยุคสมัย (ฉัตรฐิตา จันทรัมย์, 2559, น. 14)

ความเป็นอีสานได้แพร่กระจายไปสู่สื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวางมากขึ้น เห็นได้ชัดจากธุรกิจสื่อต่าง ๆ ได้นำเรื่องราวของคนอีสานไปนำเสนอ แสดงให้เห็นถึงพลวัตของการนำเสนอ

เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของอีสานแบบไม่หยุดนิ่ง เริ่มตั้งแต่การนำเสนอความเป็นอีสานที่ดูล้ำหลัง ค่อยโอกาส เศษ ของตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง “หนูหินอินเตอร์” และ “แจ้ว” หรือภาพของคน อีสานที่ตกเป็นเหยื่อของความทันสมัยในภาพยนตร์เรื่อง “เลื่อม” และ “ยอดมนุษย์เงินเดือน” และการ นำเสนอความเป็นอีสานสู่ความเป็นฮีโร่ของรัฐสยามในภาพยนตร์เรื่อง “องค์บาก” ภาพการนำเสนอ ความเป็นอีสานผ่านสื่อภาพยนตร์เหล่านี้เองก็ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่สื่อสารถึงอัตลักษณ์อีสานได้ อย่างเข้มข้น

อีกหนึ่งตัวอย่างที่น่าสนใจ คือ ปรากฏการณ์ผู้ข่าวไทบ้าน (ผทบ.) ภาพยนตร์ที่ได้รับ ความนิยมอย่างสูงในภาคอีสาน มีคนต่อแถวเพื่อรอชมไม่น้อยกว่าช่วงที่คณะรักษาความสงบ แห่งชาติ (คสช.) จัดฉายภาพยนตร์ตำนานสมเด็จพระนเรศวรภาคยุทธหัตถี สร้างปรากฏการณ์ใน โลกออนไลน์จนเป็นกระแสดังในสังคมไทยเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา เนื้อเรื่องโดยย่อ คือ เรื่องราวของหนุ่มอีสานที่เป็นผู้ข่าวไทบ้านเฝ้ารอนางเอกที่ไปทำงานต่างประเทศและเคยร่วม ลี้ภัยกันมาแล้วเมื่อกลับมาแล้วจะแต่งงานกัน แต่ปรากฏว่าตอนที่นางเอกกลับมาเธอมาพร้อม กับแฟนหนุ่มที่เป็นชาวต่างชาติ ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่องนี้นำเสนอวิถีชีวิตของวัยรุ่นอีสานกลุ่มหนึ่งที่ยัง มี “วิถีชีวิตแบบอีสาน” ไม่ได้ดำเนินตาม “วิถีชีวิตแบบเมือง” ที่มี “ความเป็นสมัยใหม่” (modernity) ดังเช่นวัยรุ่นอีสานกลุ่มอื่น ๆ วัยรุ่นเหล่านี้ยังคง “ความเป็นอีสาน” ในโลกที่สังคมเมืองขยายตัวอย่าง รวดเร็วในยุคทุนนิยมโลกาภิวัตน์ (สุพิเศษ ศศิวิมล, 2557)

รวมทั้งหากสำรวจในพื้นที่ของละครโทรทัศน์เองก็กำลังสื่อสารความเป็นอีสานอย่าง เข้มข้น ตัวอย่างเช่นในละครเรื่อง “นาคี” ที่นำเรื่องราว วิถีชีวิต ความเชื่อของคนอีสานมานำเสนอ ผ่านละคร ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ส่งต่อความสำเร็จทั้งเรตติ้งละคร ตัวนักแสดง รวมถึงเพลงประกอบละคร “เพลงลูกคอง” ที่มีเนื้อเพลงเป็นภาษาอีสานทั้งหมด ซึ่งถือ เป็นช่วงไพรม์ไทม์ที่เพลงลูกทุ่งอีสานสามารถเข้าไปอยู่ในละครช่วงหลังข่าวได้ ก็สร้างชื่อเสียง ให้กับ “ก้อง ห้วยไร่” นักร้องลูกทุ่งอีสานยุคใหม่ให้เป็นที่รู้จักในวงสังคมที่กว้างขึ้น ประกอบกับ การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อ และสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาด้วย ตนเอง กลุ่มคนทำเพลงก็สามารถผลิตเพลงได้เอง เป็นอุตสาหกรรมเพลงขนาดย่อม ๆ ด้วยการ สร้างสรรค์และนำเสนอผ่านการเผยแพร่ด้วยยูทูป โดยไม่ต้องรอพึ่งหวังจากค่ายเพลงขนาดใหญ่ ก็ยังสามารถเป็น โอกาสแจ้งเกิดให้กับนักร้องลูกทุ่งอีสานหน้าใหม่กันหลายคน เช่น “เพลงคำแพง” ของศิลปินแซ่ก ชุมแพ และ “เพลงผู้สาวจาละ” ของศิลปินลำไย ไททองคำ ก็สร้างปรากฏการณ์ เพลงลูกทุ่งอีสานร้อยล้านวิวในยูทูป สร้างความสนใจไปยังรายการ โทรทัศน์ต่าง ๆ ที่นำเพลงลูกทุ่ง อีสานไปเผยแพร่ หรือการหยิบยกวัฒนธรรมอีสานให้ขึ้นมาจัดฉายบนหน้าจอโทรทัศน์อย่าง

รายการ “ไม้คันทองคำหอมลำฝั่งเพชร” ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ หมายเลขช่อง 23 ก็เป็นอีกหนึ่งรายการที่ได้รับความสนใจด้วยเช่นกัน

จากเดิมที่อีสานอาจถูกกล่าวหาว่า ล้าหลัง ค่อยพัฒนา แต่อีสานในวันนี้กำลังพัฒนาเป็น “อีสานใหม่” ที่มีรูปแบบวัฒนธรรมและอัตลักษณ์เฉพาะตัว และได้ผสมผสานร่วมกับวัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างน่าสนใจ ความเป็นอีสานมีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งของจริงเชิงประจักษ์ที่ปรากฏในสังคม รวมถึงภาพความเป็นอีสานที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งในละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รายการ โทรทัศน์และอุตสาหกรรมเพลงลูกทุ่ง ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่เป็นการสื่อสารให้เห็นถึงพลวัต อัตลักษณ์ความเป็นอีสานที่ไม่หยุดนิ่งตายตัว แต่ความเป็นอีสานได้รับปรับเปลี่ยนโฉมหน้าไปตามบริบทสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรม อีสานในวันนี้ปรากฏตัวชัดเจนมากยิ่งขึ้นในหลาย ๆ ด้าน และการนำเสนอความเป็นอีสานบนพื้นที่ศิลปะการแสดงผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหมอลำ เพลงลูกทุ่งอีสาน ล้วนแล้วแต่เป็นพื้นที่ที่สามารถผูกติดอัตลักษณ์ทางสังคมของคนอีสานไว้กับศิลปะการแสดงร่วมสมัย และเป็นการถ่ายทอดอัตลักษณ์อีสานให้กับผู้คนในสังคมทั้งคนในวัฒนธรรมอีสาน และคนนอกวัฒนธรรม ให้รับรู้ถึงความเป็นอีสานที่ล้นเหลือไม่หยุดนิ่ง

แดนดินถิ่นอีสานในวันนี้มีความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ดังเช่น วรณรัตน์ คัทมาตย์ (2556) ได้เสนอไว้ในกรุงเทพธุรกิจออนไลน์ว่า “ณ วันนี้ แดนดินถิ่นอีสานถูกมองใหม่ในฐานะที่มี character อันโดดเด่น ทันสมัย และไม่จำกัดอยู่ในกรอบแห่งความเป็นเซออีกต่อไป กลิ่นส้มตำ ปลาสำราญ โขยมาจากโต๊ะอาหารหรูหราบนห้างสรรพสินค้ากลางเมืองเสียงเพลงลูกทุ่งกรุณสำเนียงอีสานแว่วมาให้ได้ยินแทบทุกครั้ง เมื่อใช้บริการแท็กซี่มิเตอร์ หรือแม้กระทั่งผ้าพันคอทอมือเก๋ ๆ หรือกางเกงลายผ้าขาวม้าเท่ ๆ ของวัยรุ่นหนุ่มสาวที่มักซื้อหามาใส่กันตามเทรนแฟชั่นที่กำลังอินกับกระแสสินค้าท้องถิ่น เหล่านี้ คือ กลิ่นอายของอีสานที่มักเผยตัวตนออกมาพร้อม ๆ กับการใช้ชีวิตประจำวันของคนเมืองได้อย่างผสมกลมกลืน เพราะคำว่า “อีสาน” ในวันนี้ไม่ได้ถูกมองให้เป็นตัวแทนของความล้าหลัง เก่าเก็บ หรือดั้งเดิมจนเข้าไม่ถึง แต่กลับถูกพรีเซนต์มุมใหม่ว่าเป็นวัฒนธรรมที่ยุคจับต้องได้ และมีเสน่ห์น่าหลงใหลไม่แพ้ใคร”

จากข้อสังเกตในข้างต้น จึงเป็นที่มาสำหรับความสนใจของการศึกษาในครั้งนี้ ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่า การสื่อสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสาน โดยเฉพาะความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ ผ่านสื่อบทเพลงลูกทุ่งอีสาน ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งพื้นที่สื่อที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้คนในสังคมไทย นอกเหนือจากความบันเทิง เพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ก็เปรียบเสมือนพื้นที่หนึ่งในการจำลองหรือใส่รหัสความหมายอัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ด้วยที่น่าสนใจ จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าจะมีการสื่อสารหรือใส่รหัสความหมาย (Encoding) อัตลักษณ์อีสานใหม่ไว้อย่างไรบ้าง

และภายใต้อัตลักษณ์นั้น มีทัศนคติ ความคิดความเชื่อของคนอีสานอย่างไรบ้าง โดยทั้งนี้กรณีทีผู้วิจัยสนใจคือ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2558- 2562

ทำไมต้องศึกษาอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

“ร้องรำทำเพลง” เป็นคำคล้องจองเก่า ๆ ที่หมายถึงการละเล่น 3 อย่างคือ “ร้อง” อย่างหนึ่ง “รำ” อย่างหนึ่ง และ “ทำเพลง” อีกอย่างหนึ่ง ร้อง หมายถึง ขับหรือลำคำโคลงกลอน รำ หมายถึง ฟ้อนหรือระบำและรำเดินเป็นท่าทาง ทำเพลง หมายถึง เครื่องมือดีดสีตีเป่าที่ใช้ประโคมและบรรเลงเป็นทำนอง ทั้ง 3 อย่างนี้นับเป็นการละเล่นพื้นฐานที่มีอยู่ในกลุ่มชนทุกหมู่เหล่าทุกเผ่าพันธุ์ของสุวรรณภูมิหรือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาตั้งแต่ยุคแรก ๆ ปัจจุบันเรียกการร้องรำทำเพลงหรือขับลำฟ้อนระบำรำเดินดีดสีตีเป่าว่า “ดนตรีและนาฏศิลป์” ดนตรีเป็นคำเก่าที่มีรากศัพท์มาจากภาษาบาลี-สันสกฤต เอกสารโบราณมักใช้ควบคู่กับคำว่า “ดุริยะ” คือ “ดุริยดนตรี” แต่ในกฎหมายเทียรบาลใช้คำว่า “ดนตรี” อย่างหลากหลายเช่น เรียกวงบรรเลงอย่างหนึ่งซึ่งทำหน้าที่บำเรอถวายงานคู่กับมโหรีว่า “ดนตรี” เรียกเจ้าพนักงานผู้บรรเลงบำเรอว่า “ชาวดนตรี” และ / หรือ “เสภาดนตรี” เรียกตำแหน่งคนตีกลองมโหรีที่กว่า “ขุนดนตรี” เป็นต้น ทุกวันนี้ “ดนตรี” มีความหมายรวม ๆ กว้างขวางเช่น เรียกวงบันลือบรรเลงทุกชนิดว่า “วงดนตรี” เรียกเครื่องมือทำเพลง “เครื่องดนตรี” และเรียกผู้ทำหน้าที่บันลือบรรเลงเครื่องมือทำเพลงทั้งหมด “นักดนตรี” เป็นต้น (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2551, น. 8)

วัฒนธรรมดนตรีเป็นศิลปะซึ่งมีพัฒนาการไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ในช่วงรัชกาลที่ 5 ประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เนื่องจากวิทยาการและวัฒนธรรมตะวันตกได้แพร่อิทธิพลเข้ามาสู่ประเทศไทยหลายด้าน ทั้งด้านศิลปะ วิทยาการความรู้แขนงต่าง ๆ รวมทั้งด้านดนตรีด้วย ได้มีการริเริ่มแต่งเพลงไทยสากล สำหรับประกอบละครร้องและภาพยนตร์ ต่อมาหลังสงครามโลกหรือช่วงประมาณ พ.ศ. 2498-2507 นั้นได้ปรากฏเพลงไทยสากลส่วนหนึ่งที่เสนอเนื้อหาที่เป็นบรรยากาศแบบชนบท บ้างก็สะท้อนชีวิตของสามัญชน อย่างเพลงชีวิต บ้างก็เสียดสีการเมือง บ้างก็มีเนื้อหาความรักหนุ่มสาว แต่ขับร้องด้วยสำเนียงแบบคนบ้านนอก เพลงเหล่านี้ถูกแบ่งแยกออกมาเรียกว่า “เพลงชีวิต” หรือ “เพลงตลาด” (ศิริพร กรอบทอง, 2547) โดยที่ “เพลงชีวิต” หรือ “เพลงตลาด” ได้ใช้ชื่อเรียกว่า “เพลงลูกทุ่ง” ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2507 โดยจางรังสิกุล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ซึ่งจัดรายการเพลงใช้ชื่อรายการว่า “เพลงลูกทุ่ง” เพื่อเรียกแนวเพลงไทยสากลที่ผสมผสานแนวเพลงพื้นบ้าน

ศิลปะในการประพันธ์เพลงลูกทุ่งนับว่ามีลักษณะเฉพาะตัว กล่าวคือ มีทั้งความเรียบง่ายและความงดงาม ละเมียดละไม เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ในเพลงลูกทุ่งเป็นเรื่องราวชีวิตของชาว

ชนบทหรือคนทั่วไปในสังคม เหตุการณ์ที่นำเสนอเป็นสภาพการณ์ที่ดำเนินไปเป็นปกติทุกวัน ดังนั้น ภาษาที่เลือกใช้จึงเป็นภาษาง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน สื่อความชัดเจน หากแต่ผู้ประพันธ์มักลึกลับในการนำคำเปรียบง่ายเหล่านั้นมาเรียบเรียง เพื่อสื่ออารมณ์สะเทือนใจ และสร้างจินตนาการให้แก่ผู้ฟัง เพื่อสร้างความรู้สึกร่วม ด้วยเหตุนี้ การใช้ภาษาในเพลงลูกทุ่งจึงมีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงตามความนิยมของแต่ละยุคสมัย (เอี่ยม อามาตย์มุลตรี, 2560, น. 198)

เพลงลูกทุ่งยังมีความสัมพันธ์กับคนในชนบทท้องถิ่นต่าง ๆ มากกว่าคนในเมืองกรุง จึงปรากฏการใช้คำสำนวนภาษาถิ่น และสำเนียงถิ่นในเพลงลูกทุ่งมากพอสมควร เช่น ศัพท์ท้องถิ่น และสำเนียงทางภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคอีสาน (จินตนา คำรงค์เลิศ, 2533, น. 81)

อุบัติการณ์ของ “เพลงลูกทุ่งอีสาน” เกิดขึ้นในระหว่างปี พ.ศ. 2515-2524 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่กระแสความนิยมพุ่งสู่จุดสูงสุด และโดดเด่นที่สุด เพลงที่ถือเพลงที่ถือว่าเป็นเพลงเปิดศักราชเพลงลูกทุ่งอีสาน คือ “อีสานลำเพลิน” จากการประพันธ์ของสุรินทร์ ภาคศิริ ขับร้องโดย อังคนางค์ คุณไชย เพลงนี้เป็นเพลงแรกที่ประกาศศักดิ์ศรีชาวอีสาน และเป็นเพลงจุดประกายให้เกิดกระแสเพลงลูกทุ่งอีสาน (แวง พลังวรรณ , 2545, น. 315)

กล่าวเฉพาะศัพท์คำว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” ชื่อนี้มิได้ก่อเกิดมาพร้อม ๆ กับแนวเพลง หากแต่ชื่อนี้ได้เกิดขึ้นในภายหลัง หลังจากที่เพลงแนวนี้หลายต่อหลายเพลงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ไปก่อนแล้ว ผู้คิดคำศัพท์นี้ออกใช้เป็นคนแรกคือ สุรินทร์ ภาคศิริ จากนั้นก็มีการนำเอาชื่อนี้ไปใช้อย่างแพร่หลายจนเป็นเหมือนนิยามที่บ่งบอกลักษณะของแนวเพลงอย่างนี้จนถึงปัจจุบัน “ลูกทุ่งอีสาน” คำคำนี้เกิดขึ้นราวปี พ.ศ. 2516 ในช่วงนั้นสุรินทร์ ภาคศิริ หรือในชื่อโฆษกขวัญใจไทยอีสานว่า “ทิดโต สูดสะแนน” เป็นเจ้าของรายการเพลงชื่อ “อีสานบ้านเฮา” และได้ตั้งเป็นชื่อการแสดงดนตรีประชาชนระหว่างสายัณฑ์ ลัญญา และวงดนตรีของภาคอีสานศักดิ์สยาม เพชรชมพู โดยสุรินทร์ซึ่งคลุกคลีกับวงการเพลงมายาวนานมองว่า บทเพลงลูกทุ่งจากภาคอีสานนั้นมีรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างจากบทเพลงและนักร้องลูกทุ่งภาคกลางหลายประการ จึงได้คิดตั้งชุดการแสดงชุดนี้ว่า “ลูกทุ่งอีสานปะทะลูกทุ่งภาคกลาง” จัดแสดงที่เวทีมวยลุมพินี นอกจากนี้ยังนำไปเป็นชื่อรายการวิทยุของเขา คือ ลูกทุ่งอีสานยามเช้า และลูกทุ่งอีสานส่งใจไปแนวหน้า นับตั้งแต่นั้น คำว่า “ลูกทุ่งอีสาน” ก็ถูกนำไปใช้กับนักร้องลูกทุ่งจากภาคอีสานและเพลงแนวอีสานตลอดมาจนทุกวันนี้ (แวง พลังวรรณ , 2545, น. 321-323)

ความแห้งแล้งแร้นแค้นในภาคอีสานบีบบังคับให้ชาวอีสานต้องทิ้งถิ่นบ้านเกิดเมืองนอนที่เคยอยู่เย็นเป็นสุขกลับกลายเป็นดินแดนที่ร้างไร้ความหวังในอนาคตจึงดิ้นรนออกไป ชาวอีสานต้องหลั่งไหลออกจากแดนเกิดระลอกแล้วระลอกเล่า กลิ่นเหงื่อและคราบน้ำตาอันเนื่องมาจากการอพยพย้ายถิ่นฐานนี้เองคือ รากเหง้าและที่มาของเพลงลูกทุ่งที่สะท้อนชีวิตและ

ชะตากรรมของชาวอีสาน และท่วงทำนอง ถ้อยคำร้อง กระทั่งเนื้อหาแปลกแยกไปจากเพลงลูกทุ่งไทย (ภาคกลาง) จนมีผู้บัญญัติศัพท์แนวเพลงนี้ว่า เพลงลูกทุ่งอีสาน (แนว พลังวรรณ, 2545, น. 93)

และเมื่อคนอีสานอพยพเข้ามาทำงานในเมือง พวกเขาได้นำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานเข้ามาด้วย โดยเฉพาะอาหารการกินและดนตรี เพราะคนอีสานมีนิสัยของสนุกสนานเฮฮา ดนตรีจึงอยู่ในวิถีชีวิตของชาวอีสาน สังเกตได้ว่า หมอลำยังคงมีบทบาทอยู่ในสังคมได้มากกว่าเพลงพื้นบ้านของภาคอื่นที่ลดความสำคัญลงไปมาก ในปัจจุบันกระแสเพลงลูกทุ่งที่เห็นได้ชัดคือ เพลงลูกทุ่งอีสานได้รับความนิยมสูงสุดเหนือกว่าเพลงชนิดใด และเป็นความนิยมอย่างทั่วถึงทั้งประเทศไม่ใช่เฉพาะเจาะจงแต่ในภาคอีสานเท่านั้น ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าคนอีสานได้พลัดบ้านพลัดถิ่นออกไปทำมาหากินในท้องถิ่นอื่นมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (สันติภาพ เจนกระบวนหัด, 2532, น. 250-251)

สอดคล้องกับทัศนะของแนว พลังวรรณ (2545, น. 470) ที่อธิบายไว้ว่า แท้จริงแล้วลูกทุ่งอีสาน คือ บันทึกการเดินทางของชาวอีสาน หากจะกล่าวอย่างไม่อ้อมค้อม ควรเรียกมันว่า บันทึกการกวาดต้อนให้เข้าสู่รัตนโกสินทร์เพื่อริดแรงงานเหมือนเช่นบรรพบุรุษเคยกระทำมาแล้ว หากบริบท และเงื่อนไขต่างกัน เพลงลูกทุ่งอีสาน คือ บันทึกชะตากรรมของคนอีสานที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายพัฒนาของประเทศ พวกเขาคือ ผู้รับเคราะห์กรรม และเพลงที่พวกเขาสร้างสรรค์ด้วยหยาดเหงื่อและหยดน้ำตานี้ คือ ความจริงบนแผ่นดินนี้

เพลงลูกทุ่งอีสาน ถือเป็นเพลงลูกทุ่งอย่างหนึ่งที่มีการใช้ภาษารวมถึงบอกเล่าสภาพสังคม ความเป็นอยู่ รวมทั้งเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือภาคอีสาน ได้อย่างชัดเจน และสามารถเข้าถึงความเข้าใจ อารมณ์ ความรู้สึกของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่นิยมฟังไม่ว่าจะเป็นคนในภูมิภาคเดียวกัน หรือคนนอกภูมิภาคเดียวกัน ดังที่ ภาสพงษ์ ศิวพอใช้ (2548) ได้กล่าวว่า เพลงลูกทุ่งอีสานนับว่าอยู่ในประเภทของเพลงลูกทุ่งที่มีกลิ่นไอความเป็นภาคอีสานนับเป็นผลมาจากการปรับปรุงเพลงพื้นเมืองในภาคอีสานเช่น หมอลำ กัณฑ์ริมให้มีลักษณะคล้ายตามการแพร่ของวัฒนธรรมตะวันตกเพลงลูกทุ่งอีสานนับเป็นผลผลิตของบุคคลจากสังคมภาคอีสานที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในสื่อกระแสหลักเนื้อหาและส่วนประกอบของเพลงที่ก่อให้เกิดความเข้าใจในวิถีชีวิตของชาวอีสานและภาษาถิ่นนับเป็นจุดแรกที่ทำให้คนฟังซึ่งเป็นชาวอีสานรักท้องถิ่นรักวัฒนธรรม ภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดของตน ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของสลา คุณวุฒิ ที่กล่าวไว้สามารถสรุปได้ว่า เพลงลูกทุ่งอีสานมีรูปแบบที่ไม่ตายตัวขึ้นอยู่กับความคิดของนักแต่งเพลงแต่ละคน แต่ได้แนวทางมาจากเพลงไทยสากลหรือเพลงลูกทุ่ง ภาษาที่ใช้จะเป็นภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษามาตรฐานเพื่อรักษาความไพเราะและความลื่นไหลในเพลง เนื้อหาเพลงลูกทุ่งอีสานมักจะเกี่ยวกับธรรมชาติ ความรัก ตลก วิถีชีวิตคนอีสาน หรืออาจจะเป็นตำนานต่าง ๆ ด้วย (ภาสพงษ์ ศิวพอใช้, 2548, น. 14-15)

เพลงลูกทุ่งอีสานในปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมของประชาชนทั่วไป มีการสนับสนุนให้เผยแพร่เพลงลูกทุ่งอีสานผ่านทางสื่อมวลชนทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต และสื่อที่วางจำหน่ายต่าง ๆ ได้แก่ เทปบันทึกเสียง แผ่นเสียง วิดีโอ และวีซีดี รวมทั้งมีการนำเพลงลูกทุ่งอีสานไปประกอบกับสื่ออื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การใช้เพลงลูกทุ่งอีสานไปประกอบการทำภาพยนตร์ และใช้เพลงลูกทุ่งอีสานเป็นเพลงประกอบละครโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์เฉพาะกิจเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งอีสานหลายฉบับ อีกทั้งมีเว็บไซต์ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องราวของเพลงลูกทุ่งอีสานผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย จึงส่งผลให้เพลงลูกทุ่งอีสานสามารถเผยแพร่ออกไปสู่ชุมชนได้อย่างกว้างไกลโดยใช้เวลาอันรวดเร็ว และแสดงให้เห็นถึงความนิยมเพลงลูกทุ่งอีสานของประชาชนที่มีแนวโน้มที่สูงขึ้น (สันติ ทิพนา และราตรี ทิพนา, 2560, น. 4) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสโลกและเทคโนโลยีปรับตัวมากเท่าไร เพลงลูกทุ่งอีสานเองก็ปรับโฉมหน้าและสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นด้วยเช่นกัน ทั้งจากช่องทางออนไลน์อย่างยูทูป เฟซบุ๊ก หรือแอปพลิเคชันฟังเพลงต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ฟังเพลงให้สามารถเลือกสรร และกำหนดช่องทางการฟังเพลงได้ด้วยตัวเองในทุกที่ทุกเวลา ซึ่งในยุคดิจิทัลและการเติบโตของสื่อจอภาพนี้เอง ก็ยังทำให้มิวสิกวิดีโอเป็นส่วนสำคัญของความนิยมในเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน

การมาถึงของยุคดิจิทัล (Digital Disruption) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม โดยจะช่วยให้ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีแบบ Real-time รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร เทคโนโลยี Cloud, Big Data, Robotics, Machine Learning (Ai) และอื่น ๆ เข้ามาช่วยในการทำธุรกิจ Disruption สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน จึงเป็นทางเลือกใหม่ในการสร้างสิ่งที่แตกต่างจากผู้นำตลาด หรือบรรดาคู่แข่งในตลาดที่มีอยู่ (พรเทพ เสง, 2562, น. 12)

ความหมายและดัชนีเพลงฮิตในยุคปัจจุบัน ได้ทำให้สื่อแบบเก่าที่มีอิทธิพลอย่างสูงในการกำหนด รสนิยมและทิศทางของคนฟังเพลงผ่านคลื่นวิทยุ และโทรทัศน์ได้เดินมาถึงจุดเปลี่ยนและไร้พลังอย่างสิ้นเชิงของสื่อยุคแอนะล็อก ทั้งที่อุตสาหกรรมดนตรี หรือธุรกิจสร้างเพลงฮิตที่มีทำรายได้อย่างมหาศาลให้ค่ายเพลงต่าง ๆ จนกลายเป็นบริษัทบันเทิงในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อไม่ถึง 20 ปีที่ผ่านมา สูตรสำเร็จและกลเม็ดทางธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการตลาดและการประชาสัมพันธ์และโปรโมชั่น คำว่า “ปาล้อมเมือง” หรือ “ภูธรดินครบาล” อาจจะเป็นคำเก่าที่ใช้กับเพลงฮิตที่ดังมาจากหัวเมืองต่างจังหวัดแล้วมาฮิตในส่วนกลางหรือกรุงเทพฯ ซึ่งปีหนึ่งอาจจะมีสักครั้งหรือไม่มีเลย นาน ๆ ที่เกิดสักที ในระดับปรากฏการณ์ของวงการเพลง ซึ่งส่วนมากฮิตเพลงเดียวแล้วหายไปเลย (พรเทพ เสง, 2562, น. 12)

ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิชาการที่กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงของอีสาน โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับพลังของอีสานในยุคของโซเชี่ยลมีเดีย กับพื้นที่ของสื่อเพลงลูกทุ่ง ดังที่พรเทพ เสง (2562) ได้เขียนไว้ในวารสารรัฐสมิแลนชื่อเรื่อง “พลังอีสานชาวนันยุคโซเชี่ยลฯ ท้องถิ่นนิยม ภูธรครอบครองใจ” ใจความว่า กรณีศึกษา “พลังอีสานโซเชี่ยลมีเดีย” ที่เห็นชัด และเป็นผู้ที่เปิดประตูนี้ด้วยความบังเอิญก็คือ บทเพลง “ไสว่สาบิ่ถ่มกัน” ของก้อง ห้วยไร่ ซึ่งทำคลิปร้องเพลงตั้งมือถือถ่ายแบบง่าย ๆ ดิบ ๆ ภาพ คุณภาพต่ำ ไม่ชัด คลิปแรกเผยแพร่เมื่อ 7 พ.ย. พ.ศ. 2557 ผ่านช่อง Thai E-san Indy ในยูทูป ซึ่งมีคนดูหลายแสนคน ปัจจุบันมีการดูอยู่ที่การดูตกประมาณ 320,000 ครั้ง และจุดเปลี่ยนสำคัญอย่างยิ่งเกิดขึ้นในอีก 1 ปี ต่อมา ผ่านแรงเกือหนุนอย่างบังเอิญแบบสุด ๆ ผ่านรายการในระดับเมกฮิตในช่วงนั้นคือ The Voice Thailand Season 4 รอบ Knock Out วันที่ 15 พ.ย. พ.ศ. 2557 เมื่อนักร้องสาวที่เข้าประกวด ไช้มุก รุ่งรัตน์ เหม็งพานิช ได้นำบทเพลง “ไสว่สาบิ่ถ่มกัน” มาขับร้องด้วยความไพเราะเพราะพริ้งในการเรียบเรียงดนตรีแบบพ็อพร่วมสมัย จนเป็นที่กล่าวขานและหามาฟังกัน และส่งผลไปสู่ต้นฉบับของบทเพลงนี้ของก้อง ห้วยไร่ ซึ่งต่อมาได้นำเพลงมาเรียบเรียงตรีและเสียงประสานใหม่ สร้างสังกัดชาวดมีแอง ขึ้นมารองรับ และมีคนดูถึง 32,000,000 ล้านวิว ในปี พ.ศ. 2559

จากจุดเริ่มต้นความสนใจในเพลงลูกทุ่งอีสานนี้เอง ผู้วิจัยได้สำรวจพื้นที่ของวงการเพลงลูกทุ่งของประเทศไทยช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2562 จะเห็นว่าบนรายงานชาร์ตเพลงฮิตจากหลากหลายคลื่นวิทยุชื่อดัง รวมถึงยอดวิวบนเว็บไซต์ยูทูปเพลงลูกทุ่งอีสานที่ใช้ภาษาถิ่นอีสานแบบเต็มเพลงลูกผลัดกลับเข้ามาในสังคมและได้รับความนิยมจากผู้คนในสังคม แง้งเกิดให้กับนักร้องหน้าใหม่ทั้งผู้ชายและผู้หญิงหลายคนที่ต้องคิวกันดัง เริ่มตั้งแต่เพลง “ไสว่สาบิ่ถ่มกัน” ผลงานสร้างชื่อให้กับนักร้องหนุ่มก้อง ห้วยไร่ ก็ได้สร้างปรากฏการณ์ให้กับวงการเพลงลูกทุ่งด้วยเนื้อหาเพลงที่ใช้ภาษาถิ่นอีสานแบบเต็มเพลง ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากด้วยการขึ้นอันดับ 1 ในชาร์ตลูกทุ่งมหานครเอฟเอ็ม 95 ส่งผลให้ ก้อง ห้วยไร่ ได้รับรางวัลเพลงลูกทุ่งเพื่อชีวิตยอดเยี่ยม และรางวัลศิลปินเพลงลูกทุ่งหน้าใหม่ฝ่ายชายยอดเยี่ยมประจำปี พ.ศ. 2558 จากงานมหานครอวอร์ดส ครั้งที่ 12 อีกด้วย

ปี พ.ศ. 2559 “เพลงคู่คอง” ขับร้องโดย ก้อง ห้วยไร่ ซึ่งเป็นเพลงประกอบละครเรื่องนาคี ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นเพลงลูกทุ่งที่ใช้ภาษาถิ่นอีสานแบบเต็มเพลงก็ได้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยยอดวิวบนเว็บไซต์ยูทูปสูงถึง 442,291,749 วิว (ข้อมูล ณ วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562) และในปีเดียวกันนี้ยังเป็นปีของการแ่งเกิดนักร้องสาววัยรุ่นอีกหนึ่งคนที่รู้จักกันในนาม ลำไย ไหทองคำ ในเพลง “ผู้สาวขาลေး” เพลงลูกทุ่งที่ใช้ภาษาถิ่นอีสานในการนำเสนอเนื้อหาเพลงที่พูดถึงชีวิตของผู้หญิงที่ชื่นชอบการเที่ยว ก็สร้างปรากฏการณ์ให้

ทองคำ มีกระแสพูดถึงเพลงนี้และตัวเธอในวงกว้างของสังคม และเพลงนี้มียอดวิวบนเว็บไซต์ยูทูบ สูงถึง 368,253,937 วิว (ณ วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562) หรือเพลง “คำแพง” จากแฉ็ค ชุมแพ ก็ได้รับความนิยมและแจ้งเกิดในฐานะนักร้องหน้าใหม่อย่างงดงาม

ปี พ.ศ. 2560 กระแสเพลงลูกทุ่งที่ใช้ภาษาอีสานยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แม้กระทั่งค่ายเพลงลูกทุ่งยักษ์ใหญ่อย่างบริษัทแกรมมี่ โกลด์ ส่งผลงานจากนักร้องชื่อดังอย่าง ไมค์ ภิรมย์พร เปลี่ยนแนวจากการร้องเพลงลูกทุ่งที่ใช้ภาษาไทยมาตรฐาน มาเป็นเพลงที่ใช้ภาษาถิ่นอีสานแบบเต็มเพลงในชื่อเพลง “กลับคำสาหล่า” ซึ่งเพลงนี้ก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากด้วยการจัดงานฉลองยอดวิวบนเว็บไซต์ยูทูบ 120,000,000 วิว รวมไปถึงนักร้องลูกทุ่งสาวชื่อดังขวัญใจแฟน ๆ อย่าง ต๊กแตน ชลดา ที่ออกเพลงพิเศษเปลี่ยนแนวจากเพลงลูกทุ่งภาคกลางที่ใช้ภาษาไทยมาตรฐานมาผสมผสานกับการใช้ภาษาถิ่นอีสานร่วมเข้าด้วยเช่นกันในเพลง “โห่ง่อง” ก็เรียกเสียงฮือฮาจากคนฟังและแฟนคลับได้อย่างมาก

ปี พ.ศ. 2561 เพลงห่อหมกฮวกไปฝากป้า ผลงานการร้องของนักร้องหน้าใหม่อย่าง ลำเพลิน วงศกร ที่มาร่วมร้องกับเต้ ตระกูลตอ เพลงนี้ก็มียอดวิวบนยูทูบสูงถึง 136,629,999 วิว (ข้อมูล ณ วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562) และเกิดกระแส Cover (การนำมาร้องใหม่ในฉบับของตัวเอง) ผ่านช่องทางของสื่อออนไลน์ในกลุ่มวัยรุ่นกันอย่างแพร่หลาย สร้างชื่อเสียงและแจ้งเกิดอย่างสวยงามในฐานะศิลปินให้กับลำเพลิน วงศกร และเต้ ตระกูลตอ และยังส่งต่อความแรงของลำเพลิน วงศกร ด้วยเพลง รำคาญกะบอกกันเต๊อ ที่สร้างยอดวิวกว่า 313,015,691 วิวบนยูทูบ (ข้อมูล ณ วันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2562) เป็นเพลงที่ทำให้ลายสถิติการเข้าถึง 100 ล้านวิว ได้เร็วที่สุดเพียง 41 วัน

ภาวิต จิตรกร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายธุรกิจจีเอ็มเอ็มมิวสิค บริษัทจีเอ็มเอ็มแกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ภาพรวมผลงานของจีเอ็มเอ็มมิวสิค ในปี พ.ศ. 2561 ยังคงสร้างรายรับรวมเป็นเงิน 3,738 ล้านบาท เพิ่มขึ้นมากกว่าปี พ.ศ. 2560 ที่มีรายรับรวมเป็นเงิน 3,061 ล้านบาท เติบโตขึ้น 22% เป็นผลมาจากการเติบโตของธุรกิจ Digital 37% ซึ่งถ้าเจาะลึกเป็นธุรกิจ Digital Platform จะเติบโตสูงถึง 83% ตามมาด้วยธุรกิจ Showbiz ที่เติบโตสูงถึง 113% ธุรกิจลิขสิทธิ์ที่เติบโต 19% ธุรกิจบริหารศิลปินและงานจ้างเติบโตขึ้น 10% และธุรกิจโรงเรียนดนตรีเติบโตขึ้น 12% ทั้งนี้ 3 ธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดของจีเอ็มเอ็ม มิวสิค ได้แก่ ธุรกิจงานจ้าง และสปอนเซอร์ชิปมีส่วนรายได้ที่ 40% ธุรกิจ Digital 25% และธุรกิจ Showbiz 15% การเติบโตของจีเอ็มเอ็มมิวสิค ยังรวมถึงความสำเร็จในการทำคอนเทนต์ผ่านผู้ให้บริการแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อขยายช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคให้มากขึ้น โดยปัจจุบันในกลุ่มวิดีโอคอนเทนต์ จะอยู่ที่ยูทูบเป็นหลัก จึงทำให้จีเอ็มเอ็มมิวสิครองอันดับ 1 ของช่องเพลงที่มียอดวิวกว่า 15,000 ล้านวิว เติบโตเฉลี่ยที่ 29% และมีผู้ติดตาม

มากกว่า 53 ล้าน Subscribers เติบโตขึ้น 20 ล้าน Subscribers หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตขึ้นเฉลี่ยที่ 88% โดยจีเอ็มเอ็มมิวสิก มียอด Watch Time ในยูทูปเติบโตขึ้น 65,000 ล้านนาที่ คิดเป็นอัตราการเติบโตขึ้นเฉลี่ยที่ 37% และหากเจาะลึกถึงความสำเร็จในการเติบโตของจีเอ็มเอ็ม มิวสิก ในการทำคอนเทนต์ในยูทูป พบว่า เทรนด์ที่กำลังมา คือ ตลาดเพลงลูกทุ่ง เพราะ Grammy Gold Official เป็นมิวสิกแขนงแรกที่มี Views และ Subscribers เติบโตที่สุดในตลาด โดยมียอดวิวเติบโตที่ 78% และมีจำนวนผู้ติดตามเติบโตที่ 93% จีเอ็มเอ็มมิวสิกมีวิดีโอคอนเทนต์ที่ได้วิวเกิน 100 ล้านวิวมากที่สุดบนยูทูปประเทศไทย ถึง 51 วิดีโอคอนเทนต์ และเพลงรำคาญกะบอกกันเด้อ ของศิลปิน ลำเพลิน วงศกร จากแกรมมี่โกลด์ ทำลายสถิติการเข้าถึง 100 ล้านวิว ได้เร็วที่สุดเพียง 41 วัน Grammy Gold Official เป็นมิวสิกแขนงแรกเพลงลูกทุ่งที่มีวิดีโอคอนเทนต์ 100 ล้านวิว มากที่สุด และยังเป็นแขนงแรกที่มีวิดีโอคอนเทนต์ที่ได้ 100 ล้านวิว เยอะที่สุดในปี พ.ศ. 2561 (S.Ammarit , 2562)

ปี พ.ศ. 2562 กระแสความเป็นท้องถิ่นอีสานยังได้รับความนิยม เพลงลูกทุ่งอีสานก็ยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง เมื่อค่ายเพลงลูกทุ่งยักษ์ใหญ่อย่างแกรมมี่โกลด์ ร่วมมือกับแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันฟังเพลงชื่อดังอย่าง JOOX Music เกิดโปรเจกต์ JOOX Original Album 100 x 100 นำศิลปินร้อยล้านวิวจากฝั่งเพลงลูกทุ่งและสตริง มาร่วมร้องเพลงกัน โดยมี ไมค์ ภิรมย์พร ต่าย อรทัย มนต์แคน แก่นคูน ไข่ พงศธร และลำเพลิน วงศกร มาร่วมร้องเพลงกับ 5 ศิลปินจากฝั่งเพลงป๊อป ร็อก และฮิปฮอป เช่น บอย พีชเมกเกอร์ เกทลีโนวา วงเคลียร์ เด็กเลี้ยงควาย และออแกนิก เป็นการร่วมสร้างสรรค์งานเพลงที่เป็นการผสมผสานเสน่ห์ของทั้งสองแนวดนตรีเข้าด้วยกัน เกิดเป็นปรากฏการณ์ทางดนตรีรูปแบบใหม่ ที่ทำให้ผู้ฟังเพลงได้แลกเปลี่ยนความชอบ และเปิดรับฟังดนตรีในแนวที่หลากหลายมากขึ้น สร้างมิติใหม่ของการฟังเพลง และอาจยังเป็นการเพิ่มกลุ่มคนฟังให้มากขึ้นด้วย

ยูทูปประเทศไทย ประกาศผลสถิติโอดอนิยมบนยูทูปประจำปี พ.ศ. 2562 หรือ YouTube Rewind 2019 ที่ได้ จัดลำดับความนิยมเป็นประจำทุกปี ซึ่งพบว่า 10 อันดับวิดีโอโอดอนิยมบนยูทูป ในหมวดเพลงดังประจำปี พ.ศ. 2562 เพลงลูกทุ่งยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในปีก็คือ เพลงลูกทุ่งยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดย 6 ใน 10 ของวิดีโอเพลงโอดอนิยมเป็นวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่ส่วนหนึ่งมีเนื้อร้องเป็นภาษาท้องถิ่นผสมผสานได้อย่างลงตัว และในจำนวน 6 เพลงนั้น พบว่า เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานหรือเพลงที่มีการผสมผสานภาษาอีสานในเพลงมากถึง 3 เพลงด้วยกัน โดยมีรายชื่อวิดีโอเพลงโอดอนิยมทั้ง 10 อันดับบนยูทูปในหมวดเพลงดัง (จัดอันดับ ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562) ดังนี้ 1. เพลงเลิกคุยทั้งอำเภอเพื่อเธอคนเดียว - ลิลลี่ ได้หมดถ้าสดชื่น Feat.แก้ว เกริกพล 2. เพลงชอบแบบนี้-หนามแดง สะแบงบิน 3. เพลงขอบใจเคื้อศาล สานศิลป์ 4. เพลงอยู่บ่ได้ เต๋ย อภิวัฒน์ 5. เพลงกรรม-ป้าง นครินทร์

6. YOUNGOHM-ธารารัตน์ (Thararat) 7. PURE-ทางผ่าน (Passenger) 8. เพลงปี่ (จน) ปั่น - [เอ มหาหิงค์] feat.บัว กมลทิพย์ 9. เพลง โสคจริงหรือเปล่า-วงแถมมะริน Feat.ก๊วง นนทिया และ 10 เพลงง้อ (วาว)- KT Long Flowing (ผู้จัดการออนไลน์, 2562ก)

สมยศ ชัยรัตน์ กรรมการผู้จัดการของบริษัท แจ่มจรัส จำกัด เอเจนซีด้านการตลาด ส่วนภูธร (Phutorn Marketing) ในเครือ YDM Thailand ได้ให้ข้อมูลเชิงลึกถึงกำลังซื้อของคนไทย ใน 4 ภาค ว่าอย่างภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้ที่สูงถึง 307,000 ล้านบาท โดยกำลังซื้อดังกล่าวมาจากจำนวนประชากร 84% ของประชากร ทั่วประเทศที่ 65 ล้านคน แบ่งเป็นภาคอีสาน 21 ล้านคน รองลงมาคือ ภาคกลาง 17 ล้านคน ภาคเหนือ 11 ล้านคน และภาคใต้ 9 ล้านคน ตามลำดับ อำนาจด้านการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับฤดูกาล การใช้สื่อดิจิทัลอย่างแพลตฟอร์มยูทูปของคนในภาคเหนือ กลาง อีสาน ใต้ จึงเป็นไปได้เพื่อคลายเครียดถึง 80% แถมยังใช้ฟังเพลงมากไม่แพ้กันที่ 74% เอเจนซีผลิตขึ้นนั้นอิงจากข้อมูลของคนเมืองเป็นหลัก แต่เมื่อสื่อดิจิทัลเริ่มเข้าถึงคนต่างจังหวัดได้มากขึ้น ก็จะพบว่า เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด นั่นคือ คนต่างจังหวัดยังเสพคอนเทนต์ทั่วไปได้ตามปกติ แต่ในขณะที่เดียวกันก็จะเลือกเสพคอนเทนต์ที่ผลิตขึ้นเฉพาะท้องถิ่นมากขึ้นด้วย เห็นได้ชัดจากศิลปินลูกทุ่งที่โด่งดังในภูมิภาคต่าง ๆ จะมียอดการรับชมบนแพลตฟอร์มยูทูปที่สูงมาก เช่น แฉ็ก ชุมแพ ก้อง ห้วยไร่ ซึ่งพฤติกรรมชมคอนเทนต์ในลักษณะนี้ พบได้น้อยมากในกลุ่มคนเมือง เพราะฉะนั้นจากข้อมูลข้างต้นของสมยศ จึงย้ำให้มั่นใจได้ว่า เพลงฮิตในปัจจุบันของเมืองไทยได้มีดัชนี ชีววัดไปสู่ช่องทางโซเชียลมีเดียอย่างเต็ม 100% ถึงวันนี้มีวิสิกวิดีโอหรือบทเพลงหนึ่งต้องทำให้ได้ถึง 100 ล้านวิวในยูทูปขึ้นไป จึงจะการันตีหรือบอกได้ว่าเป็นเพลงยอดนิยมหรือเพลงฮิต ต่ำกว่านั้นถือว่าเป็นบทเพลงพอรู้จัก ที่สำคัญมีวิสิกวิดีโอหรือบทเพลงในยูทูปเหล่านี้ต้องเขียนคำบรรยายภาษาไทย เพราะร้องเป็นภาษาสำเนียงท้องถิ่นและเริ่มนิยมจากท้องถิ่นหรือจังหวัดนั้น ๆ ภาคอีสานที่มีประชากรมากที่สุดและมีการเคลื่อนย้ายประชากรสูงสุดจึงเป็นภาพสะท้อนที่ดีในระดับเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุตสาหกรรมและธุรกิจเพลงไทยร่วมสมัย แล้วขยายสู่ระดับภูมิภาคเข้าส่วนกลางคือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่มีแรงงานจากต่างจังหวัดอพยพเข้ามาเป็นประชากรแฝงทำงานเป็นจำนวนมาก ก่อนขยายไปสู่ระดับยอดนิยมทั่วประเทศ (พรเทพ เสง, 2562, น. 13-14)

ปรากฏการณ์ทางสังคมดังที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ชัดว่า สิ่งนี้คือความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการสื่อสารของกระแสความเป็นท้องถิ่นอีสานที่กำลังได้รับความนิยม และในบริบทนี้คือความเปลี่ยนแปลงของเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์ของคนอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่กำลังได้รับความนิยมในสังคมนั่นเอง เพราะเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นไม่ใช่เพียงแค่สื่อที่ให้นันทนาการเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นพื้นที่ในการช่วงชิงความหมายในการนิยามความเป็นตัวตน

และผู้คิดอัตลักษณ์ของกลุ่มย่อยต่าง ๆ ในสังคมไว้ด้วย และสิ่งที่แตกต่างจากความโด่งดังของเพลงอีสานในอดีตคือ เพลงเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพลงอีสานเพื่อคนอีสานเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป หากแต่เป็นเพลงลูกทุ่งอีสานสไตล์ใหม่ที่ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงและฟังได้ และโดยเฉพาะมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีทั้งภาพและเสียง เปรียบเสมือนห้องทดลองที่ได้สร้างหรือฉายภาพความหมายและอัตลักษณ์แบบใหม่ของคนอีสานนำเสนอผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอได้อย่างเข้มข้นด้วยนั่นเอง

ด้วยความน่าสนใจของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่าอีสาน ในวันนี้ก็ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบและ “เสิร์ฟด้วยหีบห่อใหม่ ๆ” ที่สอดคล้องกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี “วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน” ถูกหีบห่อรวมกับท้องถิ่นอื่น ๆ ด้วยความลื่นไหลอย่างน่าสนใจ พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น เป็นพื้นที่ของโลกแห่งสัญลักษณ์ที่มีการเข้ารหัส หรือประกอบสร้างความหมายบางอย่างลงไป รวมทั้งความหมายและอัตลักษณ์ของคนอีสานเข้าไปด้วย สิ่งที่น่าสนใจต่อการศึกษาครั้งนี้คือ แล้วมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้จะประกอบสร้าง หรือเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสาน (แบบใหม่) ผ่านองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานไว้อย่างไร อะไรบ้างที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานประกอบสร้างขึ้น และอะไรบ้างที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานไม่ได้สร้างหรือนำเสนอเกี่ยวกับความเป็นอีสาน จึงนำมาสู่งานวิจัยครั้งนี้ที่ผู้วิจัยพยายามหาคำตอบว่า ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 จะมีการเข้ารหัสความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่อย่างไร และในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้น จะมีกระบวนการสร้างความหมายและการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านภาษาและองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอไว้อย่างไรบ้าง และปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้น

ทำไมต้องศึกษาการเข้ารหัสความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ (Encoding) และการถอดรหัสความหมาย (Decoding) ของผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

จากปรากฏการณ์ความนิยมของเพลงลูกทุ่งอีสานในช่วงดังกล่าวที่นำเสนอไปแล้วนั้น ทำให้เห็นว่า การสื่อสารความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปแล้วนั้น คือ สิ่งที่กำลังสื่อสารอย่างเข้มข้นของความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ภายใต้พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ยิ่งกระแสโลกและเทคโนโลยีพัฒนาขึ้นมากเท่าไร เพลงลูกทุ่งอีสานก็นำวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามาผสมผสาน และปรับโฉมหน้ามากยิ่งขึ้นเช่นกัน เมื่อมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเปรียบเสมือนเป็น “ตัวบทที่เปิด

(open text) ที่ถูกสร้างสรรค์รูปร่างหน้าตาและเป็นพื้นที่ในการสื่อสารความหมายและผูกติดเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสานสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคม เพราะฉะนั้นการศึกษาเพียงตัวบท (text) ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงไม่เพียงพอต่อการศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าว แต่ต้องศึกษาขั้นตอนการตีความของ “ผู้รับสาร” หรือคนฟังเพลงด้วยว่าจะตีความความหมายเหล่านั้นอย่างไร เพราะการศึกษาตัวบท (text) ตามทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศาสตร์ (Cultural Studies) นั้นสนใจศึกษาขั้นตอนการตีความของ “ผู้รับสาร” (audience) ว่าสร้างความหมายขึ้นมาได้อย่างไร ผู้รับสารตีความอย่างไร และทำไมจึงเข้าใจอย่างนั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) เนื่องจากในกระบวนการสื่อสารนั้น “ตัวบท” มิได้มีความหมายเพียงหนึ่งเดียวที่ถูกผลิตแล้วส่งไปยังผู้รับสารโดยตรง หากแต่ว่า “ผู้รับสาร” จะทำการถอดรหัส และตีความหมายตัวบทจากสื่อตามบริบทและประสบการณ์ของผู้รับสาร โดยผู้รับสารที่มีประสบการณ์ภูมิหลังชีวิตที่แตกต่างกันจะมีการตีความตัวบทต่างกันด้วย โดยสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2540, น. 32) ได้เสนอแนวคิดเรื่อง “การเข้ารหัสและถอดรหัส” (Encoding/Decoding) โดยฮอลล์มีจุดยืนว่า ระบบรหัส (Code System) ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสการสื่อสารชุดเดียวกันเสมอไป มีเหตุผลมากมายที่จะทำให้รหัสในการส่งความหมายและการถอดรหัสระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ตรงกัน ไม่สอดคล้องกัน จนถึงขั้นขัดแย้งกัน เช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ ระดับการศึกษา อาชีพ เพศ ชนชั้น อุดมการณ์ ฯลฯ

ข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมกรฟังเพลงของคนไทย ผลการสำรวจจากไนน์เอ็นเตอร์เทน และศูนย์สำรวจความคิดเห็นนิต้าโพล เจาะลึก “พฤติกรรมกรฟังเพลงของคนไทย ปี พ.ศ. 2560” โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชน จำนวน 1,250 คน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 62.95 ชอบฟังเพลงแนวเพลงลูกทุ่ง หมอลำ และเพลงพื้นบ้าน รองลงมาร้อยละ 29.76 ชอบฟังเพลงแนวเพื่อชีวิต ส่วนคนที่ชอบฟังเพลงป๊อปมีจำนวนร้อยละ 26.56 เพลงร็อกมีจำนวนคนฟัง ร้อยละ 17.04 และมีประชาชนที่ชอบฟังเพลงแนวลูกกรุงร้อยละ 15.76 ส่วนอีกร้อยละ 8.80 ชอบฟังเพลงแนวคลาสสิก ส่วนคนที่ชอบเพลงแจ๊ซมีอยู่ร้อยละ 7.12 และเพลงเร็พฮิปฮอปร้อยละ 4.56 ในขณะที่สไตล์โซล ฟังก์โซล อาร์แอนด์บี มีคนชอบฟังร้อยละ 4.48 และอีกร้อยละ 4.32 ระบุว่าชอบเพลงแนว Electronic music/EDM Dance/Techno /Trance ส่วนแนวเร็กเก้ และลาตินมีอยู่ร้อยละ 2.72 และชอบเพลงบลูจ๊อร้อยละ 2.48



ภาพที่ 1.1 ผลการสำรวจไนน์เอ็นเตอร์เทนและนิต้าโพล “เจาะลึกพฤติกรรมการฟังเพลงของคนไทยปี พ.ศ. 2560”

ที่มา: <https://nineentertain.mcot.net/nine-entertain-104404>

จากข้อมูลการสำรวจเบื้องต้นจะเห็นได้ว่า เพลงลูกทุ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพลงลูกทุ่งอีสาน เพลงหมอลำ เพลงพื้นบ้าน ได้รับความนิยมในสังคมไทยจากกลุ่มผู้ฟัง โดยภาพรวมในพื้นที่ของวงการเพลงลูกทุ่งของประเทศไทยช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2562 ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปแล้วนั้น จึงเป็นโจทย์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมาย (Decoding) ของผู้รับสาร เพื่อจะศึกษาว่า คนฟังเพลงลูกทุ่งอีสานจะมีการถอดรหัสความหมายของอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านการรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 อย่างไรบ้าง และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น โดยผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัส (Encoding) และการถอดรหัสความหมาย (Decoding) ของโดยสจวร์ต ฮอลล์ มาเป็นกรอบการอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว

โดยฮอลล์ แบ่งแผนการถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสารเป็น 3 รูปแบบ คือ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 666)

การถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา หรือที่เรียกว่า preferred reading

□ การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต้องต่อรองความหมายเสียใหม่ ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง หรือที่เรียกว่า negotiated reading

□ การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา หรือที่เรียกว่า oppositional reading

จุดยืนในการตีความทั้งสามแบบนี้ เกิดขึ้นตลอดเวลาในทุกเวทีของการสื่อสาร เพียงแต่ว่าสัดส่วนของแต่ละจุดยืนจะมากน้อยต่างกันเพียงไรเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่า จุดยืนของฮอลล์ คือ การให้ความสำคัญกับผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายไม่ได้ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้ส่งสารเพียงเท่านั้น หากแต่ได้ถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนของผู้รับสารด้วย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 666) เช่นเดียวกับความสนใจในการศึกษาการสื่อสาร ความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการเข้ารหัส (Encoding) เพื่อศึกษาการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน และอีกด้านหนึ่งคือสนใจแบบแผนการถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสารด้วยนั่นเอง

จะเห็นได้ว่า ปรากฏการณ์ทางสังคมข้างต้นนั้นเป็นประเด็นเกี่ยวกับกระแสท้องถิ่นนิยมของวัฒนธรรมอีสานที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประเภทเพลงลูกทุ่งอีสาน เป็นทศนะที่มองท้องถิ่นอีสานในฐานะฐาน (local-based) กล่าวคือ การมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น ซึ่งท้องถิ่นอีสานในวันนี้สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ท้องถิ่นอีสานเองจึงมีอาจถือได้ว่าเป็นท้องถิ่นบริสุทธ์ แต่เป็นท้องถิ่นที่รวมโลกาภิวัตน์ (globalization) สากลนิยม (globalism) และทุนนิยมโลกเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้ท้องถิ่นอีสานในวันนี้มีหน้าตาและความหมายลื่นไหลเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง จึงนำมาสู่ความสนใจในประเด็นการศึกษาการสื่อสารการเข้ารหัสความหมายอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ ภายใต้บริบทความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์และกระแสท้องถิ่นนิยมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้า ความหมายและอัตลักษณ์ของคนอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 และอีกด้านหนึ่งสนใจการถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสาร อันหมายถึง ผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ซึ่งเป็นผู้รับสารที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน มีการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ ความเข้าใจในอีสานเป็นอย่างดีว่าจะมีการถอดรหัสความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานเปลี่ยนแปลงหรือแตกต่างจากเดิมหรือไม่ อย่างไร และเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น และนำทั้งสองส่วนมาอภิปรายและหาข้อสรุปถึงอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน และการศึกษาปรากฏการณ์ท้องถิ่นอีสานในครั้งนี้ก็นำไปสู่ข้อค้นพบในการรื้อสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้คนในสังคมได้ การฉายภาพและการบรรจุ

ความหมายอัตลักษณ์แบบใหม่ของคนอีสาน ไม่ได้ลอยขึ้นมาจากสุญญากาศ หากแต่ว่ามีชุดความคิดเบื้องหลัง หรือพื้นที่แห่งปฏิบัติการทางอุดมการณ์ และอาจเป็นอำนาจชุดใหม่ที่ถูกสร้างขึ้น ในการสื่อสารความหมายของอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วย นั่นเอง จึงนำมาสู่หัวข้อการวิจัยครั้งนี้ในชื่อ “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่”

1.2 ปัญหาวิจัย

1. การเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่อย่างไร
2. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พ.ศ. 2558-2562 มีการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่อย่างไร
3. ผู้รับสารที่อยู่ในวัฒนธรรมอีสานมีแบบแผนการถอดรหัสความหมายของอัตลักษณ์อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พ.ศ. 2558-2562
3. เพื่อศึกษาแบบแผนการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสารที่อยู่ในวัฒนธรรมอีสาน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

- การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาในกระบวนการสื่อสาร 3 ส่วน กล่าวคือ 1.บริบท (context) 2. ตัวบท (text) และ 3. ผู้รับสาร (audience) ซึ่งได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้
1. บริบท (context) หมายถึง การศึกษาบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาและค้นคว้าจากงานวิจัย หนังสือ ตำรา เอกสารรายงาน ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ข้อมูลเป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. **ตัวบท (text)** หมายถึง การศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูป ในปี พ.ศ. 2558-2562 เท่านั้น โดยในการวิจัยครั้งนี้ศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานทั้งหมด 30 มิวสิกวิดีโอ และจะต้องเป็นมิวสิกวิดีโอที่มีทั้งเส้นร้องและเส้นเรื่อง หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไม่จำกัดค่ายเพลง

3. **ผู้รับสาร (audience)** หมายถึง การศึกษาผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 จำนวน 16 คน โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2523- 2540 จำนวน 8 คน โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มนั้น จะต้องมีคุณสมบัติร่วมกัน ดังนี้

1. มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้
2. มีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

1.5 นิยามศัพท์

เพลงลูกทุ่งอีสาน หมายถึง แนวเพลงลูกทุ่งที่มีท่วงทำนองอีสานทั้งหมดหรือท่วงทำนองอีสานผสมกับท่วงทำนองเพลงแนวอื่น เป็นเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีคำร้องภาษาอีสานทั้งหมดหรือภาษาอื่นผสม หรือเพลงลูกทุ่งที่มีเนื้อหาทั้งหมดหรือบางส่วนที่นำเสนอเกี่ยวกับอีสาน โดยครั้งนี้ขอบเขตเพลงลูกทุ่งอีสาน จะหมายถึง มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน หมายถึง เรื่องราวประกอบเพลง หนึ่งตอนจบ หรืออาจมีมากกว่าหนึ่งตอน มิวสิกวิดีโอเพลงมีทั้งการนำเสนอตัวศิลปินหรือเรื่องราวคล้ายละคร หรือนำเสนอทั้งศิลปินและเรื่องราวคล้ายละครควบคู่กันไป เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาของเพลง โดยครั้งนี้ขอบเขตมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในการศึกษาครั้งนี้ คือ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 เท่านั้น โดยจะศึกษาทั้งในส่วนของเนื้อร้อง และส่วนของภาพที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

อัตลักษณ์อีสานใหม่ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของวัฒนธรรมอีสานในด้านต่าง ๆ ที่มีลักษณะไม่หยุดนิ่งตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมเป็นตัวกำหนดสร้าง เป็นทศนะที่มองท้องถิ่นอีสานในฐานะฐาน (local-based) กล่าวคือ การมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น ท้องถิ่นอีสานที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น เป็นท้องถิ่นอีสานที่ไม่บริสุทธ์ เพราะเป็นท้องถิ่นที่รวมโลกาภิวัตน์ (gobalization) สากกลนิยม (globalism) และทุนนิยมโลกเข้าไว้ด้วย ซึ่งในขอบเขตในงานวิจัยครั้งนี้จะหมายถึง การนำเสนอวัฒนธรรมของ

ท้องถิ่นอีสานที่มีลักษณะเฉพาะ และการรวมวัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่นที่ถ่ายทอดผ่านมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ในองค์ประกอบด้านต่าง ๆ 4 ด้าน กล่าวคือ ภาษา ดนตรี อาหาร และประเพณี

ท้องถิ่นอีสาน หมายถึง ทักษะการมองเรื่องท้องถิ่น โดยใช้การศึกษาของจิรวุฒิ เสนาคำ (2547) ซึ่งอธิบายแนวคิดที่ว่า ท้องถิ่นสามารถจำแนกได้สองแนว คือ ท้องถิ่นผูกมัด (local-bound) และท้องถิ่นในฐานะฐาน (local-based) โดยที่แนวคิดท้องถิ่นผูกมัดมองท้องถิ่นคล้ายกล่องบรรจุ (local as Container) และการเมืองวัฒนธรรมและภูมิปัญญา คือ สิ่งที่ถูกบรรจุหรือถูกขังไว้ภายในกล่อง ไม่ได้รับผลกระทบจากสิ่งที่อยู่นอกกล่อง และมองการเมืองวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในฐานะที่เป็นของท้องถิ่นมีความบริสุทธิ์ ไม่ปนเปื้อน แต่แนวคิดท้องถิ่นในฐานะฐานมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่นท้องถิ่นที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ถูกแทรก เชื่อม ทับพาด และพาดทับท้องถิ่นอื่นและส่วนอื่นของโลก สิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นมิใช่ของท้องถิ่นโดยสมบูรณ์ เป็นเอกเทศและเบ็ดเสร็จ โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นทักษะที่มองท้องถิ่นอีสานในฐานะฐาน (local-based) กล่าวคือ การมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น ท้องถิ่นอีสานที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น

บริบทอีสาน หมายถึง ข้อมูลบริบทที่แวดล้อมในมิติต่าง ๆ ทั้ง ประวัติศาสตร์ พัฒนาการของสังคมอีสาน บริบททางการเมือง สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีการสื่อสาร กระแสโลกาภิวัตน์ และท้องถิ่นนิยม ความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ที่อาจเป็นตัวแทนหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อตัวของอัตลักษณ์อีสาน (แบบใหม่) ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามลักษณะด้านต่าง ๆ ของภาคอีสานที่สอดคล้องกับการศึกษาด้วยท ได้แก่ ภาษาอีสาน ดนตรีอีสาน อาหารอีสาน รวมทั้งประเพณีของคนอีสาน และมิติทางวัฒนธรรมอีสานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอีสาน

การสร้างอัตลักษณ์อีสาน หมายถึง การประกอบสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยผู้วิจัยได้ศึกษางานของสิริชญา คอนกรีต (2556) เป็นพื้นฐานในการศึกษาถึงเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสานพลัดถิ่น (identity marker) ผ่านการนำเสนอในเพลงลูกทุ่งพบว่า เพลงลูกทุ่งใช้ ภาษา อาหาร ดนตรี ประเพณี เทศกาล และอาชีพ เป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสาน ผู้วิจัยจึงนำเกณฑ์ที่พบนี้มาเป็นพื้นฐานและต่อยอดในการสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์การสร้าง ความหมายและอัตลักษณ์อีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่จะศึกษาในครั้งนี้ โดยอาศัยเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสาน 4 องค์ประกอบที่พบในมิวสิกวิดีโอ ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

2. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

3. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

4. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

การรื้อสร้าง (Deconstruction) หมายถึง การตีความหมายโดยใช้ระบบสัญญาะ และเป็นวิธีการอ่านตีความจากตัวบท (Text) มากกว่าการแสวงหาความจริงจากตัวบท การรื้อสร้างทำให้เห็นความหมายที่ถูกซ่อนไว้ ทำให้ค้นพบความหมายอื่น ๆ แสวงหารายละเอียด หรือเป็นการหาความหมายของความหมาย เผยให้เห็นความขัดแย้งหรือข้อขัดแย้งและความไม่สอดคล้องกันในตัวบทของโครงสร้างเดิม เป็นการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์วิจารณ์จากผลลัพธ์ไปหาต้นของเหตุผล ในการศึกษาครั้งนี้ การรื้อสร้าง จะหมายถึง การรื้อฟื้นการตีความหมายของอีสานจากตัวบท จากเดิมที่อีสานอาจมักถูกกล่าวหาว่า ล้าหลัง ค่อยพัฒนา แต่การศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ครั้งนี้อาจค้นพบความหมายของอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่

ผู้รับสารในวัฒนธรรม หมายถึง ผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523- 2540 จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 16 คน โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มนั้น จะต้องมิคุณสมบัติร่วมกันคือ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสานแต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ และมีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

แบบแผนการถอดรหัส หมายถึง การตีความหมายและถอดรหัสการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การยอมรับ (Preferred reading) หมายถึง การถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา

2. การต่อรอง (Negotiated reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรองความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง

3. การปฏิเสธ (Oppositional reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ปฏิเสธการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานความหมายต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

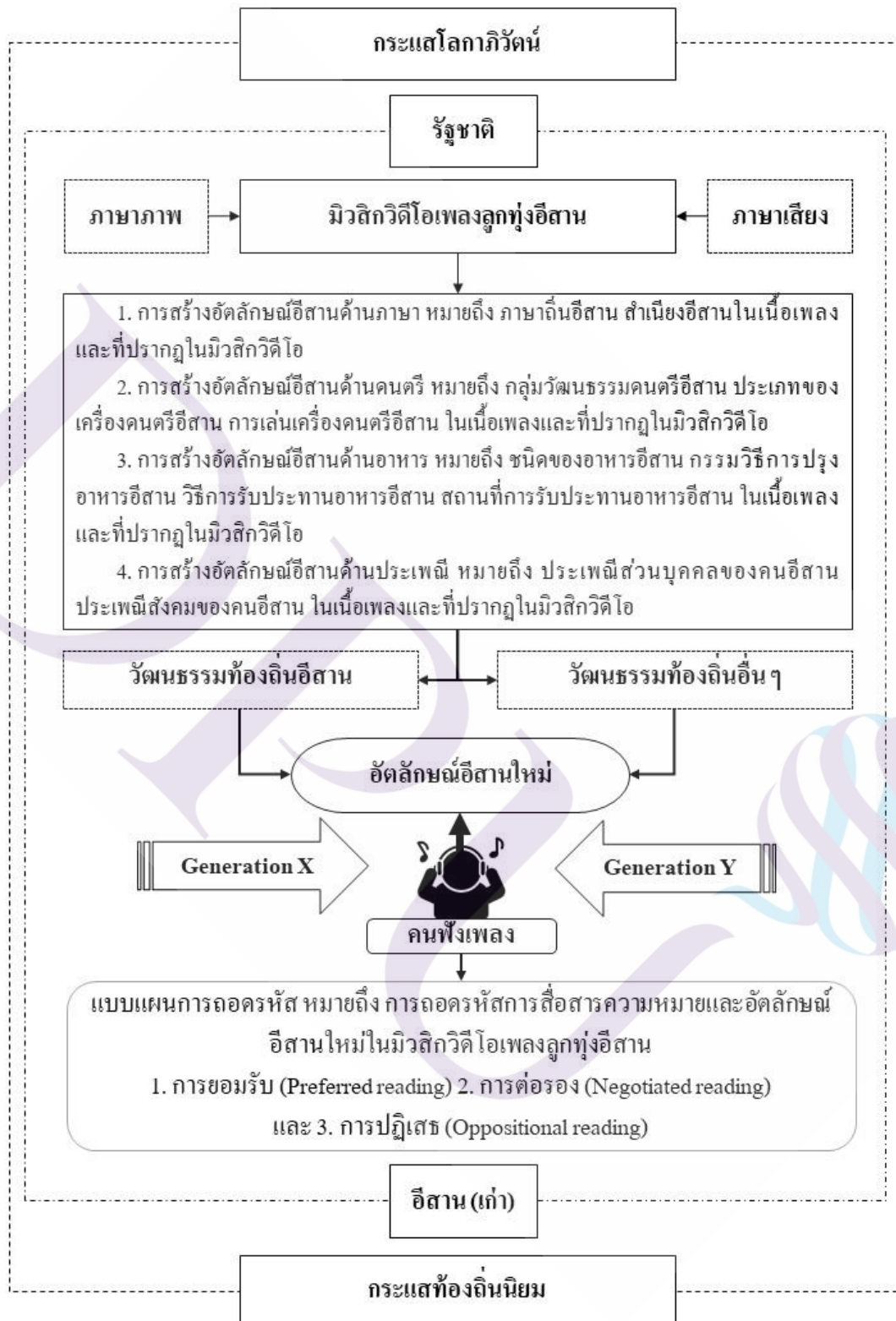
1. งานวิจัยชิ้นนี้ทำให้ได้องค์ความรู้ด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสานทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผสมผสานทางวัฒนธรรมอีสานกับวัฒนธรรมโลก รวมทั้งทำให้ทราบถึงอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่อยู่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้น

2. งานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้เป็นประโยชน์แก่อุตสาหกรรมเพลงลูกทุ่งในการสร้างศิลปินในการดึงอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นขึ้นมาเพื่อจับกลุ่มคนฟังเพลงได้ หรือการนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยมาเป็นจุดขายให้กับศิลปิน

3. งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการนำเสนอมุมมองเรื่องอีสานผ่านสื่อมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีผลต่อการรับรู้ความเป็นจริงเกี่ยวกับอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปได้และเป็นประโยชน์สำหรับค่ายเพลงลูกทุ่งเพื่อจะศึกษาแนวโน้มความสนใจของกลุ่มผู้รับสารในเรื่องเพลงลูกทุ่งได้

4. ผลจากการศึกษานี้จะช่วยเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นอีสานเอาไว้ได้ ให้ผู้คนเห็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของคนอีสานเป็นการสร้างพื้นที่ที่แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านสื่อบทเพลงลูกทุ่งให้เป็นที่ประจักษ์แก่คนต่างวัฒนธรรม

1.7 กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบความคิดในการศึกษาและอธิบายปรากฏการณ์ดังนี้

- 2.1 แนวคิดอัตลักษณ์และแนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม
 - 2.1.1 แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity)
 - 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม (Localism)
 - 2.1.3 แนวคิดการผสมผสานความเป็น โลกกับความเป็นท้องถิ่น (Glocalization)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งและแนวคิดเรื่องมิวสิกวิดีโอ
 - 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง
 - 2.2.2 แนวคิดเรื่องมิวสิกวิดีโอ (Music Video)
- 2.3 แนวคิดด้านการเข้ารหัสและการถอดรหัสของ สจ๊วต ฮอลส์
- 2.4 แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis)
 - 2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษาภาพและภาษาเสียง
 - 2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับสัญวิทยา (Semiology)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพลงลูกทุ่งอีสาน
 - 2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์อีสาน

2.1 แนวคิดอัตลักษณ์และแนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม

2.1.1 แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity)

ในทางมานุษยวิทยา แนวคิดอัตลักษณ์ (Identity) คือ จิตสำนึกส่วนตัว และจิตสำนึกส่วนร่วมในระดับสังคมที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่าตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่นหรือสังคมอื่นอย่างไร และจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก แคทเธอริน ู้ดวาร์ด (Kathryn Woodward) กล่าวถึง “การได้มา / การสร้างอัตลักษณ์”

(identification) ซึ่งเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่นักทฤษฎีแนวหลังสมัยใหม่กล่าวถึงมากกว่าเพียงการให้นิยามของคำว่าอัตลักษณ์ โดยพิจารณาว่าทฤษฎีที่กำกับอัตลักษณ์ อัตลักษณ์จึงเป็นชุดของคุณค่าความหมายแบบหนึ่งที่ได้มาจากการสร้างหรือต่อสู้ และเป็นกระบวนการที่ไม่รู้จบ โดยมีระบบสัญลักษณ์ที่เราเลือกบริบทเพื่อการสร้างแสดงอัตลักษณ์ (สิริขญา คอนกรีต, 2556, น. 62)

มโนทัศน์เรื่องอัตลักษณ์ (Identity) มักถูกกล่าวถึงควบคู่ไปกับมโนทัศน์เรื่องอำนาจการนิยามความหมาย หรือการสร้างภาพตัวแทน (Representation) ทำให้ความหมายของ Identity เปลี่ยนจาก “เอกลักษณ์” ซึ่งหมายถึง “คุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่ง ที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมา หรือแตกต่างจากสิ่งอื่น” มาสู่คำว่า “อัตลักษณ์” ในปัจจุบัน ซึ่งสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความรวดเร็ว หลากหลาย และซับซ้อนมากขึ้น (สิริขญา คอนกรีต, 2556, น. 61-62)

ด้วยเหตุนี้ การจะนิยามความหมายให้กับอัตลักษณ์ (Identity) จึงจำเป็นอย่างมากที่จะต้องเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีความเจริญก้าวหน้าส่งผลต่อรูปแบบในการดำเนินชีวิตประจำวัน จนทำให้เกิดการทบทวนความรู้สึกที่ตัวเรามีต่อตนเอง ดังนั้น สิ่งต่าง ๆ ที่เคยนิยามหรือให้คุณค่าเกี่ยวกับอัตลักษณ์ย่อมเกิดความไม่แน่นอน และเหตุนี้ นักสังคมศาสตร์ทั้งหลายจึงมีการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการเกิดนิยามอัตลักษณ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ทั้งสิ้น (ศรีขญา กิตติวัฒน์โชติ, 2557, น. 8)

Cooley (อ้างถึงใน อภิญาญา เฟื่องฟูสกุล, 2546, น. 25) เชื่อว่า สังคมและปัจเจกบุคคลเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ สังคมเกิดจากการผสมผสานของตัวตนเชิงจิต (mental selves) ของคนหลาย ๆ คนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเราเองพัฒนาขึ้นมาจากปฏิกิริยาของเราต่อความเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตัวเรา เขาเรียก “ตัวตน” ที่เกิดจากกระบวนการนี้ว่า “ตัวตนในกระจกเงา” (the looking glass self) มันประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของเราที่เรามีต่อตนเอง และจินตนาการเกี่ยวกับการตัดสินของผู้อื่นต่อภาพลักษณ์นั้น ตลอดจนปฏิกิริยาและความรู้สึกต่าง ๆ ของเราต่อจินตนาการดังกล่าว ซึ่งหลอมรวมกันก่อนเป็นความรู้สึกบางอย่างที่เรามีต่อตนเอง

อัตลักษณ์ คือ การตอบคำถามว่า “ฉันคือใคร” และอาจตามมาด้วยชุดคำถามที่ว่า “ฉันเป็นใครในสายตาผู้อื่น” “ฉันแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร” ฯลฯ โดยทั้งหมดถือเป็นการกำหนดตำแหน่ง (position) ที่เรารู้สึกทางสังคม ซึ่งเกิดจากการที่เรามีปฏิสัมพันธ์ มีการสื่อสารกับตนเอง บุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบ โดยอัตลักษณ์นั้นอาจจะเกิดขึ้นได้ทั้งจากการที่เราให้คำนิยามตนเองหรือคนอื่นให้คำนิยาม ซึ่งการที่เรามองตนเองอย่างไรก็กับการที่คนอื่นมองเราอย่างไรนั้นอาจ

ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องเสมอกัน ไปก็ได้ (Woodward, 2000 อ้างถึงใน จารุณี สุวรรณรัมย์, 2547, น. 15)

ทั้งนี้ อัตลักษณ์จะถูกสร้างและก่อตัวขึ้นมา โดยผ่านการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ซึ่งในบุคคลหนึ่ง ๆ จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลนั้นยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้น ก็หมายถึงบุคคลนั้นได้ทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง และกำหนดตำแหน่งทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้เกิดความแตกต่างและความหลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์ โดยที่ตัวเราก็มมีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเองด้วยเช่นกัน (สุกัญญา บุญแล, 2552, น. 29)

สอดคล้องกับสิ่งที่ Woodward อธิบายไว้ว่า อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่กำหนดทางเดินให้เรา เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าใครเป็นพวกเดียวกับเรา แต่ส่วนใหญ่แล้ว อัตลักษณ์จะถูกกำหนดโดย ความแตกต่าง ซึ่งอาจมองเห็นได้ในลักษณะของการแบ่งแยกออกจากกัน เช่น อัตลักษณ์ในรูปแบบของความแตกต่างระหว่างชนชาติหรือความขัดแย้งด้านความเชื่อ เป็นต้น (อ้างถึงใน นันดา วีรวิทยานุกูล, 2544, น. 280) ดังนั้น อัตลักษณ์จึงไม่ได้อยู่ตรงข้ามแต่ขึ้นอยู่กับความแตกต่าง (depend on difference) ในความสัมพันธ์ทางสังคมนั้น รูปแบบของความแตกต่างทางสัญชัญและสังคมถูกจัดตั้งขึ้นอย่างน้อยในส่วนที่ผ่านปฏิบัติการของสิ่งที่ถูกเรียกว่า ระบบการแบ่งประเภท (classificatory systems) โดยระบบการแบ่งประเภทใช้หลักของความแตกต่างต่อประชากร ตัวอย่างเช่น วิธีที่สามารถแบ่งพวกเขา และลักษณะพิเศษของพวกเขาออกเป็นอย่างน้อย 2 กลุ่มที่ตรงข้ามกัน เช่น พวกเรา-พวกเขา ตนเอง-คนอื่น (อ้างถึงใน เรื่องฟ้า นูราคร, 2550, น. 33)

อัตลักษณ์ (identity) หมายถึง สิ่งที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งหนึ่งที่ทำให้โดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น ซึ่งอัตลักษณ์เป็นปริมณฑลที่เชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจกบุคคลกับสังคม สังคมเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบ เช่น คุณค่าที่ติดมากับความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี ภรรยา ความเป็นศิษย์อาจารย์ อัตลักษณ์แบ่งออกเป็นสองระดับคือ อัตลักษณ์บุคคล (personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (social identity) เมื่อตั้งคำถามว่า อัตลักษณ์ของคนคนหนึ่งคืออะไรนั้น จะตอบจากสองมุมมองคือ คำตอบของบุคคลนั้นนิยามตนเอง และคำตอบจากผู้อื่นที่นิยามบุคคลนั้น โดยอาศัยเกณฑ์ความเหมือนและความต่างการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ ซึ่งคำตอบที่ได้ อาจมีมากกว่าหนึ่งรูปแบบ เพราะในตัวบุคคลหนึ่งนั้นมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์อย่างเป็นกระบวนการและเต็มไปด้วยความหลากหลายภายใต้บริบทที่แตกต่างกันไป (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546, น. 1-6) ซึ่งอัตลักษณ์ก็มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารดังที่ A. De Fina, 2011 (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ 2555, น. 50-51) กล่าวไว้ว่า มนุษย์เรานั้นนอกจากจะแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดข่าวสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกันแล้ว มนุษย์เรายังสื่อสารโดยมี

เป้าหมายที่จะบอกว่า “เราคือใคร” เราเป็นคนชนชาติอะไร เพศอะไร วัยอะไร เป็นต้น และในขณะที่เราใช้การสื่อสารเพื่อบอกคนอื่น เราเป็นใคร เราก็กังใช้การสื่อสารเพื่อบอกคนอื่นเพิ่มเติมอีกว่า “เขาเป็นใคร” และท้ายที่สุดก็สื่อสารเพื่อบอกว่า “เราเหมือนหรือต่างกับเขาอย่างไร”

อัตลักษณ์ของคนเรา ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวเรามาแต่กำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากสังคมในภายหลัง และการจะนิยามตัวตนว่าเราเป็นใครได้นั้น จะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อเราเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสารกับบุคคลอื่น ด้วยเหตุนี้ ด้านหนึ่งของอัตลักษณ์จึงเป็นปฏิสัมพันธ์ที่เราารู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกันกับคนอื่น (self-ascription) และอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นเดียวกับเราด้วย (ascription by others) ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นตัวกำหนดขอบเขตว่า เราเป็นใคร เราเหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร มีใครเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกันกับเราบ้าง เราควรมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร และคนอื่น ๆ ควรจะสานสัมพันธ์กับเราอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 686)

อัตลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อมีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในสังคมและภายในตัวบุคคลเอง ในแต่ละบุคคลอาจมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย แต่จะมีการเลือกเอาเพียงอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งที่ตนยอมรับเพื่อนำมาใช้ภายใต้เงื่อนไขบริบทของเวลาและพื้นที่และอัตลักษณ์นี้อาจถูกกำหนดได้ทั้งจากบุคคลเป็นผู้กำหนดตนเองหรือถูกกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลโดยสังคมก็ได้ การกำหนดอัตลักษณ์นี้เกิดขึ้นบนกระบวนการคิดเกี่ยวกับระบบของความแตกต่าง ระบบของความหลากหลาย และการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ที่จะสร้างขึ้นนั้นมีความเชื่อมโยงกับสังคมอย่างไร (สุกัญญา บุญแล, 2552, น. 28)

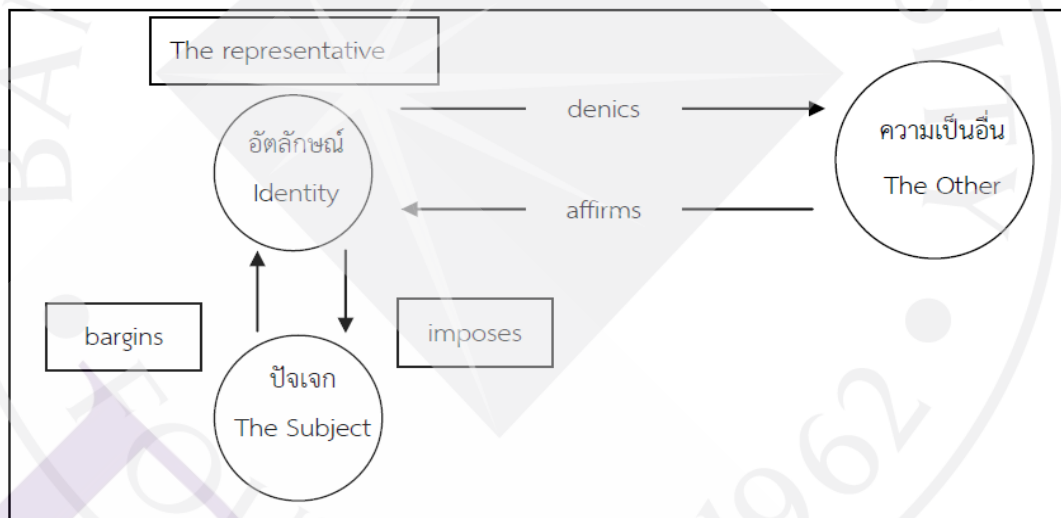
อัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมักจะก่อรูปขึ้นเมื่อเผชิญหน้ากับคนอื่นที่มีความแตกต่างออกไป ความเป็นตัวตนอาจถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผูกพัน สำหรับ Hall (1996 อ้างถึงใน เปรมปรีดา ปราโมช ณ อยุธยา, 2546, น. 72) อัตลักษณ์คือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้วาทกรรม ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมคือ การกระทำของอำนาจ ปฏิบัติการของการคิดกันได้ปรับเปลี่ยนให้บุคคลไหลลื่นไปตามวาทกรรม

กระบวนการหนึ่งที่คนเราก่อรูป “ตัวตน” หรือประกอบสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมานั้น อาจดูได้จากกิจกรรมการบริโภค (consumption) ในชีวิตประจำวันของผู้คน เช่น การแต่งกาย การกินอยู่ การดื่ม การพูดภาษา การสร้างบุคลิกภาพ การใช้เวลาว่าง การเรียนหนังสือ การเล่นกีฬา การดูหนังฟังเพลง ไปจนถึงรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างหลากหลาย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 686)

การก่อรูปและการปรากฏตัวของอัตลักษณ์ มีเนื้อหามากจากจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการการนิยามว่า ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น และสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออก ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว โดยสามารถแสดงผ่านสื่อ สัญญะต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลครอบงำภายในสังคมนั้น ๆ เช่น ภาษา ศาสนา เครื่องแต่งกาย และการบริโภค ทำให้อัตลักษณ์กลายเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทอย่างไม่รู้จบ และเป็นคุณสมบัติที่สร้างขึ้นตามสถานการณ์เฉพาะหน้า (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล , 2546) อัตลักษณ์ถูกสร้างและถูกก่อตัวขึ้นมา โดยผ่านการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ซึ่งในบุคคลหนึ่ง ๆ ก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลนั้นยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้น ก็หมายถึงบุคคลนั้นได้ทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง และกำหนดตำแหน่งในทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้เกิดความแตกต่างและความหลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์ โดยที่ตัวเราก็มมีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเองด้วยเช่นกัน

ดังนั้น กระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์ (process of identity construction) จึงเป็นความพยายามของผู้คนในสังคมที่ต้องการจะแสวงหาพื้นที่ทางสังคม และการแสดงออกทางวัฒนธรรม เพื่อเรียกร้องสิทธิในการดำรงอยู่อย่างแตกต่างและอย่างมีความเสมอภาคกับกลุ่มชนอื่น ปัจจุบันการศึกษาอัตลักษณ์จึงเปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยมองว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ตายตัว ไม่แปรเปลี่ยน เป็นสิ่งที่ดำเนินไปอย่างมั่นคงควบคู่ไปกับการดำรงชีวิต มาสู่แนวคิดว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับบริบทเวลาและสถานที่ เป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามสภาพการณ์รอบข้างและแง่มุมที่หลากหลาย เช่น ชนชั้น ฐานะทางสังคม เพศ สถานะ เพศสรีระ อายุ และอุดมการณ์ทางการเมือง (สิริชญา คอนกรีต, 2556)

เบเกอร์ (Barker, 2000 อ้างถึงใน พจมาน นิตยไใหม่, 2551, น. 9-10) กล่าวว่าไว้ว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่เรื่องที่ดีติดตัวมากับธรรมชาติ แต่หากเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นตลอดจนการสั่งสมผลผลิตจากวาทกรรม ซึ่งอัตลักษณ์จะมีคุณสมบัติสำคัญ 2 ประการ คือ มิมีติ (Dimensions) และมีพลวัต (Dynamic) ที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ โดยสอดคล้องกับ ฮอลล์ (Hall อ้างใน Barker, 2000, p. 178) ได้อธิบายเพิ่มว่า ลักษณะเฉพาะบุคคลของคนแต่ละคนเกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบวาทกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น คนเราจึงสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่หลากหลายได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยที่องค์ประกอบของวาทกรรมนั้นไม่มีความจำเป็นที่ต้องเชื่อมต่อกันเสมอไป เช่น ความดี หากอยู่ในบริบทของวาทกรรมชาตินิยมก็จะเชื่อมต่อการไม่หลีกเลี่ยงการเสียภาษี แต่ถ้ามาอยู่ในบริบทวาทกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชนก็จะเชื่อมต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น ทั้งนี้สามารถจำลองลักษณะสำคัญของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ปัจเจกตามภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจเจกภาพ

ที่มา : อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

จากภาพอธิบายได้ว่า ความเป็นตัวเรามีลักษณะคล้ายเหรียญที่มีสองด้านทับซ้อนกันอยู่ วาทกรรมจะหยิบยื่นภาพตัวแทนมาให้ (Representative) เช่น ความเป็นผู้นำองค์กรธุรกิจ อัตลักษณ์เหล่านี้จะหล่อหลอมตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมที่เป็นสิ่งการันตีประสบการณ์ “ความเป็นตัวเรา” ในแง่มุมต่าง ๆ ที่ผู้นำองค์กรธุรกิจควรมี แต่ในอีกด้านหนึ่งการสวมรับบทบาทหรือต่อรองปฏิบัติบทบาทต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นการสร้างตำแหน่งแห่งที่ของบุคคลหรือตัวตนขึ้นมาภายใต้วาทกรรม

ด้วยเหตุนี้ การเปลี่ยนแปลงไปมาของอัตลักษณ์ในปัจจุบันก็คือ กระบวนการที่ปัจเจกหรือบุคคลใช้ต่อรอง ตั้งคำถาม หรือปฏิเสธตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมที่ถูกกำหนดให้ โดยการสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาแทน และการขับเคลื่อนของกระบวนการเหล่านี้ย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการต่อต้านที่หลากหลายมากขึ้น โดยมีอิทธิพลจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และบทบาทของการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ที่เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันกระบวนการสร้างตัวตนของบุคคลที่สำคัญ ทั้งนี้ อิทธิพลของเทคโนโลยีต่าง ๆ ถือเป็นวิวัฒนาการที่เข้ามาพร้อม ๆ กับกระแสความคิดหลังยุคสมัยใหม่ ทำให้มีนักทฤษฎีหลังยุคสมัยใหม่ ได้กล่าวว่า การที่รับเอาความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม เศรษฐกิจต่าง ๆ ที่กำลังเป็นรูปแบบของการแทรกซึมของทุนนิยม สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการเชื่อมโยง

กันแบบเนื้อเดียวกัน เป็นการสื่อสารข้ามโลก ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ นี้จะเน้นย้ำการแตกกระจาย ออกเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อยทางวัฒนธรรมเพิ่มยิ่งขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในมิติของประสบการณ์ที่เกี่ยวกับพื้นที่ เวลา และความเป็นตัวตน ตลอดจนวัฒนธรรมในแง่ของการให้มุมมองความหมาย การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ และภาวะทางจิตใจตามมา (สลักโถม สุพงษ์ศร, 2549, น. 14-15)

นอกจากนี้ อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546, น. 77) อธิบายว่า การไม่อาจหยุดนิ่งตายตัวของ อัตลักษณ์จึงหมายถึง กระบวนการที่ปัจเจกต้องรองรับคำถาม หรือปฏิเสธตำแหน่งแห่งที่ทางสังคมที่ ถูกยึดเหนี่ยวมาให้การปฏิเสธอาจไม่จำเป็นต้องหมายถึงการต่อต้านตรง ๆ หรือสร้างอัตลักษณ์ตรงข้ามขึ้นมา บางทีมันเป็นการ “เล่น” กับจิตจำกัดที่ถูกตีกรอบไว้ให้ โดยพลิกสร้างนัยยะของความหมายใหม่ขึ้นมาแทน

จะเห็นได้ว่า ความเป็นพลวัตของอัตลักษณ์สามารถแปรเปลี่ยนได้ตามบริบทของสังคม และตัวแปรอื่น ๆ ทั้งเทคโนโลยี การเมือง ประเพณี วัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เข้ามาผสมผสาน ไม่ว่าจะเกิดจากการนิยามอัตลักษณ์โดยคนในวัฒนธรรมเองหรือ โดยผู้อื่นก็ตาม การสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวของวัฒนธรรมต่าง ๆ หมุนเวียนเปลี่ยนภาพกันอยู่ทุกวินาที จากเดิมที่สื่อมวลชนเป็นผู้หยิบยกประเด็นอัตลักษณ์ขึ้นมาถ่ายทอด แต่ในปัจจุบันผู้รับสารก็สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อได้ด้วยตัวเอง การสร้างเนื้อหาเองได้นั้นถือเป็นอำนาจในการสร้างสรรค์ที่มีผลต่อการสร้างหรือกำหนดอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมาด้วยเช่นกัน เช่นเดียวกับเพลงลูกทุ่งอีสาน และโดยเฉพาะการสื่อสารผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่นับวันกลับได้รับความสนใจมากขึ้นจากผู้คนในสังคม ยิ่งเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ในการสื่อสารความหมายหรือการสร้างอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ที่นำเสนอผ่านสื่อบทเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยนั่นเอง

การศึกษาเรื่องมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ ผู้วิจัย จึงนำแนวคิดอัตลักษณ์มาเป็นกรอบการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในการสื่อสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสาน เพื่อศึกษาตัวตนของคนอีสานว่าจะมีกระบวนการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างไรบ้าง และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น โดยผู้วิจัยได้ศึกษางานของสิริขญา คอนกรีต (2556) ในการศึกษาถึงเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสานพลัดถิ่น (identity marker) ผ่านการนำเสนอผ่านเพลงลูกทุ่ง พบว่า เพลงลูกทุ่งใช้ ภาษา อาหาร คนตรี ประเพณี เทศกาล และอาชีพ เป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสาน ผู้วิจัยจึงนำเกณฑ์ที่พบนี้มาเป็นพื้นฐาน และต่อยอดในการสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่จะศึกษาในครั้งนี้ โดยอาศัยเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่าน 4 องค์ประกอบที่พบในมิวสิกวิดีโอ ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
2. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
3. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่รับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
4. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

นอกจากนี้ เกณฑ์การวิเคราะห์ความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่าน 4 องค์ประกอบ จะนำมาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การถอดรหัสทั้ง 4 ด้าน ของการศึกษาคถาถอดรหัสความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ของผู้รับสารจากการรับชมในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม (Localism)

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ท้องถิ่น” คนทั่วไปมักจะหมายถึง พื้นที่ในชุมชนใดชุมชนหนึ่ง โดยเฉพาะ และชุมชนดังกล่าวมีการจัดโครงสร้างระบบการปกครองอย่างเป็นทางการ เช่น หน่วยการปกครองท้องถิ่นต่าง ๆ และพื้นที่ที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชน ซึ่งหากพิจารณาให้ดีแล้ว ความหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของท้องถิ่นใน 2 ลักษณะดังต่อไปนี้ (1) ท้องถิ่นในลักษณะของพื้นที่ของชุมชนที่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนบนพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ซึ่งปฏิสัมพันธ์ไม่เกิดขึ้นเพียงเฉพาะคนในชุมชนเท่านั้น หากแต่ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ด้วย ดังนั้น ท้องถิ่นในลักษณะนี้จึงยึดโยงคนในชุมชนให้มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ที่คนเหล่านั้นอาศัยอยู่ด้วย เช่น วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ที่ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลัก หรือชุมชนใดที่อาศัยอยู่ใกล้ทะเลก็จะถูกยึดโยงเข้ากับพื้นที่นั้นกลายเป็นวิถีชีวิตแบบชาวประมง เป็นต้น และ (2) เป็นลักษณะที่เป็นผลพวงมาจากประการแรก กล่าวคือ เมื่อคนกับพื้นที่มีความสัมพันธ์กันจนกลายเป็นวิถีชีวิตอย่างหนึ่งแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการจัดระบบความสัมพันธ์ดังกล่าวให้เป็นระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์ในการอาศัยอยู่ร่วมกัน ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ร่วมกัน และรวมไปถึงการพัฒนาพื้นที่ของตนให้มีความเจริญและเป็นที่อยู่อาศัยของคนในชุมชนได้ต่อไป เพื่อให้การจัดระเบียบดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและให้คนในชุมชนหรือพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการบริหารพัฒนาชุมชนหรือพื้นที่ของตน จำเป็นต้องมีการจัดระบบการปกครอง ซึ่งในที่นี้ก็คือ “หน่วยการปกครองท้องถิ่น” นั่นเอง ดังนั้น

ท้องถิ่นในลักษณะที่ 2 ก็คือ การปกครองท้องถิ่นที่มีอยู่ควบคู่ไปกับ “ชุมชนท้องถิ่น” (โกวิทย์ พวงงาม, 2553, น. 28-31 อ้างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554, น. 25-26)

ท้องถิ่นนิยม หมายถึง แนวคิดและปฏิบัติการทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และ วัฒนธรรมใด ๆ ที่ยึดเอาท้องถิ่นเป็นจุดเริ่มต้นและหน่วยสำคัญในการวิเคราะห์ ในความหมายอย่าง กว้างขวางของท้องถิ่นนิยมนั้น มนุษย์ทุกคนในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมต่างก็มีพันธะผูกพัน ความทรงจำ จินตนาการ ประสบการณ์ชีวิต และนิยามเกี่ยวกับพื้นที่หรือถิ่นที่เฉพาะเป็นของตนเอง มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพและความสามารถสื่อสารและนำเสนออัตลักษณ์และความเป็นท้องถิ่นของตนเองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เรื่องเล่า บันทึก การแสดง ฯลฯ (พัฒนา กิติอาษา, 2549, น. 106)

ท้องถิ่น (local) เมื่อพิจารณาในฐานะที่เป็น “กระแสท้องถิ่นภวัตน์” (localization) เป็น กระแสของชุมชนท้องถิ่นที่มีรากฐานทางทรัพยากร ภูมิปัญญา พัฒนาการและประวัติศาสตร์การ ดำรงอยู่ของตนเอง ขณะเดียวกันก็เป็นท้องถิ่นที่ไม่หยุดนิ่งตายตัว เป็นท้องถิ่นที่เต็มไปด้วยความ แตกต่างหลากหลาย สลับซับซ้อน นอกจากนี้ ท้องถิ่นยังเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเองทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรมและภูมิโนเวศ รวมทั้งเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับภูมิภาค ชาติ นานาชาติ และ โลก อย่างแยกกันไม่ออก เราจึงไม่อาจจะตัดขาดกระแสท้องถิ่นภวัตน์ออกจากกระแสโลกาภวัตน์ ได้เลย เพราะทั้งสองกระแส คือ สองด้านของเหรียญเดียวกันที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด (พัฒนา กิติอาษา, 2546, น. 5)

ท้องถิ่นมีความหมายหลายอย่างสำหรับหลายคน ดังนั้น ท้องถิ่นจึงสามารถปรากฏอยู่ใน รูปลักษณะที่หลากหลาย เช่น ชุมชนท้องถิ่น กลุ่มหรือองค์กรทางสังคม ภาพลักษณ์ สินค้า อุดมการณ์ หรือแม้กระทั่งวาทกรรม รูปแบบการตั้งถิ่นฐานที่อยู่ติดกับถิ่นที่อยู่ทางกายภาพเป็นเพียงท้องถิ่น รูปแบบหนึ่ง เช่น บางคู้้งน้ำ คุ่มบ้าน หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค ฯลฯ ท้องถิ่นเหล่านี้เป็น ท้องถิ่นในความหมายดั้งเดิมที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคย และรับรู้กันอย่างกว้างขวางมาก่อนเท่านั้นเอง (พัฒนา กิติอาษา, 2546, น. 7)

ท้องถิ่นไม่ว่าจะหมายถึงหน่วยทางสังคมวัฒนธรรมหรือท้องที่ใด ๆ บนพื้นผิวโลกมี ความเหมือนกันอยู่อย่างหนึ่งก็คือ เป็นชุมทางวาทกรรม (juncture of discourses) ที่เป็นผลผลิตของ ปฏิสัมพันธ์และพลวัตระหว่างผู้คนในท้องถิ่นกับธรรมชาติรอบตัว ระหว่างคนในท้องถิ่นด้วยกัน เองและระหว่างคนในท้องถิ่นกับสังคมเพื่อนบ้านและสังคมภายนอก โดยเฉพาะรัฐตัวแทนของ ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมและกระแสโลกาภวัตน์ (พัฒนา กิติอาษา, 2546, น. 5-6)

อย่างไรก็ตาม ท้องถิ่นไม่ใช่เป็นสังคมที่ถูกปิดตายจากโลกภายนอก ในทางตรงกันข้าม ท้องถิ่นต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับโลกมาโดยตลอด ชุมชนท้องถิ่นไทยจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกอย่าง

ไม่อาจจะปฏิเสธได้ ท้องถิ่นนิยมจึงเป็นเรื่องของกระบวนการยื่นหยัดต่อสู้ บุรณะ พื้นฟู อัตลักษณ์ และอิสรภาพของชุมชนท้องถิ่น (พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น. 3)

นอกจากนี้ ท้องถิ่นและท้องถิ่นนิยมมักจะได้รับการนำเสนอโดยการจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งที่ตรงข้ามหรือเปรียบเทียบกับโลกและโลกาภิวัตน์ เป็นผลให้ท้องถิ่นนิยมในการรับรู้ของสาธารณชนและวงวิชาการออกมาในลักษณะที่ว่า ท้องถิ่นย่อมตกอยู่ใต้อิทธิพลการครอบงำของกระแสโลกหรือท้องถิ่นมักจะถูกแยกขาดจากกระแสโลก การรับรู้แบบเหมารวมดังกล่าวเป็นมายาคติและความเข้าใจความจริงเพียงบางด้าน เพราะในความเป็นจริง กระแสโลกหรือกระแสโลกาภิวัตน์เป็นเพียงนามธรรม ไม่มีโลกถ้าเราไม่นับรวมท้องถิ่นเฉพาะ ท้องถิ่นหรือพื้นที่เฉพาะเท่านั้นที่เป็นที่อยู่และที่ยืนให้กับกระแสโลก ดังนั้น ท้องถิ่นกับโลก ท้องถิ่นนิยมกับโลกาภิวัตน์จึงควรได้รับการพิจารณาในฐานะที่เป็นองค์รวม เป็นส่วนหนึ่งของกันและกัน การลบล้างมายาคติโลกาภิวัตน์อาจเป็นไปได้หากเราให้คุณค่าและเน้นความสำคัญกับท้องถิ่นเพิ่มขึ้น พิจารณาท้องถิ่นในฐานะที่เป็นหน่วยทางสังคมกระแสแนวคิด และสำหรับท้องถิ่นนิยมในทฤษฎีสายสกุลหลังทันสมัยนิยม (modernism) นั้น ท้องถิ่นไม่ใช่เป้าหมายและไม่ใช่หัวใจสำคัญ แต่เป็นเสมือนองค์ประกอบส่วนย่อยของสังคมในระดับมหภาคเท่านั้น จนกระทั่งทฤษฎีสายสกุลหลังทันสมัยนิยม (postmodernism) ได้จุดประกายและสนับสนุนกระแสท้องถิ่นนิยม นักทฤษฎีกลุ่มนี้นำเสนอด้วยความหมายที่เกิดจากการสื่อสารและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมใด ๆ ย่อมประกอบด้วยลักษณะสำคัญดังนี้ (1) มีความหลากหลายมิติอยู่ในตัวเอง (multidimensional aspect) (2) ความหมายไม่ได้จำกัดด้วยโครงสร้างที่ตายตัวแบบความคิดขานของสิ่งตรงข้าม (aims at deconstructing binary oppositions) (3) ผู้ส่งสาร เช่น ผู้พูด ผู้เขียน หรือผู้กำกับการแสดง ไม่ได้มีอำนาจอิทธิพลในการสร้างความหมาย แต่เป็นผู้รับสาร เช่น ผู้ฟัง ผู้อ่าน ผู้ชม ซึ่งมีความสามารถโอกาส และเงื่อนไขที่จะเข้าถึงและตีความเนื้อหาหรือความหมายหลายอย่างของผู้ส่งสารไม่ได้คิดถึงหรือเตรียมไว้เลย (unperceived by the author) ในแง่นี้ อำนาจของผู้เขียนย่อมอยู่ในตำแหน่งที่ถูกลดทอนอำนาจลงและถูกตรวจสอบตามไปด้วย และ (4) ผู้รับสารประเภทต่าง ๆ เช่น ผู้ฟัง ผู้อ่าน ผู้ชม เป็นผู้มิตบบาทสำคัญในการทำความจริงให้ปรากฏ ทำสิ่งที่ไม่ได้ถูกกล่าวถึงให้ปรากฏ ทำสิ่งที่คุณส่งสารจงใจซุกซ่อนให้ปรากฏ (make the not accessible to sight) (พัฒนา กิตติอาษา, 2546, น. 57-58)

นอกจากนี้ ทฤษฎีหลังทันสมัยนิยมยังให้ความสำคัญกับการเปิดพื้นที่ทางสังคม (social space) ให้ครอบคลุมการผุดบังเกิดขึ้นของท้องถิ่นหรือชุมชนแบบใหม่ รวมทั้งการให้พื้นที่กับปรากฏการณ์และความจริงแบบใหม่ โดยได้เชื่อมโยงเอาพันธะความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างคนกับถิ่นที่อยู่ในรูปแบบต่างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ ชาตินิยม รวมทั้งความหมาย

ในทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของสถานที่เข้าไปในการวิเคราะห์กระแสท้องถิ่นนิยมด้วย (พัฒนา กิติอาษา, 2546, น. 66)

ทฤษฎีหลังสมัยนิยมจะให้ความสำคัญกับการนำเสนอผลการศึกษาของตนในลักษณะที่เปิดโอกาสให้ความหมาย ประเด็นปัญหา จากและตัวละครพูดคุย สนทนา ตอบโต้กันเอง โดยการเปิดโอกาสให้คนและท้องถิ่นมีสิทธิในการพูดและนำเสนอเสียงที่แท้จริงของตนเองมากขึ้น เพิ่มเติมในเรื่องอารมณ์ความรู้สึก มิติด้านสุนทรียภาพและศิลปะให้หลากหลายมากขึ้น จับประเด็นทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่และไม่ซ้ำกับธรรมเนียมปฏิบัติในวงวิชาการมานำเสนอ เช่น ความทรงจำ (memory) เรื่องเล่า (narrative) อัตลักษณ์ (identity) การเดินทาง (travel) วัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) รูปแบบต่าง ๆ ขณะเดียวกัน คนอ่านหรือผู้ชมก็จะมีโอกาสในการรับฟังตีความหมาย และทำความเข้าใจได้ด้วยตนเองเพิ่มขึ้น (พัฒนา กิติอาษา, 2546, น. 67)

อีกทั้ง อัปป์ปาคูร์ย ได้มองท้องถิ่นที่อยู่ในกระแสของการเคลื่อนไหวและการข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมอย่างเข้มข้นในยุคโลกาภิวัตน์ในลักษณะของการท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น (translocalities) โดยท้องถิ่นเป็นพื้นที่ที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ถูกแทรกเชื่อมทับพาดและพาดทับท้องถิ่นอื่นและส่วนอื่นของโลก สิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นจึงไม่ใช่ของท้องถิ่นโดยสมบูรณ์ ทั้งภูมิปัญญา การเมืองและวัฒนธรรม แต่คือสิ่งที่ถูกแทรกและได้รับผลกระทบจากข้างนอก ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบไปสู่ข้างนอกเช่นกัน ซึ่งการศึกษาท้องถิ่นนิยมในที่นี้ไม่ได้เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งไปสู่อดีตอันงดงามและภูมิปัญญาที่สั่งสมมาในลักษณะของการเป็นสังคมปิด แต่เป็นการศึกษา ท้องถิ่นนิยมในฐานะที่ท้องถิ่นเป็นพื้นที่เปิดรับความขัดแย้ง มีการต่อสู้ ช่วงชิง และการประนีประนอมจากปัจจัยต่าง ๆ ของโลกที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ (ธนิกาญจน์ จินาพันธ์, 2552, น. 32)

โดยทัศนะการมองเรื่องท้องถิ่นนั้น จิรวุฒิ เสนาคำ (2547) ได้ตั้งข้อสังเกตจากการมองเรื่องพื้นที่ของอริฟ เดอร์ลิก ผู้เชี่ยวชาญจินตวิทยาในการมองเรื่องพื้นที่ที่นักวิชาการจำแนกได้สองแนวคือ กลุ่มแนวคิดพื้นที่ผูกมัด (place-bound) และกลุ่มแนวคิดพื้นที่ในฐานะฐาน (place-based) แม้พื้นที่กับท้องถิ่นอาจจะมีใช้สิ่งเดียวกัน แต่จิรวุฒิ ได้เสนอว่า แนวคิดว่าด้วยท้องถิ่นก็สามารถจำแนกได้สองแนวเช่นกัน คือ ท้องถิ่นผูกมัด (local-bound) และท้องถิ่นในฐานะฐาน (local-based) โดยที่แนวคิดท้องถิ่นผูกมัดมองท้องถิ่นคล้ายกล่องบรรจุ (local as Container) และการเมืองวัฒนธรรมและภูมิปัญญา คือ สิ่งที่ถูกบรรจุหรือถูกขังไว้ภายในกล่อง ไม่ได้รับผลกระทบจากสิ่งที่อยู่นอกกล่อง และมองการเมืองวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในฐานะที่เป็นของท้องถิ่นมีความบริสุทธิ์ไม่ปนเปื้อน แนวคิดนี้คือ ที่มาของสำนึกท้องถิ่นนิยมที่อันตราย แต่แนวคิดท้องถิ่นในฐานะฐานมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่นท้องถิ่นที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ถูกแทรก เชื่อม

ทับทิม และพาดทับท้องถิ่นอื่นและส่วนอื่นของโลก สิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นมิใช่ของท้องถิ่นโดยสมบูรณ์ เป็นเอกเทศและเบ็ดเสร็จ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นภูมิปัญญา การเมืองและวัฒนธรรม แต่คือสิ่งที่ถูกแทรกและได้รับผลกระทบจากข้างนอกและส่งผลกระทบต่อข้างนอก ท้องถิ่นจึงกลายเป็นท้องถิ่นในฐานะที่มิใช่ที่ฝังของภูมิปัญญาวัฒนธรรมการเมืองและผู้คนและเนื่องจากคนที่นั่งบนท้องถิ่นมิได้ถูกฝัง จึงไม่จำเป็นต้องสัมพันธ์หรือเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่นเพียงท้องถิ่นเดียวและพื้นที่เดียว ทั้งไม่ถูกรอบและจองจำไว้ด้วยความเป็นท้องถิ่น แนวคิดว่าด้วยท้องถิ่นของอัปปาคูร์ย จึงจัดอยู่ในกลุ่มที่สองและการมองความเป็นท้องถิ่นจากทัศนะของอัปปาคูร์ยอาจจะช่วยให้เราเข้าใจปรากฏการณ์ความเป็นท้องถิ่นในสังคมไทยได้ดีกว่าแนวคิดแรกซึ่งเพื่อฝันถึงอดีตที่ดีงามที่ไม่มีวันจะเจอ (nostalgia) ปัจจุบันท้องถิ่นของไทยเองก็มีอาจถือได้ว่าเป็นท้องถิ่นบริสุทธ์แต่เป็นท้องถิ่นที่รวม โลกาภิวัตน์ (globalization) สากลนิยม (globalism) และทุนนิยมโลกเข้าไว้ (จิรวุฒิสานาคำ, 2547, น. 105-106)

ปัจจัยสำคัญที่นำท้องถิ่นไปสัมพันธ์กับท้องถิ่นอื่น คือ เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการคมนาคม บทบาทของการรายงานข่าวสาร ทั้งจากสถานีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสร้างพื้นที่สาธารณะเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ภาพลักษณ์ของท้องถิ่นถูกสร้างขึ้นจากอิทธิพลของการสื่อสารเป็นสำคัญและภาพลักษณ์ของท้องถิ่น ทั้งที่เป็นการสร้างขึ้นเองและถูกสร้างขึ้นต่างสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรม ในฐานะที่ท้องถิ่นเป็นผู้กระทำและเป็นผู้ถูกกระทำจากปรากฏการณ์ของกระแสโลกาภิวัตน์ (ชนิกานุจน์ จินาพันธ์, 2552, น. 32-33)

กระแสท้องถิ่นได้รับความสนใจในหลายระลอกในสังคมไทย ตัวอย่างของพลังของท้องถิ่นที่เห็นได้ชัดเจนผ่านความบันเทิงที่นำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ในวงการเพลง นักร้องซูเปอร์สตาร์ขวัญใจมหาชนตลอดกาลอย่าง ชงไชย แมคอินไตย์ ที่ปลุกกระแสความเป็นท้องถิ่น กระแสสำนึกรักบ้านเกิด ให้กลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่งและแพร่หลายอย่างมากจากการออกอัลบั้มชุดที่ 12 ในชื่อชุดว่า ชุดรับแขก ในปลายปี พ.ศ. 2545 แม้เป็นยุคที่วงการเพลงไทยซบเซาเพราะได้รับผลกระทบจากเทปซีดีเถื่อน แต่หลังจากอัลบั้มชุดรับแขกออกมา ก็สร้างปรากฏการณ์สุดขยดให้กับวงการเพลงไทย ด้วยการสร้างรายได้มากกว่า 5 ล้านชุด ถือเป็น “อัลบั้มที่มียอดขายสูงสุดตลอดกาล” ของประเทศไทย (ผู้จัดการออนไลน์, 2562ข) ซึ่งในอัลบั้มชุดนี้ก็มิเพลงดังอย่างเพลง “แฟนจ๋า” โดยมีนักร้องลูกทุ่งอีสานชื่อดังอย่าง จินตหรา พูลลาภ มาร่วมร้องเพลงโดยใช้ภาษาอีสาน และนักร้องที่มีเรียที่เข้าร่วมร้องโดยใช้ภาษาถิ่นภาคใต้ รวมถึงแคทรียา อิงลิช ที่นำเอาภาษาเหนือมาร้องตอบโต้กัน จนทำให้เพลงนี้ประสบความสำเร็จอย่างมาก และ “เพลงมาทำไม” ที่เป็นเพลงคู่รักแนวด้วยการร้องกับจินตหรา พูลลาภ เป็นการพบกันระหว่างปี๊อบกับลูกทุ่ง

(หมอลำ) ที่มีคนนำดนตรีพื้นบ้านมาผสมผสานในบทเพลงอย่างลงตัว จนทำให้เพลงนี้โด่งดังแพร่หลายไปทั่วบ้านทั่วเมือง

กระแสท้องถิ่นในระลอกต่อมายังได้เฟื่องฟูต่อเนื่อง พลังของท้องถิ่นเริ่มเผยให้เห็นจากสิ่งต่าง ๆ ในสังคมทั้งในวงการกีฬา อย่างกีฬาฟุตบอล ก็เกิดกลุ่มแฟนคลับที่มาจากความร่วมมือของพลังท้องถิ่น สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับจังหวัดหรือพื้นที่นั้น ๆ ในนามสโมสรฟุตบอลต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด สโมสรชลบุรีเอฟซี สโมสรฟุตบอลจังหวัดเชียงใหม่เอฟซี สโมสรฟุตบอลพีทีประจวบ สโมสรฟุตบอลพีทีทีระยอง สโมสรฟุตบอลนครราชสีมาผาสุกเป็นต้น หรือแม้กระทั่งพลังของท้องถิ่นที่นำเสนอผ่านรายการเกมโชว์อย่างรายการกิกี้คู่สงคราม เพลงเงินล้าน ก็กำลังสื่อสารถึงพลังท้องถิ่นได้อย่างน่าสนใจ ยกตัวอย่างงานของพิมพ์ชญา พักเปี่ยม (2562) ในบทความเรื่อง รายการเกมโชว์กับพลังท้องถิ่นนิยมในประเทศไทย เป็นการศึกษาถึงปรากฏการณ์ท้องถิ่นนิยมในรายการเกมโชว์อย่างรายการกิกี้คู่สงคราม เพลงเงินล้าน ก็เป็นพื้นที่ของสื่อสารมวลชนระดับชาติ รายการโทรทัศน์ไม่เพียงแค่มีอิทธิพลในแง่ความบันเทิงสำหรับผู้ชม แต่หลังม่านมายนั้นเต็มไปด้วยการสื่อสารของพลังท้องถิ่นที่พยายามแสดงตัวตนให้คนทั่วไปได้รับรู้ถึงความสามัคคี ความรู้สึกร่วมของความเป็นท้องถิ่น และการรวมพลังเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

เช่นเดียวกันกับกระแสท้องถิ่นอีสานที่นำเสนอผ่านพื้นที่ของมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ก็เป็นการสื่อสารพลังของท้องถิ่นอีสานที่กำลังสื่อสารกับผู้คนในสังคม เพราะเพลงลูกทุ่งอีสานในวันนี้ไม่ได้เป็นเพียงสื่อบันเทิงเพื่อการพักผ่อนคลายความตึงเครียด หรือไว้ใช้พักผ่อนจิตใจเพียงอย่างเดียว หากแต่เพลงลูกทุ่งอีสานและโดยเฉพาะมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในวันนี้กำลังสื่อสารและสร้างความหมายอัตลักษณ์ใหม่ ๆ ของคนอีสานไว้ด้วย และมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในวันนี้ไม่เพียงสื่อสารกับคนอีสานอย่างเดียว แต่เป็นเพลงลูกทุ่งอีสานสไตล์ใหม่ที่สื่อสารกับคนฟังเพลงกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมอีกด้วย โดยในการศึกษาคั้งนี้ได้นำทฤษฎีที่มองท้องถิ่นอีสานในฐานะฐาน (local-based) กล่าวคือ การมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น ท้องถิ่นอีสานที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ถูกแทรก เชื่อม ทับพาด และพาดทับท้องถิ่นอื่นและส่วนอื่นของโลก สิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นอีสานมิใช่ของท้องถิ่น โดยสมบูรณ์ เป็นท้องถิ่นอีสานที่ไม่บริสุทธิ์ เพราะเป็นท้องถิ่นที่รวมโลกาภิวัตน์ (gobalization) สากลนิยม (globalism) และทุนนิยมโลกเข้าไว้ด้วย จึงทำให้หน้าตาและความหมายของความเป็นอีสานเปลี่ยนแปลง ลื่นไหลอย่างไม่หยุดนิ่ง

2.1.3 แนวคิดการผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่น (Glocalization)

“โลก” และ “ท้องถิ่น” เป็นคำคู่ขนาน กระแสทางวิชาการบ้างก็มองโลกาภิวัตน์ในแง่ดี บางกระแสก็มองว่า โลกาภิวัตน์มีอิทธิพลต่อการครอบงำความคิดของโลกให้เป็นหนึ่งเดียวกันทั้งหมด แต่มีกระแสที่โต้แย้งและต่อต้านโลกาภิวัตน์และได้หยิบยกเอาท้องถิ่นขึ้นมาเป็นตัวแทน

ของการต่อสู้ทางอุดมการณ์ จุดยืนในการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง “ความเป็นโลก” กับ “ความเป็นท้องถิ่น” (สมสุข หินวิมาน, 2548)

ท้องถิ่นนิยมไม่ได้มีความหมายครอบคลุมเฉพาะอาณาบริเวณในทางภูมิศาสตร์ เท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงการรวมกันเพราะเหตุอย่างอื่นด้วย อาทิ มีผลประโยชน์ร่วมกัน มีความสนใจร่วมกัน มีอารมณ์ร่วมกัน มีความรู้สึกเอื้ออาทรต่อกัน ท้องถิ่นในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นมากมาย และมีการจัดองค์กรได้เร็วกว่าท้องถิ่นแบบอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์ เช่น หอการค้าไทย ชุมชน ทางด้านวัฒนธรรม ฯลฯ ท้องถิ่นในลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้จะไม่ทำให้ชุมชนที่รวมตัวกันทางภูมิศาสตร์อ่อนแอลง แต่เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ จะกลับทำให้เข้มแข็งได้ เมื่อมีโลกาภิวัตน์ (globalization) มากขึ้น ความเป็นท้องถิ่นนิยม (localism) ก็มากขึ้นตามด้วย และใน โลกปัจจุบันต้องคิดถึงทั้งโลก แต่เวลาปฏิบัติการต้องปฏิบัติภายในบริบทของท้องถิ่น (Think globally, act locally) (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2539, น. 9-10)

กระแสโลกาภิวัตน์เชื่อมร้อยโลกทั้งโลกให้มาอยู่อย่างใกล้ชิดกัน การเสพวัฒนธรรมที่เหมือนกันทั่วโลก เราใช้การติดต่อสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล เราสามารถดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในเวลาเดียวกันได้ แม้จะอยู่ต่างเวลาและต่างพื้นที่กัน เราสามารถรับรู้ข่าวสารจากสำนักข่าว ที่มีเนื้อหาไปทางเดียวกันทั่วโลก การไหลบ่าของความเจริญจากโลกตะวันตกไปยังโลกด้อยพัฒนา ทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมขึ้น ก่อให้เกิดความล่มสลายของชนบท เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจน กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมโดยใช้วัฒนธรรมครอบงำความคิดของประเทศชายขอบ (พิมพ์ชญา พักเปี่ยม, 2562, น. 110)

สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบในด้านที่เป็นปฏิริยาของสิ่งที่เราเรียกว่าโลกาภิวัตน์ (globalization) คือ เดิมทีโลกาภิวัตน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางวัฒนธรรมมักถูกหมายความว่าจะทำให้วัฒนธรรมจะเป็นหนึ่งเดียวเหมือนกันทั่วโลก โดยมีใจกลางอยู่ที่ตะวันตกและขยายเข้ามา แต่มันก็ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ในขณะที่เดียวกันกลับเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกซึ่ง “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” กล่าวคือ พอคนรู้สึกว่าถูกกลืนด้วยกระแสโลก ก็อยากจะแสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นขึ้นมา เพราะฉะนั้นเราจึงพบว่า แทนที่จะเป็นวัฒนธรรมโลกเพียงหนึ่งเดียว แต่กลับกระตุ้นวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้นมาและหลายแห่งก็กลายเป็นการผสมผสานกัน เช่น จาก global + local กลายเป็น glocalization ขึ้นมา คือ โลกผสมผสานกับท้องถิ่น เช่น คุณต้องการที่จะแสดงออกตัวตนของคุณ แต่ในขณะที่เดียวกันมันก็มีกระแสโลกเข้ามาเกี่ยวกับ (อนุสรณ์ อุณโณ, 2558, อ้างถึงในสุทธาภรณ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา , 2558, น. 29)

การผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่น หรือ glocalization มาจากการผสม คำว่า global เข้ากับ local แต่เดิมนั้น glocalization ถูกภาครัฐกิจญี่ปุ่นหยิบยืมมาใช้ในความหมายว่า การมีทัศนาระดับโลกแต่ต้องนำมาประยุกต์ ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพของท้องถิ่นในโลกแห่งการ ผลิตภายใต้ระบบทุนนิยมเสรี ซึ่งมีทิศทางมุ่งสู่ตลาดโลกนั้น การนำแนวคิดการผสมผสานความเป็น โลกกับความเป็นท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ นอกจากจะให้ความสำคัญกับสภาวะแวดล้อมในแต่ละ ท้องที่ ซึ่งหมายรวมถึงคุณลักษณะเฉพาะอันแตกต่างของผู้บริโภคในแง่ของสังคม เชื้อชาติ เพศ และ ภูมิภาค ยังเชื่อมโยงถึงการก่อร่างของผู้บริโภค ที่นับวันจะยิ่งมีความแตกต่างกันมากยิ่งขึ้น (Robertson, 1995, p. 28 อ้างถึงใน พิทยา พลละพลีวัลย์, 2555, น. 26-27)

จากแนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม (Localism) และการผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็น ท้องถิ่น (Glocalization) สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการ สื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่ผู้วิจัยนำแนวคิดเหล่านี้มาเพื่อเป็นกรอบในการอธิบายเกี่ยวกับท้องถิ่น อีสาน กับการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่เป็นพื้นที่ที่ไม่ได้เป็นสังคมที่ถูกปิดตายจาก โลกภายนอก แต่ในทางตรงกันข้าม ท้องถิ่นอีสานก็ถูกปรับเปลี่ยนโฉมหน้าและต้องเกี่ยวข้องกับ สัมพันธ์และเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และ ระดับโลกมาโดยตลอด ชุมชนท้องถิ่นอีสานจึงเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกอย่างไม่อาจจะ ปฏิเสธได้ มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเองก็เป็นการผสมผสานทั้งความเป็นโลกและความเป็น ท้องถิ่นไว้ด้วยกัน จึงทำให้พื้นที่ของมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในฐานะผู้ส่งสารได้มีการสื่อสาร ความหมายและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอีสานแบบใหม่แบบไว้อย่างสนใจ และนอกเหนือจากกระแส โลกาภิวัตน์และกระแสท้องถิ่นนิยม ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ตัวแปรที่สำคัญที่อาจเข้ามามี บทบาทต่อการก่อร่างสร้างความหมายอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ผ่านพื้นที่มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสานนั้น ยังมีบริบทของความเป็นรัฐชาติ และกรอบความคิดของความเป็นอีสานแบบเก่า ที่อาจ ส่งผลต่อการปั้นแต่งโฉมหน้าของอัตลักษณ์อีสานใหม่อีกด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งและแนวคิดเรื่องรูปแบบมิวสิควิดีโอ

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง

เพลงลูกทุ่งเป็นเพลงไทยสากลแนวหนึ่งที่แพร่หลายและเป็นที่นิยมสนใจของคนใน สังคมไทยปัจจุบันอย่างกว้างขวาง และเมื่อครั้งที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติจัดงาน กิ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทยปี พ.ศ. 2532 เริ่มมีความสนใจสืบค้นประวัติความเป็นมาของบทเพลงกัน อย่างจริงจัง ได้มีการนับอายุเพลงลูกทุ่งกัน ขึ้นโดยถือว่า เพลงไอ้เจ้าสาวชาวไร่ ซึ่งเป็นผลงานการ ประพันธ์ของหม เวชกร ที่แต่งให้คำรณ สัมบุณณานนท์ ขับร้องประกอบละครวิทยุในปี พ.ศ. 2481

เป็นเพลงที่ออกกิลลาลักษณะของเพลงลูกทุ่งเพลงแรกในประวัติศาสตร์ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2532 อ้างถึงใน ศิริพร กรอบทอง, 2541, น. 1)

คำว่า “เพลงลูกทุ่ง” เกิดขึ้นโดย นายจ่าง รังสิกุล เป็นผู้ริเริ่มในระหว่างที่ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าฝ่าย จัดรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม โดยตั้งชื่อรายการว่า “เพลงลูกทุ่ง” มีนายประกอบ ไชยพัฒน์ เป็นผู้จัด ออกอากาศเมื่อ พ.ศ. 2507 เดือนละ 2 ครั้ง ทุกวันจันทร์ เว้นจันทร์ จนได้รับความนิยม และแทรกซึมไป ตามวงดนตรีต่าง ๆ เริ่มเรียกวงของตนเองว่า วงดนตรีลูกทุ่ง และนักร้องนิยมเรียกตัวเองว่า นักร้องเพลงลูกทุ่ง และในช่วงเวลาต่อมามีภาพยนตร์ต่างประเทศชื่อ Your Cheating Heart ซึ่งเป็นภาพยนตร์ชีวประวัติของ แสงก์ วิลเลียมส์ (Hank Williams) นักร้องแนวชนบทชาวอเมริกัน และมีผู้ตั้งชื่อภาพยนตร์เรื่องนี้ว่า เพลงลูกทุ่ง ซึ่งทำให้คำว่า เพลงลูกทุ่งติดหูคนฟัง และมีความรู้สึกว่ามีหมายถึง เพลงที่ร้องง่าย ๆ ฟังสบาย ๆ เนื้อหาท่วงทำนอง ชวนให้นึกถึงบรรยากาศทุ่งนาป่าเขา ตั้งแต่นั้นมาคำว่า “เพลงลูกทุ่ง” จึงเป็นที่รู้จักแพร่หลายกันทั่วไป (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2551)

การตีความเรื่องกำเนิดของเพลงลูกทุ่งยังมีความเห็นแตกต่างกันอยู่บ้าง กาญจนาคพันธ์ เขียนไว้ในหนังสือเรื่องของละครและเพลงว่า “หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แล้ว มหรสพต่าง ๆ ก็เริ่มฟื้นตัวขึ้นเกิดเพลงแบบใหม่เรียกกันว่า เพลงลูกทุ่ง ตั้งเป็นวงดนตรีแบบสากล” ส่วนพยงค์ มุกดา เห็นว่าเรื่อง แผลเก่า ของไม้เมืองเดิม มีเพลงขวัญของเรียม ซึ่งพรานมูรต์แต่งขึ้นใน พ.ศ. 2482 น่าจะถือเป็นแม่บทของเพลงลูกทุ่งได้ เพราะมีลูกเอื้อน ลูกขัด และสาระเนื้อหาแบบเพลงลูกทุ่ง และราว พ.ศ. 2498 ป.วรานนท์ นักจัดรายการวิทยุ ได้เรียกนักร้องประเภทเพลงชีวิต เช่น คำรณ สัมบุณณานนท์ สมยศ ทศนพันธ์ พยงค์ มุกดา สุรพล สมบัติเจริญ ว่าเป็น “นักร้องตลาด” เป็นเพลงตลาดเนื่องจากเข้าถึงผู้ฟังที่เป็นชาวบ้านทั่วไปได้ง่าย เนื้อหาเพลงมีความชัดเจน ส่วนอีกแนวหนึ่งเรียกว่า “เพลงผู้ดี” ซึ่งหมายถึง เพลงที่มีการแต่งอย่างไพเราะเพราะพริ้ง นักร้องแนวนี้ เช่น สุเทพ วงศ์กำแหง สวลี ผกาพันธุ์ เพลงไทยสากลจึงถูกแบ่งประเภทออกเป็นเพลงลูกทุ่ง และเพลงลูกกรุง แต่จะใช้หลักเกณฑ์ใดในการตัดสินนั้น มีผู้ให้ความเห็นว่า เป็นเพราะช่องว่างระหว่างวัฒนธรรมเมืองและชนบท เพลงลูกกรุงจึงได้รับความนิยมในหมู่ผู้มีการศึกษาของสังคมเมือง ส่วนเพลงลูกทุ่งมุ่งรับใช้ชาวชนบทเป็นส่วนมาก (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2551)

ต่อมาในงานประกวดแผ่นเสียงทองคำพระราชทานครั้งที่ 2 พ.ศ. 2509 ได้มีการกำหนดความหมายของเพลงประกวดประเภท ค. (ลูกทุ่งหรือพื้นเมือง) ไว้ว่า คือ เพลงที่มีลีลาการบรรเลงตลอดจนเนื้อร้อง ทำนองเพลงและการขับร้องเป็นไปในแนวเพลงพื้นบ้าน จะเป็นทำนองผสมหรือคัดแปลงมากจากทำนองเพลงไทยภาคต่าง ๆ ซึ่งเรียกเพลงประเภทนี้ว่า “ลูกทุ่ง” และเป็นความหมายที่ได้ใช้ต่อมาในการประกวดครั้งต่อ ๆ มาด้วย (ศิริพร กรอบทอง, 2541, น. 193)

เพลงลูกทุ่งมีลักษณะเด่นเฉพาะตัว ผู้วิจัยได้ศึกษาการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะของเพลงลูกทุ่งจากนักวิชาการหลายท่าน สามารถสรุปได้ดังนี้

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538, น. 94-109) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับลักษณะเด่นของเพลงลูกทุ่งว่า สาธารณะของเพลงลูกทุ่งเปรียบเสมือนข่าวสารที่คนเมืองส่งผ่านไปยังชาวชนบท ประกอบด้วย การผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท ลักษณะเนื้อร้องของเพลงลูกทุ่ง มีการกำหนดสถานการณ์จำเพาะ ซึ่งเป็นผลให้เพลงลูกทุ่งสามารถกล่าวถึงเหตุการณ์เฉพาะหน้าของสังคม และบ้านเมืองได้อย่างไม่ขัดเงิน นอกจากนี้เนื้อหาในเพลงลูกทุ่งบางเพลงยังสะท้อนให้เห็นโลกทัศน์แบบเก่า ๆ เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนเรื่องสองแ่งสองงาม เพลงลูกทุ่งก็นำมากล่าวได้อย่างมีปฏิภาณ เพลงลูกทุ่งในระยะแรก ๆ มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงในชนบทเกือบทั้งสิ้น ต่อมาเมื่อมีการสื่อสารคมนาคมขยายตัว รูปแบบและเนื้อหาในเพลงลูกทุ่งจึงเปลี่ยนแปลงไป โดยพยายามแสดงความทันสมัย เช่น เครื่องดนตรีในวงลูกทุ่ง เวที เครื่องเสียง แสง สี เสียง หางเครื่อง การแต่งกายนักร้อง และเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตในสังคมเมืองก็มีมากขึ้น

นอกจากนี้ สุจิตต์ วงษ์เทศ (2550, น. 32) กล่าวถึงที่มาของเพลงลูกทุ่งว่า ลักษณะของเพลงลูกทุ่งย่อมแสดงให้เห็นส่วนหนึ่งว่าคัดแปลงเอาลักษณะพื้นบ้านพื้นเมืองมาใช้กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ กลายเป็น “ศิลปะลูกทุ่ง” ที่มีได้เกิดจาก “ลูกทุ่ง” หรือ “ลูกกรุง” แต่เพียงด้านเดียว แต่เป็นการผสมผสานระหว่างชนบทกับเมืองไว้ด้วยกัน เพลงลูกทุ่งได้ทำหน้าที่ให้ความบันเทิงกับสมาชิกในสังคมได้กว้างขวางกว่าเพลงประเภทอื่น ๆ เพราะผู้ประพันธ์เพลงและนักร้องส่วนใหญ่เป็นคนชนบท เรื่องราวในบทเพลงจึงมักจะเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่และความรู้สึกของชนบท ตลอดจนเหตุการณ์ที่ได้ปรากฏขึ้นในสังคมแต่ละยุคด้วยมุมมองของผู้ประพันธ์แต่ละคน

เช่นเดียวกันกับ สุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2553, น. 98-106) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของเพลงลูกทุ่งว่า เพลงลูกทุ่งมีเนื้อร้องที่สะท้อนความเป็นไปในสังคม ความคิด การดำเนินชีวิตค่านิยม และคุณค่าทางด้านสังคม สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ พระพุทธศาสนา ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี การบริโภค และแง่คิดต่าง ๆ ทั้งที่เป็นคติสอนใจ คำพูดกระทบกระเทียบ เสียดสี เป็นเพลงที่สามารถพูดถึงได้ทุกเรื่องทุกเหตุการณ์ เปิดกว้างในการใช้ภาษา ทั้งภาษาชาวบ้าน ภาษาทวิ และคำแผลง ศัพท์ที่นิยมในช่วงเวลานั้น ๆ จึงนับเป็นบันทึกประวัติศาสตร์สังคมไทยในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ในระยะแรกคำร้องหรือเนื้อเพลงลูกทุ่งเป็นการบรรยายสะท้อนชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ซึ่งเป็นสังคมเกษตรกรรม ต่อมาเมื่อมีนักแต่งเพลงมากขึ้น เนื้อหาที่มีความหลากหลายตามแต่ผู้ประพันธ์จะกำหนด ทั้งแนวรัก เสรี หรือสะท้อนสภาพชีวิตความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ การเมือง หรือหากมีเหตุการณ์สำคัญ ๆ เพลงลูกทุ่งก็จะทำหน้าที่บันทึกไว้ทันที นอกจากนี้เพลงลูกทุ่งยังมีเนื้อหาของการใช้ถ้อยคำ ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ต้องแปลความหมาย มีการสรรหา

คำกระทบกระเทียบเปรียบเปรย ประชดประชัน ใช้อ้อยคำ การมคมคายถูกใจผู้ฟัง และมีการใช้คำคล้องจอง คำสัมผัส ภาษาที่ปรากฏมีแหล่งที่มาที่หลากหลาย ทั้งภาษาภาคกลาง อีสาน เหนือ และได้โดยใช้ศัพท์ สำนวน สำเนียง ภาษาถิ่น ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะของเพลงหรือตามสำเนียงของนักร้อง

พัฒนาการของเพลงลูกทุ่ง

ผู้วิจัย ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของเพลงลูกทุ่งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยใช้เกณฑ์การจัดแบ่งยุคต่าง ๆ เหล่านี้ จากเนื้อหาของเพลง และรูปแบบที่โดดเด่นของเพลงลูกทุ่งในแต่ละช่วงเวลา โดยใช้การศึกษาของจินตนา คำรงค์เลิศ (2533, น. 46-68) เป็นพื้นฐานสามารถสรุปได้ดังนี้

ยุคต้น (พ.ศ. 2481 - 2507) นับว่า เป็นยุคบุกเบิกเพลงลูกทุ่ง เนื้อหาเพลงลูกทุ่งช่วงนี้ มักกล่าวถึง ธรรมชาติที่สวยงามของชนบท ส่วนวิถีชีวิตของชาวชนบทมักกล่าวถึงความรักของหนุ่มสาว ความยึดมั่นในศาสนา และขนบธรรมเนียมประเพณี นักร้องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อวงการเพลงลูกทุ่งไทย ในแง่ที่เป็นผู้ริเริ่มเสนอผลงานเพลงอันทรงคุณค่าในยุคแรก ๆ เช่น คำรณ สัมบุณณานนท์ ชาลย์ เย็นแชน ปรีชา บุญญเกียรติ วงจันทร์ ไพโรจน์ เบญจมิตร สมยศ ทศนพันธ์ ส่วนนักร้องหญิงที่มีชื่อเสียงเช่น ผ่องศรี วรนุช ศรีสอางค์ ตรีเนตร วงดนตรีที่เด่น ๆ เช่น วงจุฬารัตน์ ของมงคล อมาตยกุล วงดนตรีพยงค์ มุกดา

ยุคทองของเพลงลูกทุ่ง (พ.ศ. 2507 - 2513) สืบเนื่องจากการที่มีคำว่า “เพลงลูกทุ่ง” เกิดขึ้นเป็นครั้งแรก และมีการนำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์ ทำให้เพลงลูกทุ่งแพร่หลายและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เนื้อหาของเพลงมีหลากหลาย เช่น บรรยายถึงชีวิตในชนบท สะท้อนชีวิตสาวชานาที่หลงแสงสีเมืองกรุง ใน พ.ศ. 2509 มีการจัดงานแผ่นเสียงทองคำพระราชทานครั้งที่ 2 สมยศ ทศนพันธ์ ได้รับรางวัลแผ่นเสียงทองคำพระราชทานในฐานะนักร้องลูกทุ่งชายยอดเยี่ยม ในเพลงช่อทิพย์รวงทอง นักร้องที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของผู้ฟังทั่วไป เช่น ทูล ทองใจ ปอง ปรีดา ไพโรวัลย์ ลูกเพชร พร ภิรมย์ ชาย เมืองสิงห์ ก้าน แก้วสุพรรณ เพลงลูกทุ่งมาถึงยุคเฟื่องฟูมากที่สุด ในยุคของสุรพล สมบัติเจริญ (ประมาณ พ.ศ. 2504-2511) ซึ่งสุรพล สมบัติเจริญ ได้รับสมญาว่า “ราชาเพลงลูกทุ่ง” เนื่องจากมีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว ในด้านการแต่งคำร้องทำนองที่แปลกไม่เหมือนใคร เนื้อหาของเพลงมีทั้งที่เป็นความรัก การเกี่ยวพาราณี ความประทับใจ และสนุกสนาน ผลงานที่สร้างชื่อเสียงมีมากมาย อาทิ ชูชกสองกุมาร เพลงแรก ๆ ที่โด่งดังใน พ.ศ. 2496 เช่น น้ำตาจ๋าโท เดือนหงายริมโขง เสียวไส้ ของปลอม สิบหกปีแห่งความหลัง ฯลฯ จนกระทั่งสุรพล สมบัติเจริญ ถูกลอบยิงจนเสียชีวิตขณะเปิดการแสดงเมื่อวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ.2511 ภายหลังการ

เสียชีวิตของสุรพลมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากสมัยที่สุรพลยังมีชีวิตอยู่นั้น ได้รับความนิยมนอกจากเพลงอย่างท่วมท้น นักร้อง และวงดนตรีใหม่ ๆ จึงไม่ค่อยเป็นที่ยอมรับของผู้ฟัง จนกระทั่งเมื่อสุรพลเสียชีวิตลง จึงเปิดโอกาสให้นักร้องใหม่ และวงดนตรีใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย และมีโอกาสเสนอผลงานของตนสู่สาธารณชน

ยุคภาพยนตร์เพลง (พ.ศ. 2513 - 2515) เมื่อมีการแข่งขันกันเองระหว่างเพลงลูกกรุงและเพลงลูกทุ่งในยุคนี้ จึงเริ่มนำเพลงลูกทุ่งมาประกอบในภาพยนตร์ ซึ่งเรื่องแรกที่โด่งดังเป็นที่กล่าวขวัญถึงเป็นอย่างมากคือ มนต์รักลูกทุ่ง โดยเฉพาะเพลงมนต์รักลูกทุ่งที่ไพบุลย์ บุตรขัน เป็นผู้แต่งคำประพันธ์ ขับร้องโดย ไพรวลัย ลุกเพชร มีความไพเราะทั้งท่วงทำนองและเนื้อหา ดุจบทกวีที่ประทับใจผู้ชม เช่น “หอมเอ๋ย หอมดอกกระถิน รวยระรินเคล้ากลิ่นกองฟาง...หอมดินเคล้ากลิ่นไอฟนกรวยระคนหอมแก้มนงคราญ ขลุ่ยเป่าแผ่วพลิวผ่านทิวแถวต้นตาล มนต์รักเพลงชาวบ้านลูกทุ่งแผ่วมา” ส่งผลให้ภาพยนตร์เรื่องต่อ ๆ มาในยุคนี้ เปลี่ยนแนวมาเป็นภาพยนตร์เพลงส่วนใหญ่ เช่นเรื่อง โทณ ที่มีสังข์ทอง สีใส ร้องนำ เนื้อหาของเพลงในช่วงนี้นอกจากเป็นเรื่องของชาวชนบท ท้องทุ่งท้องนา แล้วยังแทรกอารมณ์ขันและคารมเสียดสีด้วย

ยุคเพลงเพื่อชีวิต (พ.ศ. 2516 - 2519) หลังจากเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 เป็นต้นมา เกิดกระแสความคิดแบบเพื่อชีวิต วงการเพลงลูกทุ่งซึ่งมีความไวต่อเหตุการณ์รอบตัวก็มีการแต่งเพลงในแนวเพื่อชีวิตมากขึ้น สะท้อนความยากจนของชาวนาชาไร่ เช่น เพลงข้าวไม่มีขาย แต่งโดย โสหิน พรสุพรรณ มิ ศรเพชร ศรสุพรรณ ขับร้อง สะท้อนให้เห็นภาพของหนุ่มชาวนาที่ทำนาแล้วไม่ได้ผล ทำให้ไม่มีข้าวไปขาย เพลงนี้ได้รับรางวัลเพลงยอดเยี่ยมประจำปี พ.ศ. 2518 นอกจากนี้มีเพลงล้อเลียนการเมืองหรือเสียดสีนักการเมือง และเกิดเพลงลูกทุ่งผสมบทพูดขึ้นเป็นครั้งแรก โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมือง หรือชีวิตประจำวัน สร้างความขบขันเสียดสี แฝงด้วยการวิพากษ์วิจารณ์ เช่น เพลงผสมบทพูดตลกโดย เพลิน พรหมแดน

ยุคทางเครื่องและคอนเสิร์ต (พ.ศ. 2519 - 2528) หลังเกิดเหตุการณ์ 6 ตุลาคม 2519 เนื้อหาของเพลงลูกทุ่งที่เกี่ยวกับความทุกข์ยากของชาวนา กรรมกร และแนวเพื่อชีวิตมีน้อยลง เนื่องจากการปิดกั้นของภาครัฐ ส่งผลให้กลับมานิยมเนื้อหาด้านการเกี่ยวพาราตีและความรักของหนุ่มสาว ยุคนี้มีนักร้องใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลงานหลากหลาย วงดนตรีลูกทุ่งมีการแข่งขันมากขึ้น ใช้เงินลงทุนมากขึ้นใช้เทคนิคแสง สี เสียงที่ทันสมัย การเดินประกอบเพลงของทางเครื่องมีความอลังการมากขึ้น เนื้อหาของเพลงในช่วงนี้สะท้อนปัญหาใหม่ๆ ของสังคมเพิ่มขึ้นด้วย เช่น การขายแรงงานในต่างประเทศ การย้ายถิ่นฐานในการประกอบอาชีพของชาวชนบท เข้าสู่เมืองหลวง อาทิเช่น เพลงน้ำตาเมียชาอู ร้องโดย พิมพา พรศิริ เพลงฉันทนาที่รัก ร้องโดย รักชาติ ศิริชัย ที่มี

เนื้อหาเกี่ยวกับชายหนุ่มเขียนจดหมายถึงสาวคนรักชื่อฉันทนาที่ทำงานอยู่โรงงานทอผ้า ซึ่งเพลงนี้ได้รับความนิยมอย่างสูง จนกระทั่งสื่อมวลชนใช้คำว่า “ฉันทนา” แทนผู้หญิงที่ทำงานในโรงงาน

ยุคเพลงลูกทุ่งแนวสตริง (พ.ศ. 2528 - 2535) เมื่อดนตรีแนวสตริง และแนวร็อกที่ได้รับความนิยมพลจากต่างประเทศ ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพลงสตริงสำหรับวัยรุ่นแพร่หลายเต็มตลาด ความนิยมเพลงลูกทุ่งเริ่มลดน้อยลง ทำให้เพลงลูกทุ่งต้องปรับตัวให้เข้ากับดนตรีสมัยใหม่ แนวสตริงคอมโบ เพื่อให้เพลงลูกทุ่งกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง นักร้องเพลงลูกทุ่งที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในยุคนี้ คือ พุ่มพวง ดวงจันทร์ ซึ่งเป็นนักร้องที่มีศักยภาพสูง มีลีลาการร้อง และการเดินที่เข้ากับดนตรีสมัยนิยม และเป็นนักร้องลูกทุ่งหญิงคนแรกที่ได้บุกเบิกมิวสิกวิดีโอของวงการเพลงไทย ผลงานชุดแรกของพุ่มพวง ดวงจันทร์ คือ อื้อหือ หล่อจ้ง เมื่อ พ.ศ. 2528 จึงประสบความสำเร็จอย่างกว้างขวาง ทำลายเส้นแบ่งรสนิยมของผู้ฟัง ซึ่งก่อนหน้านี้ถือว่า ผู้ที่มีรสนิยมดีต้องฟังเพลงสากล เพลงลูกกรุง เพลงสตริง แต่เพลงลูกทุ่งของพุ่มพวงเป็นเพลงที่ได้รับความนิยม และฟังได้ทุกชนชั้น เนื้อหาของเพลงได้เปลี่ยนบทบาทของผู้หญิงจากเดิมที่ต้องเก็บกดความรู้สึก หรือเป็นฝ่ายถูกกระทำ มาเป็นผู้หญิงที่กล้าพูด กล้าทำ กล้าเปิดเผยความรู้สึก ฉลาดรู้ทันคน

หลังจาก พ.ศ. 2528 ได้มีนักร้องจากต่างประเทศมาเปิดการแสดงเรียกว่า เป็นการแสดงคอนเสิร์ต ต่อมานักร้องไทยจึงจัดการแสดงคอนเสิร์ตตามอย่าง โดยพุ่มพวง ดวงจันทร์ ได้จัดการแสดงคอนเสิร์ตที่เซ็นทรัลพลาซ่า เมื่อ พ.ศ. 2529 ขณะที่เพลงกระแสะเข้ามาซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูง และมีผู้ชมการแสดงล้นหลาม นับเป็นมิติใหม่ของวงการเพลงลูกทุ่งไทย ทำให้วงการเพลงลูกทุ่งเปลี่ยนจากเพลงที่เรียบง่ายธรรมดา ฟังสบาย ๆ มาเป็นเพลงที่เร้าร้อน จังหวะสนุกสนาน และมีลีลาสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ฟังทั่วประเทศ และยังมีนักร้องลูกทุ่งที่ได้รับความนิยม เช่น สายัณห์ สัญญา ซึ่งนับว่าเป็นขวัญใจเพลงลูกทุ่ง นอกจากนี้ยังมีคนอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมเช่นกัน เช่น ยอดรัก สลักใจ, สุรชัย สมบัติเจริญ, สุรชัย เมฆวิเชียร, ศรีเพชร ศรีสุพรรณ ส่วนนักร้องหญิงนั้น เช่น พุ่มพวง ดวงจันทร์ ซึ่งได้รับสมญา “ราชินีเพลงลูกทุ่ง”

ยุคปัจจุบัน (พ.ศ. 2536 - ปัจจุบัน) ความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบเพลงแนวสตริง ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างผู้ฟังกลุ่มผู้ใหญ่ บรรดาค่ายเทปเพลงต่างเล็งเห็นผลประโยชน์ที่จะได้จากผู้ฟังกลุ่มผู้ใหญ่ จึงได้นำเอาเพลงเก่าที่มีคุณค่าและเป็นที่ยึด คือ เพลงของวงสุนทราภรณ์มาเรียบเรียงเสียงประสานขับร้องใหม่ เช่น ชุดเยื่อไม้ เพลงหวานเมื่อวานนี้ ตราบนรินทร์ มหาอมตะนรินทร์ กาล จึงเป็นกระแสของการอนุรักษ์เพลงเก่าซึ่งแพร่เข้ามาสู่วงการเพลงลูกทุ่ง สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติได้จัดงาน “กึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทย” ขึ้นเมื่อวันที่ 25-26 มิถุนายน พ.ศ. 2533 โดยเชิญนักร้องเพลงลูกทุ่งยอดนิมรุ่นเก่ามาแสดง และมีการอภิปรายของผู้ประพันธ์เพลง และนักวิชาการ ต่อมามีการจัดงาน “กึ่งศตวรรษเพลงลูกทุ่งไทยภาค 2” เมื่อวันที่

7 กรกฎาคม พ.ศ.2535 เป็นการปลุกกระแสความนิยมเพลงลูกทุ่งกลับมาอีกครั้ง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 ราชนิเพลงลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์ เสียชีวิตอย่างกะทันหัน

การเสียชีวิตของพุ่มพวง ดวงจันทร์ ทำให้วงการเพลงลูกทุ่งได้รับความกระทบกระเทือนไปด้วย เนื่องจากพุ่มพวงเป็นความหวังที่จะฟื้นฟูความนิยมของเพลงลูกทุ่งที่ล้าสมัย ให้กลับมาแข่งขันกับเพลงแนวสตริงที่ครองตลาดอยู่ จึงนับเป็นจุดเปลี่ยนของวงการเพลงลูกทุ่งที่ส่งผลให้มีศิลปินนักร้องใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดการแข่งขันเพื่อเป็นนักร้องยอดนิยม ทั้งแนวทางที่เลียนแบบนักร้องเก่าหรือหาแนวทางใหม่ ๆ ขึ้นมา เช่น ชัย ญาดิยะยะ สุณารี ราชนิมา ศิรินทรา นิยากร จินตรา พูลาก และเกิดความนิยมในการนำเพลงลูกทุ่งยอดนิยมในอดีตมาเรียบเรียงเสียงประสาน และขับร้องใหม่ หรือนำนักร้องเพลงสตริงมาร้องเพลงลูกทุ่ง เช่น ชูดกิมหาลูกทุ่ง แม่ไม้ เพลงไทย หัวแก้วหัวแหวน ของจักรพรรณ์ อาบครบุรี ซึ่งออกติดต่อกันถึง 9 ชุด และเพลงลูกทุ่งที่กล่าวขวัญมากที่สุด คือ ชูดมนต์รักลูกทุ่ง ซึ่งมีการนำภาพยนตร์เพลงเรื่อง มนต์รักลูกทุ่ง มาสร้างใหม่เป็นละครโทรทัศน์ใน พ.ศ. 2539 จึงทำให้เพลงลูกทุ่งกลับมาได้รับความนิยมอย่างสูง

จวบจน พ.ศ. 2540 ในยุคเศรษฐกิจฟองสบู่แตก ทุกวงการต่ำสุดขีด ค่าเพลงปิดตัวออกไปเกือบหมด เหลือเฉพาะค่ายยักษ์ใหญ่ไม่กี่ค่าย และเกิดคลื่นลูกทุ่งเอฟเอ็ม ชองสถานีวิทยุ 24 ชั่วโมง ในระบบเอฟเอ็มที่เปิดเฉพาะเพลงลูกทุ่งอย่างเดียว นับเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อครั้งใหญ่ที่ผลักดันให้เพลงลูกทุ่งกลับมาได้รับการยอมรับอีกครั้ง และเกิดงาน “มหกรรมเพลงลูกทุ่ง” ที่คนรักเพลงลูกทุ่งและนักร้องเพลงลูกทุ่งทุกคนทุกค่ายต่างมารวมกัน (กาญจนา สิงห์อุดม, 2555, น. 27-28)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 มีศิลปินลูกทุ่งหน้าใหม่เข้าสู่วงการเพลงลูกทุ่งของค่ายเพลงหน้าใหม่ ตลาดเพลงลูกทุ่งเป็นตลาดใหญ่ เพลงลูกทุ่งได้รับความนิยมอีกครั้ง เนื่องมาจากได้มีการทำละครมนต์รักลูกทุ่งของอาร์เอส และฮิตติดตลาด ต่อมากับการกลับเข้ามาแจ้งเกิดของก๊อด จักรพรรณ์ อาบครบุรี กับอัลบั้มเพลงที่นำเพลงเก่ามาทำใหม่ เพลงลูกทุ่งชุดสองที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักฟังเพลงรุ่นใหม่ในกรุงเทพฯ และการเกิดขึ้นของเพลงลูกทุ่งในคลื่นเอฟเอ็ม นำทีมบริหารโดยวิทยา สุขพร โอภาส นอกจากนี้ยังมีศิลปินแนวสตริง และแนวเพื่อชีวิตหลายคนที่ย้ายมาทำเพลงลูกทุ่งทดแทนการอิมตัวที่จะสามารถอยู่ในวงการอย่าง ทัช ณ ตะกั่วทุ่ง ต้อม เรนโบว์ เทียรี่เมฆวัฒนา เป็นต้น (สมเกียรติ บุญศิริ, 2550)

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2549 เกิดขบวนการเทพีซีดีเถื่อน โดยรัฐบาลไม่สามารถจัดการได้ เจ้าของธุรกิจค่ายเพลงจึงต้องทำสัญญาผูกมัดทุกอย่างเพื่อป้องกันการรั่วไหลของธุรกิจที่มีเงินทุนมหาศาล เช่น การใช้วิธีซื้อขายเพลง ทั้ง ๆ ที่เพลงเป็นทรัพย์สินทางปัญญา การใช้วิธีจ้างนักเรียนเรียงเสียงประสานทำงานเป็นต้น นอกจากนี้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น วีซีดี คาราโอเกะ ริงโทน โหลดเพลงลงมือถือ ผู้เพลงคาราโอเกะ โปรแกรมเพลง ฯลฯ ก็ล้วน

ตอบสนองธุรกิจของเจ้าของค่ายเพลงทั้งสิ้น โดยศิลปินผู้สร้างงานทุกคนแทบไม่ได้ผลประโยชน์ตอบแทนเลย นักร้องลูกทุ่งในยุคดิจิทัลที่เด่น ได้แก่ เอกชัย ศรีวิชัย ไมค์ ภิรมทรัพย์ อาภาพร นครสวรรค์ ก๊อต จักรพรรณ์ สันติ ดวงสว่าง ชูย์ ญาดิยะยะ รุ่ง สุริยา ไชยา มิตรชัย จินตรา พูลลาภ ศิริพร อำไพพงษ์ ชัยยง ขอดบัวงาม ดาว มยุรี พรศักดิ์ ส่องแสง เฉลิมพล มาลาคำ เอกราช สุวรรณภูมิ กุ้ง สุทธิราช นกน้อย อุไรพร ค่าย orts เป็นต้น (กาญจนา สิงห์อุดม, 2555, น. 28)

ในปัจจุบันวงการเพลงลูกทุ่งคึกหน้าเข้าสู่ธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบ มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายทั้งในด้านเนื้อหาและลีลา ซึ่งอาจจะไม่เหมือนเพลงลูกทุ่งเมื่อครั้งถือกำเนิดเกิดขึ้นมา แต่เพลงลูกทุ่งยังได้รับความนิยมจากผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง การแสดงที่ใช้แสง สี และการแสดงประกอบ เช่น หางเครื่องแบบอลังการยังคงเป็นที่นิยม และเป็นการสร้างแรงดึงดูดให้ผู้ชมคนตรีมีความสุขตื่นตาตื่นใจกับการแสดงที่ได้เห็นอยู่ แม้ว่าจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสความนิยมและแฟชั่นอยู่บ้างก็ตาม (กาญจนา สิงห์อุดม, 2555, น. 28) ประกอบกับรายการโทรทัศน์ ก็นำเอาเพลงลูกทุ่งไปนำเสนอ ผ่านเวทีการประกวดร้องเพลง การแข่งขัน การร้องโชว์ที่ยังเปิดกว้างขึ้นอีกทั้งในส่วนของละครโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ก็มีการนำเสนอเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งอยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็นเนื้อหาที่ผู้คนในสังคมให้ความสนใจ และสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

พัฒนาการเพลงลูกทุ่งอีสาน

ความแห้งแล้งเรื้อรังในภาคอีสานบีบบังคับให้ชาวอีสานต้องทิ้งถิ่นบ้านเกิดเมืองนอนที่เคยอยู่เย็นเป็นสุขกลับกลายเป็นดินแดนที่ร้างไร้ความหวังในอันจะดำรงชีวิตอีกต่อไป ชาวอีสานต้องหลีกหนีออกจากแดนเกิดระลอกแล้วระลอกเล่า กลิ่นเหงื่อและคราบน้ำตาอันเนื่องมาจากการอพยพย้ายถิ่นฐานนี้เองคือรากเหง้าและที่มาของเพลงลูกทุ่งที่สะท้อนชีวิตและชะตากรรมของชาวอีสาน และท่วงทำนอง ถ้อยคำร้อง กระทั่งเนื้อหาแปลกแยกไปจากเพลงลูกทุ่งไทย (ภาคกลาง) จนมีผู้บัญญัติศัพท์แนวเพลงนี้ว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” (แวง พลังวรรณ, 2545, น. 93)

อุบัติการณ์ของ “เพลงลูกทุ่งอีสาน” เกิดขึ้นในระหว่างปีพ.ศ. 2515-2524 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่กระแสความนิยมพุ่งสู่จุดสูงสุด และโดดเด่นที่สุด เพลงที่ถือเพลงที่ถือว่าเป็นเพลงเปิดศักราชเพลงลูกทุ่งอีสาน คือ “อีสานลำเพลิน” จากการประพันธ์ของสุรินทร์ ภาคศิริ ขับร้องโดย อังคนางค์ คุณไชย เพลงนี้เป็นเพลงแรกที่ประกาศศักดิ์ศรีชาวอีสานและเป็นเพลงจุดประกายให้เกิดกระแสเพลงลูกทุ่งอีสาน (แวง พลังวรรณ , 2545, น. 315)

กล่าวเฉพาะศัพท์คำว่า “เพลงลูกทุ่งอีสาน” ชื่อนี้มีได้ก่อเกิดมาพร้อม ๆ กับแนวเพลง หากแต่ชื่อนี้ได้เกิดขึ้นในภายหลัง หลังจากที่เพลงแนวนี้หลายต่อหลายเพลงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ไปก่อนแล้ว ผู้คิดคำศัพท์นี้ออกใช้เป็นคนแรกคือ สุรินทร์ ภาคศิริ จากนั้นก็มีการนำเอาชื่อนี้ไปใช้อย่างแพร่หลายจนเป็นเหมือนนิยามที่บ่งบอกลักษณะของแนวเพลงอย่างนี้จนถึงปัจจุบัน

“ลูกทุ่งอีสาน” คำคำนี้เกิดขึ้นราวปีพ.ศ. 2516 ในช่วงนั้นสุรินทร์ ภาคศิริ หรือในชื่อโฆษกขวัญใจไทยอีสานว่า “ทิดโต สุดสะแนน” เป็นเจ้าของรายการเพลงชื่อ “อีสานบ้านเฮา” และได้ตั้งเป็นชื่อการแสดงดนตรีประชาชนระหว่างสายัณห์ สัญญา และวงดนตรีของภาคอีสานศักดิ์สยาม เพชรชมพู โดยสุรินทร์ ซึ่งคลุกคลีกับวงการเพลงมายาวนานมองว่า บทเพลงลูกทุ่งจากภาคอีสานนั้นมีรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างจากบทเพลงและนักร้องลูกทุ่งภาคกลางหลายประการ จึงได้คิดตั้งชุดการแสดงชุดนี้ว่า “ลูกทุ่งอีสานปะทะลูกทุ่งภาคกลาง” จัดแสดงที่เวทีมวยลุมพินี นอกจากนี้ยังนำไปเป็นชื่อรายการวิทยุของเขา คือ ลูกทุ่งอีสานยามเช้า และลูกทุ่งอีสานส่งใจไปแนวหน้า นับตั้งแต่นั้น คำว่า “ลูกทุ่งอีสาน” ก็ถูกนำไปใช้กับนักร้องลูกทุ่งจากภาคอีสานและเพลงแนวอีสาน ตลอดมาจนทุกวันนี้ (แวง พลังวรรณ, 2545, น. 321-323)

การกวาดต้อนชาวลาวเข้าสู่ภาคกลางและกรุงรัตนโกสินทร์ที่เกิดขึ้นในช่วงรัชกาลที่ 1 ถึงรัชกาลที่ 3 เป็นเหตุผลทางการเมืองในยุคที่รัฐสยามยังปิดบังตัวเองและเป็นการเมืองระหว่างกันของรัฐที่อยู่ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เป็นการถูกกวาดต้อนให้เข้ามาใช้แรงงานด้วยอำนาจศักดินาไทยและโดยแสนยานุภาพทางทหาร จนเมื่อสถานการณ์บ้านเมืองภายในประเทศและในภูมิภาคเปลี่ยนไป แต่ทว่าชาวลาวหรือที่กลายพันธุ์มาเรียกตัวเองว่า “ชาวอีสาน” ก็ยังคงถูกกวาดต้อนให้เข้าสู่ศูนย์กลางอาณาจักรอยู่เป็นระลอก ๆ ภายใต้สภาพการณ์ใหม่ในยุคที่รัฐไทยเปิดประเทศ และพัฒนาเศรษฐกิจ-สังคมและการเมืองภายใต้การครอบงำทางทหารจากสหรัฐอเมริกา การถูกกวาดต้อนของคนอีสานในระลอกหลังเป็นการกวาดต้อนเพื่อไปใช้แรงงานรับใช้ทุนนิยมและโดยแสนยานุภาพทางเศรษฐกิจ สาเหตุหลักทำให้ชาวอีสานหรือในชื่อใหม่ทางทุนนิยมเรียกว่า “ชาวชนบท” ถูกกวาดต้อนมาไว้ที่กรุงเทพฯ เพราะกรุงเทพฯ และขอบเขตปริมณฑล คือ แหล่งงานเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรม(แวง พลังวรรณ, 2545, น. 159)

ในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ. 2500-2506) เป็นสมัยที่ชาวอีสานเดินทางสู่กรุงเทพฯ มากที่สุดเท่าที่เคยมีมาส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการดำเนินนโยบายตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างชนบทกับเมือง โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ได้กลายเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวชนบทผู้ขาดแคลนเข้ามาแสวงโชค ยุทธวิธีอย่างหนึ่งในการแย่งชิงมวลชนของฝ่ายรัฐบาล คือ การกวาดต้อนเอาครอบครัวที่หัวหน้าครอบครัวนี้เข้าไปให้โยกย้ายลงไปอยู่ศูนย์กลางตนเองในภาคอื่นเป็นการ “แยกน้ำออกจากปลา” นั่นคือยุทธวิธีทางการเมืองการทหารที่ปรากฏให้เห็นชัดเจนแต่สิ่งที่ทำให้ชาวอีสานต้องอพยพออกจากท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพในช่วงนั้นมีใช้ยุทธวิธีทางการเมืองการทหารหากเป็นการดำเนินนโยบายตาม “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” ซึ่งมีมาก่อนรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจร ทรัพยากรธรรมชาติของภาคอีสานละลายไปกับการพัฒนาการเกษตรของคนอีสาน

ได้กลายเป็นสภาพการผลิตที่เคยผลิต “เพื่ออยู่เพื่อกิน” เป็นผลิต “เพื่อการส่งออก” และต้องทำการเกษตร สารเคมีซึ่งเปลี่ยนวิถีชีวิตของเกษตรกรให้กลายเป็นทาสที่ต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตทางการเกษตร จากประเทศพัฒนาทั้งเม็กซิโก อินเดีย และ สหราชอาณาจักร ฯลฯ สภาพของผู้คนที่เคยยากจนจนเกินอยู่แล้ว ยิ่งยากไร้ชัดเจนเป็นทวี “ความจน” ตามนิยามเดิมของคนอีสานเคยแปลว่า “การไม่มีเงิน” บัดนี้ได้ แปรเปลี่ยนเป็น “การมีหนี้สิน” ที่ไม่เคยเป็นหนี้ก็กลายเป็นคนเป็นหนี้มีสิน โดยเฉพาะหนี้อันเกิด จากการเข้าร่วมโครงการที่ส่งเสริมโดยกระทรวงเกษตรฯ ขนาดมีราษฎรฆ่าตัวตายหนี้หนี้ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นปัจจัยผลักดันให้ชาวอีสานต้องอพยพ หนีตายเอาดาบหน้าโดยมีกรุงเทพฯ เป็นเป้าหมาย นอกจากนี้คนอีสานยังถูกหลอกให้รังเกียจและถูก คุกตัวเองให้ขาดความมั่นใจในตัวเองคนอีสานกลายเป็นคนมีนิสัยพึ่งพาและคนอีสานขาดแคลน แกนกลางที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองซึ่งทั้งหมดนั้นเกิดมาจากการโยกย้ายถิ่นเข้าสู่เมืองหลวง (แวง พลังวรรณ, 2545, น. 289-295)

เมื่อคนอีสานอพยพเข้ามาทำงานในเมือง พวกเขาได้นำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน เข้ามาด้วย โดยเฉพาะอาหารการกินและดนตรี เพราะคนอีสานมีนิสัยชอบสนุกสนานเฮฮา ดนตรี จึงอยู่ในวิถีชีวิตของชาวอีสาน สังเกตได้ว่าหมอลำยังคงมีบทบาทอยู่ในสังคมได้มากกว่าเพลง พื้นบ้านของภาคอื่นที่ลดความสำคัญลงไปมาก ในปัจจุบันกระแสเพลงลูกทุ่งที่เห็นได้ชัดอยู่คือ เพลงลูกทุ่งอีสาน ได้รับความนิยมสูงสุดเหนือกว่าเพลงชนิดใด และเป็นความนิยมอย่างทั่วถึงทั้ง ประเทศไม่ใช่เฉพาะเจาะจงแต่ในภาคอีสานเท่านั้น ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าคนอีสานได้พลัดบ้านพลัด ถิ่นออกไปทำมาหากินในท้องถิ่นอื่นมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (สันติภาพ เจนกระบวนหัด , 2532)

ปรากฏการณ์ที่ชาวอีสานได้หลั่งไหลกันเข้ากรุงเทพฯ จำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ สังคมชาวอีสานในกรุงเทพฯ เป็นปึกแผ่นขึ้นโดยพื้นฐานจากความเป็นคนจากพื้นเพเดียวกัน มีความรู้สึกห่วงหาอาลัยถิ่นเกิดเหมือน ๆ กัน และความโหยหาศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมเหมือน ๆ กัน พลังความเป็นอีสานได้กลายเป็นพลังขับเคลื่อนและเป็นปัจจัยที่เอื้อรองรับและอุ้มชูการก่อเกิดของเพลง ลูกทุ่งมิติใหม่ ที่มีรูปแบบ เนื้อหาและรับใช้ชีวิตคนพลัดบ้าน ปรากฏการณ์เหล่านี้ล้วนเป็นแรงเสริม และมีส่วนช่วยให้ศิลปินอีสานได้สร้างสรรค์งานที่พวกเขาภูมิใจที่จะเรียกขานว่า “เพลงลูกทุ่ง อีสาน” (แวง พลังวรรณ, 2545, น. 289)

จากการค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้น โดยการรวบรวมบทเพลงลูกทุ่งอีสานตั้งแต่ยุคจอม พลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ซึ่งเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจ เพลงลูกทุ่งจำนวนหนึ่งได้แสดงให้เห็น ปรากฏการณ์แรงงานอพยพ โดยนำเสนอเรื่องราวการเดินทางเข้ามาทำงานในเมืองหลวงของ คนต่างจังหวัด ประกอบกับช่วงดังกล่าว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกิดภัยแล้งติดต่อกันนานหลายปี ทำให้คนอีสานหลั่งไหลเข้าสู่กรุงเทพฯ มากที่สุดเมื่อเทียบกับคนในภูมิภาคอื่น ๆ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผล

ต่อกระแสความนิยมในเพลงลูกทุ่ง จะเห็นได้จากบริษัทเพลงขนาดใหญ่อย่างแกรมมี่ได้เล็งเห็นส่วนแบ่งทางกาดตลาดในเพลงลูกทุ่งจึงก่อตั้งบริษัทแกรมมี่โกลด์ขึ้นในปี 2539 และได้ใช้ “อัตลักษณ์แรงงานพลัดถิ่น” สร้างจุดเด่นให้กับศิลปิน และเป็นจุดขายให้กับกลุ่มคนอีสาน โดยมีไมค์ ภิรมพรย์ เป็นต้นแบบของเพลงลูกทุ่งยุคนี้ นำเสนอต่างจากเพลงลูกทุ่งในอดีตที่บอกเล่าเรื่องสภาพชีวิต ท้องนาท้องไร่ แต่เขาเล่าเรื่องราวของคนต่างจังหวัดมาทำงานในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นประเศหลักของสังคมยุคนี้ ผลที่ได้ คือ ยอดขาย 1 ล้านแผ่น (สมเกียรติ บุญศิริ , 2550, น. 98)

เพลงลูกทุ่งอีสานมีพัฒนาการมาพร้อม ๆ กับเพลงลูกทุ่งในยุคแรก สำหรับนักร้องชาวอีสานรุ่นแรกที่มีผลงานก่อนและหลังช่วงปี พ.ศ. 2500 มี 3 คน คือ เบญจมินทร์ ปอง ปรีดา ศักดิ์ศรี ศรีอักษร (ศิริพร กรอบทอง, 2547) การถ่ายทอดของปองปรีดา นักร้องชาวขอนแก่นที่ทั้งร้องและแต่งเพลงเอง นั้นมีกลิ่นอายของวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคอีสานอันเป็นพื้นฐานดั้งเดิมของเขาอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นท่วงทำนองดนตรีที่ใช้แคนประกอบ ตลอดจนการใช้ภาษาถิ่นในคำร้องและที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือเนื้อหาสาระบทเพลงที่ปอง ปรีดาแต่งได้ถ่ายทอดออกมาจากประสบการณ์ชีวิต หรือความคุ้นเคยของเขาต่อสังคมและวัฒนธรรมอีสาน สะท้อนภาพของคนชนบทโดยทั่วไปในขณะนั้น ดังเช่น เพลงกลับอีสาน (2501) ที่มีเนื้อร้องว่า “*ข้อยอยู่อีสาน ข้อยบ่เคยเกียจร้านดอกหนา ธรรมชาติไม่นำพา ข้อยจึงหันหน้าเข้ามาเมืองหลวง ข้อยนี้หวังซีได้ทำงาน ข้อยจึงจากบ้านเหมือนคนอีสานทั้งปวง ข้อยเดินเที่ยวละเลียบผ่านเข้าเมืองหลวง ข้อยคอยแต่หวังรถชนหมา*” ซึ่งสัมพันธ์กับข่าวประสพปัญหาต่าง ๆ ของประชาชนในพื้นที่ภาคอีสานที่ให้อพยพโยกย้ายถิ่นไปหารายได้ยังที่ต่าง ๆ อยู่ไม่น้อย ดังเช่น ปี พ.ศ. 2499 ชาวอีสานประสบปัญหาความแห้งแล้งกันดาร ขาดแคลนข้าวและน้ำ จังหวัดร้อยเอ็ดประสบภาวะนี้กันติดต่อกันหลายปี ทำให้ชาวบ้านต้องอพยพไปทำมาหากินจังหวัดอื่น ๆ และประเทศลาวปีละหลายพันครอบครัว (ศิริชญาคอนกรีต, 2556, น. 58)

วง พลังวรรณ (2545, น. 482-488) ได้จำแนกเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งอีสานในยุคแรกไว้ในหนังสืออีสานคดีชุด ลูกทุ่งอีสาน ไว้ 6 หมวด ได้แก่

บรรยากาศของอีสาน มีบทเพลงลูกทุ่งอีสานจำนวนมากกล่าวชมถึงความงามของแผ่นดินอีสาน ศิลปะ ขนบธรรมเนียม ความสนุกสนานในท้องถิ่น วัฒนธรรมการกินแบบอีสานและกล่าวชมสาวอีสาน เช่น เพลงร้อยเอ็ดเมืองสวรรค์ อาหารบ้านเฮา ของแซ่บอีสาน บุญข้าวจี กลองยาวอีสาน เป็นต้น

ก่อนเข้ากรุง บทเพลงในหมวดนี้ได้บรรยายถึงความแห้งแล้งอดอยากในแผ่นดินอีสานอันเป็นปัจจัยผลักดันให้คนต้องทิ้งถิ่น รวมทั้งความใฝ่ฝันถึงความศิวิไลซ์ของเมืองกรุง อันเป็นปัจจัยดึงดูดให้หนีจากบ้าน และเหตุการณ์เกร็ดเล็ก ๆ น้อย ๆ ในช่วงเดินทาง ตลอดจนความ

โศกเศร้าอาลัยแผ่นดินเกิด พ่อแม่ญาติมิตรและคนรักเมื่อต้องจากไปสู่แดนไกลเช่น เพลงจากบ้านนา ด้วยรัก เพลงด่วนบขส. เพลงบ่มีข้าวกิน เป็นต้น

การดำรงชีพในกรุง เป็นบทเพลงที่ให้ภาพของการปรับตัวของชาวอีสานเมื่อเดินทางมาถึงเมืองกรุง สะท้อนทัศนคติที่คนกรุงมีต่อคนอีสาน และปัญหาในการปรับตัวในด้านภาษา การใช้ชีวิต สภาพความเป็นอยู่ การสันตนาการในกลุ่มคนอีสานในกรุง การหางาน สภาพการจ้างงาน สภาพของงานหนัก เงินเดือนน้อยและถูกหลอก ตลอดจนการพบรักในกรุง เช่น คนลืมน้ำร้อน บัมน้ำมัน รถเมล์ที่รัก เป็นต้น

หวนคิดถึงบ้าน เมื่อจากบ้านมานาน ชาวอีสานจะเกิดอาการคิดถึงบ้าน คิดถึงบรรยากาศเก่า ๆ คิดถึงความหลัง คิดถึงท้องไร่ท้องนา เสียงพิน เสียงแคน คิดถึงพ่อแม่ พี่น้องญาติมิตร และคิดถึงคนรัก เช่น เพลงสาวอีสานสะอื้น ออกพรรษาจะมาแต่ง เพลงสั่งฟ้าไปหาน้อง เป็นต้น

กลับบ้าน ลูกทุ่งอีสานมีบทเพลงที่กล่าวถึงการเดินทางกลับถิ่นเกิดหลังจากอยู่ในกรุงได้ระยะหนึ่ง บางบทเพลงสะท้อนให้เห็นความสำเร็จในการเข้ากรุงของชาวอีสานที่เดินทางกลับบ้านอย่างผู้มีชัย สมหวัง มีเงินมีทอง และมีภรรยาคนรักให้มารอรับที่สถานีขนส่ง แต่มีหลายรายที่ต้องชมชานกลับบ้าน เช่น เพลงนับหมอนรถไฟ เพลงนัดวันให้น้องรอ เป็นต้น

และเสียงจากผู้ที่อยู่กับถิ่น ในขณะที่มีผู้ลี้ภัยออกจากถิ่น ยังมีชาวอีสานอีกจำนวนหนึ่งที่ยังรักถิ่นเกิด และอยู่กับถิ่นไม่จากไปไหน คนเหล่านี้กลับมาก็อดไม่ได้ที่จะกระแหยะกระแแหน และว่าถิ่นให้เจ็บ ๆ บ้างตามประสาคนคุ้นเคย เช่น เพลงวอนอ้ายคืนอีสาน เพลงคนลืมน้ำควาย เพลงคนขี่หลังควาย เพลงอีสานลำนานา เป็นต้น

จากแนวคิดเพลงลูกทุ่ง ทำให้เห็นถึงที่มา พัฒนาการของเพลงลูกทุ่ง และเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีปฏิสัมพันธ์กับบริบทสังคม วัฒนธรรม การเมือง กระแสโลก และเทคโนโลยี ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เพลงลูกทุ่งและโดยเฉพาะเพลงลูกทุ่งอีสานให้เปลี่ยนโฉมหน้าในการเสิร์ฟวัฒนธรรมอีสานสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพลงลูกทุ่งอีสานสื่อสารความเป็นอีสาน และโดยเฉพาะอัตลักษณ์อีสานมาอย่างยาวนาน แต่สิ่งที่น่าสนใจก็คือในวันที่สังคมโลกเปลี่ยนไป เพลงลูกทุ่งอีสานเองก็ปรับเปลี่ยนโฉมหน้า หากแต่ว่าเพลงลูกทุ่งอีสานจะปรับเปลี่ยนโฉมหน้าอัตลักษณ์อีสานไปถึงระดับไหนที่ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์อีสานไว้ได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งและเพลงลูกทุ่งอีสานมาเพื่อทำความเข้าใจถึง ที่มา พัฒนาการ และการศึกษาเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งอีสานที่ผ่านมากับความสัมพันธ์กับบริบทสังคม ความเป็นโลกที่เข้ามาเป็นปัจจัยหนึ่งในการปั้นแต่งโฉมหน้าของอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

2.2.2 แนวคิดเรื่องมิวสิกวิดีโอ (Music Video)

ประวัติและความเป็นมาของมิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอเกิดขึ้นครั้งแรกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเริ่มที่อัลบั้ม Thriller ของ ไมเคิล แจ็กสัน มีการผลิตมิวสิกวิดีโอออกมาหลายเพลง ทำให้อัลบั้มเพลงชุดนี้ขายได้เป็นจำนวนมากและนับจากนั้นมามีวสิกวิดีโอก็เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น การนำมิวสิกวิดีโอมารวมกับรายการโทรทัศน์มีมาตั้งแต่ปี 1980 ภาพประกอบเพลงในมิวสิกวิดีโอกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการโฆษณาของอุตสาหกรรมเพลง ส่งผลให้มิวสิกวิดีโอกลายเป็นเครื่องมือชี้วัดความสำเร็จของเทปเพลง ปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของมิวสิกวิดีโอต่ออุตสาหกรรมเพลงสมัยนิยม คือ กำเนิดสถานีโทรทัศน์เพลงที่เรียกว่า MTV (Music Television) ขึ้นเป็นครั้งแรก (อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 425)

นอกจากจุดกำเนิดของมิวสิกวิดีโอตามที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น นรเศรษฐ์ หมัดคง (2542, น. 98) ได้กล่าวและมีการบันทึกในบทความ “จินตกรรมแห่งยุคสมัย : ศิลปะการเล่าเรื่องอารมณ์ความรู้สึกในมิวสิกวิดีโอ” ไว้ว่า การให้คำจำกัดความคำว่ามิวสิกวิดีโอเริ่มต้นจากวงควีน (Queen) ซึ่งพวกเราคงรู้จักดีว่าเป็นวงที่ได้รับการยกย่องว่าการแสดงสดเยี่ยมที่สุดในโลก ทุกคนอยากดูการแสดงสดของวงนี้ จนกระทั่งวงควีนได้รวบรวมเอาวิดีโอการแสดงสดเพลงต่าง ๆ มาฉายทางโทรทัศน์ โดยการนำคลิปต่าง ๆ มาตัดต่อแล้วแยกออกมาเป็นเพลง มีการนำเทคนิคการใช้ภาพซ้อน ใช้สโลว์โมชั่น (Slow Motion) สต๊อปโมชั่น (Stop Motion) เข้ามาผสม และให้คำจำกัดความว่าเป็นมิวสิกวิดีโอ นอกจากนั้นแล้ว แนวคิดเรื่องจุดกำเนิดและที่มาของมิวสิกวิดีโอเพลงแรกๆ คือ วิดีโอโปรโมชัน เพลงโบฮีเมีย น ราฟโซดี (Bohemian Rhapsody) ของวงควีน (Queen) ที่ผลิตออกอากาศมาในปี 1975 ซึ่งกำกับโดย Bruce Gowers

สำหรับประเทศไทยเริ่มมีภาพยนตร์เพลงสั้น ๆ โดยวงร็อกเคสตรา ซึ่งนำเพลงสากลมาขับร้องและใช้ภาพยนตร์สั้น ๆ ประกอบเพลง ถือเป็นมิวสิกวิดีโออย่างในปัจจุบันเช่นกัน นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาก็เริ่มมีการผลิตมิวสิกวิดีโออย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2527 โดยบริษัท ไนท์สปอต โปรดักชั่นผลิตผลงานเพลงชุด “ไปทะเล” ของ ปานศักดิ์ รังสิพราหมณสกุล ในเพลง “ไปทะเลกันดีกว่า” ซึ่งสร้างความพึงพอใจแก่นักฟังเพลงเป็นอย่างมาก ทำให้บริษัทผู้ผลิตเทปเล็งเห็นถึงความสำคัญของมิวสิกวิดีโอเพลงมากขึ้น ส่งผลให้เพลงถูกนำมาใช้ประกอบเรื่องราวและภาพยนตร์รวมทั้งรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง (อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 429)

มิวสิกวิดีโอกับการสร้างประสบการณ์ผ่านสื่อ

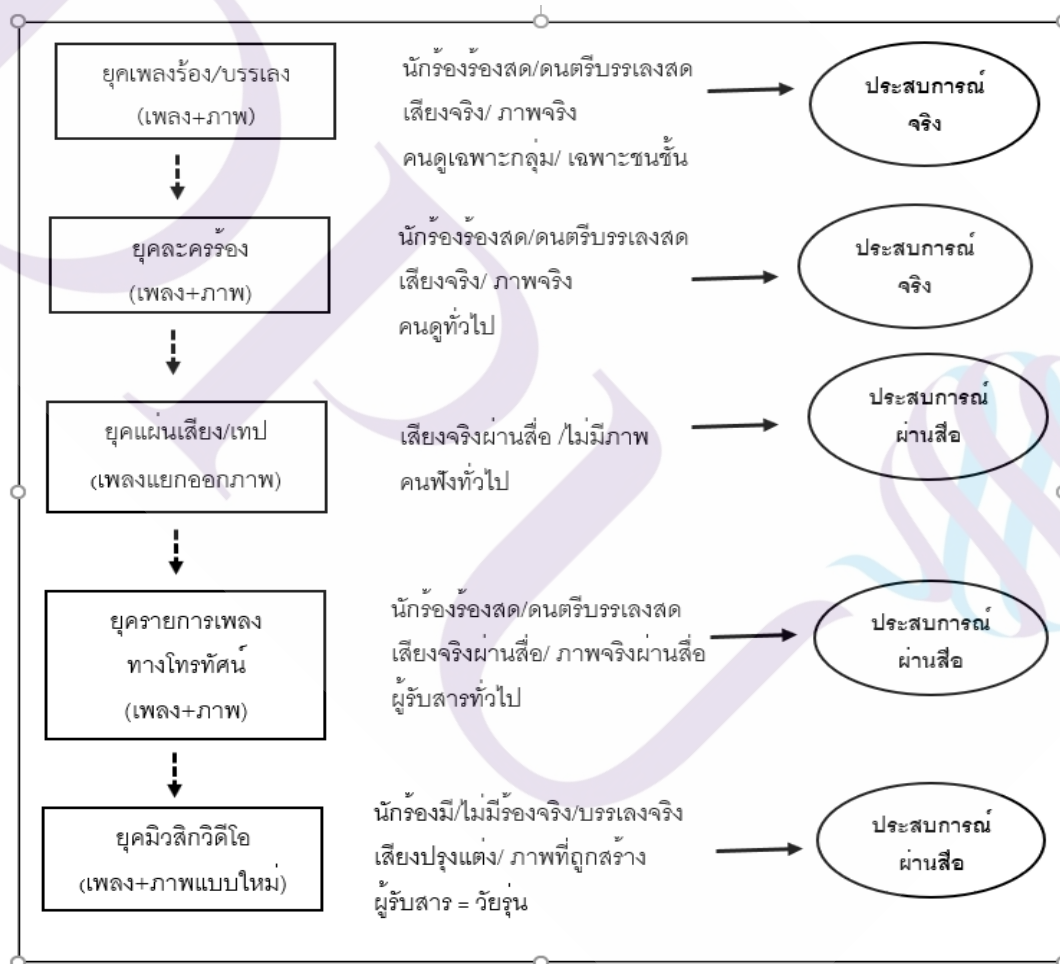
สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของมิวสิกวิดีโอที่นอกจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การฟังเพลง ยังเป็นการสร้างประสบการณ์ผ่านการรับสื่อของผู้คนอีกด้วย โดยเฉพาะมิวสิกวิดีโอที่เป็นทั้งสื่อภาพและเสียง โดยอมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2545, น. 431-433) ได้เขียนอธิบายไว้ในหนังสือ *สื่อบันเทิงอำนาจแห่งความไร้สาระ* ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ในยุคก่อนหน้าที่จะมีคาสเซตเทป การฟังเพลงมีเพียงวิธีเดียวคือไปฟังการบรรเลงดนตรี และการร้องสดภาพที่เห็นเป็นการขับร้องจริง ๆ ของนักร้อง เสียงที่ได้ยิน ได้ฟังก็เป็นเสียงจริง เรียกได้ว่าเป็น “ตัวจริงเสียงจริง” สิ่งที่ได้รับจากการฟังเพลงจึงเป็นประสบการณ์ตรง (direct experience) ครั้นเมื่อเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าและเข้ามามีบทบาทในวงการเพลง โดยสื่อวิทยุถือกำเนิดขึ้นมนุษย์จึงสามารถเอาชนะเวลาและที่เวลาและพื้นที่ (Time and Space) ได้มนุษย์สามารถฟังหรือร้องเพลงเมื่อใดก็ได้เท่าที่ต้องการ

ในยุคแรกแม้ว่าการฟังเพลงผ่านรายการวิทยุจะเป็นการฟังเสียงผ่านสื่อ แต่ก็ยังคงเป็นรายการสดเสียงที่ได้ยินก็ยังเป็นเสียงจริงของนักร้อง มีเพียงแต่ภาพนักร้องนักดนตรีเท่านั้นที่หายไป ในเวลาต่อมาเมื่อมีแผ่นเสียงและคาสเซตเทปเกิดขึ้นการฟังเพลงที่เป็นรายการสดทางวิทยุกระจายเสียงจึงเปลี่ยนเป็นการฟังเสียงนักร้องแบบไม่สดซึ่งได้รับการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า เมื่อสื่อโทรทัศน์กำเนิดขึ้นรายการเพลงที่เคยมีเฉพาะทางสื่อวิทยุกระจายเสียงก็เริ่มเข้ามาอยู่ในรายการทางโทรทัศน์ซึ่งโดยธรรมชาติและข้อเด่นของสื่อโทรทัศน์ที่ให้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ทำให้การฟังเพลงเปลี่ยนไปเป็น “การรับฟังและรับชม” ภาพนักร้องนักดนตรีที่ไม่ได้เห็นเมื่อฟังวิทยุกระจายเสียงก็กลับมาได้เห็นผ่านจอโทรทัศน์ซึ่งเป็นรายการสดในยุคแรก ๆ เช่นเดียวกับวิทยุ โดยมีนักร้องมาขึ้นร้องเพลงจริงต่อมาก็มีการบันทึกเทปรายการเพลงจึงเปลี่ยนเป็นการร้องแบบไม่สดทั้งที่เป็นการร้องจริงแล้วบันทึกเทปก่อนออกอากาศและเป็นการร้องตามเทปเพลงที่บันทึกไว้แล้วที่เรียกว่า ลิปซิงค์ การฟังเพลงที่เป็นประสบการณ์ตรงที่เห็นนักร้องและนักดนตรีบรรเลงด้วยวงดนตรีแบบสด ๆ ซึ่งเป็นเสียงจริงภาพจริง เปลี่ยนมาเป็นจากประสบการณ์ตรงสู่ประสบการณ์ผ่านสื่อ (mass-mediated experience)

จนกระทั่งมาเข้าสู่ยุคมิวสิกวิดีโอ เสียงที่ได้ยินและภาพที่เห็นไม่เพียงเป็นประสบการณ์ผ่านสื่อเท่านั้น แต่ยังเป็นเสียงที่แต่งเติมดัดแปลงด้วยเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์เรียกว่าเครื่องมิกซ์เสียงในห้องอัดภาพเรื่องราวในมิวสิกวิดีโอได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นซึ่งถือว่าเป็น “ภาพสร้างและเป็นเสียงแต่งผ่านสื่อ” อาจกล่าวได้ว่านอกจากเป็นประสบการณ์ผ่านสื่อแล้วยังเป็นภาพและเสียงที่ได้รับการปรุงแต่งอีกด้วย

นอกจากเรื่องเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาททำให้ประสบการณ์ของคนเปลี่ยนไปแล้ว ยังส่งผลให้ตัวผู้รับสารเปลี่ยนไปจากเดิมดนตรีหรือเพลงเพื่อประกอบพิธีกรรมจะมีเพียงคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้เข้าร่วมพิธีกรรมได้ต่อมาเมื่อมีสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ผู้รับสารก็ไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะกลุ่ม แต่กลายเป็นคนทั่วไปที่เปิดรับสื่อและเมื่อมาเป็นมิวสิกวิดีโอผู้รับสารก็กลายเป็นคนเฉพาะกลุ่มที่เด่นชัดขึ้นว่าเป็นวัยรุ่นนอกจากเรื่องประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ผ่านสื่อและกลุ่มผู้รับสารที่เปลี่ยนไปแล้วบทบาทหน้าที่ที่มีเพื่อตอบสนองพิธีกรรมก็เปลี่ยนมาเป็นบันเทิงซึ่งหากพิจารณาถึงวิวัฒนาการของเพลงไทยสากลมาสู่เพลงสมัยนิยมจะพบว่าเพลงมีการเปลี่ยนบทบาทหน้าที่และมีคุณสมบัติที่เปลี่ยนไปเมื่อมีสื่อเข้ามาเป็นปัจจัยหลักส่งผลให้ประสบการณ์ในการฟังเพลงเปลี่ยนไปดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 มิวสิกวิดีโอกับการสร้างประสบการณ์ผ่านสื่อ

ที่มา: อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ .(2545). *สื่อบันเทิงอำนาจแห่งความรู้สึกระ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ความหมายของมิวสิกวิดีโอ

พัลพงศ สุวรรณวาทิน (2536, น. 8) กล่าวว่า มิวสิกวิดีโอ (Music Video) หมายถึง ภาพประกอบเพลงหรือภาพที่สื่อความหมายจากเนื้อหาของเพลงเพื่อสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายและความเพลิดเพลินจากการได้รับชมมิวสิกวิดีโอ นอกจากนี้มิวสิกวิดีโอยังสอดแทรกสิ่งที่เป็นประโยชน์และสิ่งที่ดีมีสาระไว้ แต่จุดมุ่งหมายที่สำคัญที่ทำให้มีงานชนิดนี้ขึ้นมาคือ เพื่อส่งเสริมเพลงของศิลปินในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านการตลาด ยอดจำหน่ายหรือการโปรโมทให้ประชาชนได้คุ้นเคยกับเพลงของศิลปินจากอัลบั้มชุดนั้น

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2544, น. 121) ได้ให้ความหมายของมิวสิกวิดีโอว่า มิวสิกวิดีโอ (Music Video) คือ ภาพประกอบเพลงที่ถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับเพลงเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตและคนฟังที่ตีความหมายและสร้างจินตนาการให้แบบสำเร็จรูป ตั้งแต่มิวสิกวิดีโอกำเนิดขึ้นสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ นิยามของมิวสิกวิดีโอในยุคแรก ๆ จึงเป็นการผลิตภาพประกอบเพลง หรือมีเพลงเป็นหลัก ภาพเป็นรอง แต่ปัจจุบันพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงนั้นไม่ได้ยึดถือเพลงเป็นหลักเนื้อหาของเรื่องไม่เกี่ยวกับเพลงก็มี

อย่างไรก็ตามแม้ว่ามิวสิกวิดีโอจะมีนิยามต่าง ๆ นานา แต่ไม่ว่าจะนิยามอย่างไรมิวสิกวิดีโอก็ยังคงมีส่วนสำคัญหลักคือเพลงและภาพที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างน่าสนใจดังที่ Cathy Schwichtenberg (1992 อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 453) กล่าวว่า แม้ว่าจะมีคำจำกัดความเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอในแง่มุมอย่างใดก็ตาม ส่วนประกอบสำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจนของมิวสิกวิดีโอ คือ เพลงและภาพ นักวิชาการหลายคนเชื่อว่ามิวสิกวิดีโอสามารถทำให้คนดูและคนฟังตีความเสียงเพลงนั้นเข้ากับความรู้สึกชอบส่วนตัวหรือเป็นสัญลักษณ์หรือการสื่อสารเฉพาะภายในกลุ่มของพวกเขา

บทบาทและความสำคัญของมิวสิกวิดีโอ

Shuker (1994 อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 455) กล่าวว่า การศึกษาทำความเข้าใจมิวสิกวิดีโอจำเป็นต้องทำความเข้าใจในกระบวนการผลิต และบทบาทหน้าที่เชิงธุรกิจของมิวสิกวิดีโอในอุตสาหกรรมเทปเพลงเสียก่อน Aufderheide, P. อธิบายว่า มิวสิกวิดีโอเป็นสุนทรียศาสตร์ทางการสื่อสารที่เป็นสัญลักษณ์ของศิลปิน นักร้อง และเป็นชนวนให้เกิดการใช้เวลาและเงินสำหรับการซื้อหาของกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ซึ่งมีบทบาทและสำคัญดังนี้

1. มิวสิกวิดีโอมีบทบาทในการเสนอสิ่งแวดลอม ประสบการณ์ อารมณ์ และวัฒนธรรมวัยรุ่น (Youth culture)
2. มิวสิกวิดีโอเป็นพื้นฐานทางการตลาดของเพลงสมัยนิยม (Popular song)

3. มิวสิกวิดีโอมีรูปแบบเฉพาะที่ใช้เป็นสื่อเพื่อการโฆษณาของบริษัทเพลง
4. มิวสิกวิดีโอมีอิทธิพลในการสร้างฝัน จินตนาการ และวัฒนธรรมวัยรุ่น

รูปแบบของมิวสิกวิดีโอ

รูปแบบของมิวสิกวิดีโอประกอบด้วยองค์ประกอบหลักทางประสบการณ์ของผู้ฟังคือ ทางกายภาพ(Physical) ทางอารมณ์ (emotion) และทางระดับการจดจำ (cognitive levels) หากแบ่งรูปแบบของมิวสิกวิดีโอสามารถแบ่งได้หลายวิธี เช่น แบ่งตามประเภท หรือแบ่งตามศิลปินนักร้อง Simon Frith (อ้างถึงใน อมรรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 455-456) ได้แบ่งรูปแบบมิวสิกวิดีโอที่เห็นได้จากการที่บริษัทเพลงผลิตออกมา 3 รูปแบบดังนี้

1. มิวสิกวิดีโอที่มีการแสดงเป็นหลัก (Performance) เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน มักเป็นการนำเสนอภาพวงดนตรีแสดงดนตรีหรือนักร้องร้องเพลงอยู่บนเวที
2. มิวสิกวิดีโอที่มีเรื่องราวสื่อความหมายเป็นหลัก (Narrative) เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์เป็นเรื่องราว แต่ไม่เหมือนกับนิยายหรือภาพยนตร์ เนื่องจากเรื่องราวเหล่านั้นจะขึ้นอยู่กับความหมายของเพลง
3. มิวสิกวิดีโอที่มีแนวความคิดบางอย่างที่ไม่เป็นเรื่องราว (Conceptual) เป็นรูปแบบที่อธิบายถึงสิ่งที่เรียกว่า ดนตรีภาพ (Visual music) หรือการฟังเพลงด้วยตา เป็นรูปแบบที่ใช้การเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วหรือท่าเต้นที่เป็นจังหวะ รูปแบบนี้ใช้เทคนิคการพัฒนาแนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของดนตรี การลำดับเรื่องราว (editing) และภาพลักษณ์ (images) ซึ่งความสัมพันธ์เหล่านี้จะถูกนำเสนอออกมาเป็นกลุ่มของภาพลักษณ์ (set of images)

การใช้ภาษาทางสื่อมิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอมีการพัฒนาไปจากเดิมอย่างมากปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่

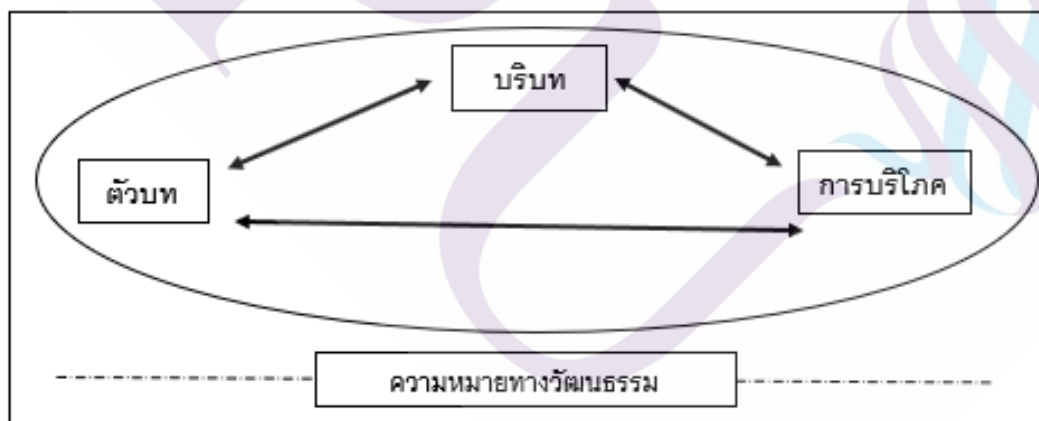
1. ปัจจัยทางสังคม โดยเฉพาะการรับอิทธิพลจากตะวันตกมากขึ้นซึ่งสะท้อนให้เห็นด้านเนื้อหาที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโออาจมีการเลียนแบบมิวสิกวิดีโอตะวันตกซึ่งบางครั้งไม่เหมาะสมต่อสังคมไทย
2. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีซึ่งมีบทบาทต่อการผลิตมิวสิกวิดีโอเช่นกันช่วยพัฒนารูปแบบและเนื้อหาให้ดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น เช่น การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกอนิเมชันต่าง ๆ

3. ปัจจัยทางการตลาดเป็นการแข่งขันกันของค่ายเพลงเพื่อสร้างความสนใจแก่กลุ่มเป้าหมายจึงมีการแข่งขันกันเพื่อพัฒนามิวสิกวิดีโอให้มีความน่าสนใจมากกว่าในอดีต

การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ

งานเขียนและการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเริ่มในต้นปี 1980 โดยมากเป็นการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอในฐานะที่เป็นภาพ (visual text) ผู้บุกเบิกงานการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ คือ E. Ann Kaplan เริ่มต้นจากงานการวิเคราะห์รูปแบบมิวสิกวิดีโอของสถานีโทรทัศน์ MTV ต่อมานักวิชาการเริ่มให้ความสนใจวิเคราะห์พฤติกรรมการดูมิวสิกวิดีโอ ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากมิวสิกวิดีโอ จนกระทั่งปัจจุบันงานเขียนเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอ เพิ่มจำนวนมากขึ้นและขยายมุมมองออกไป

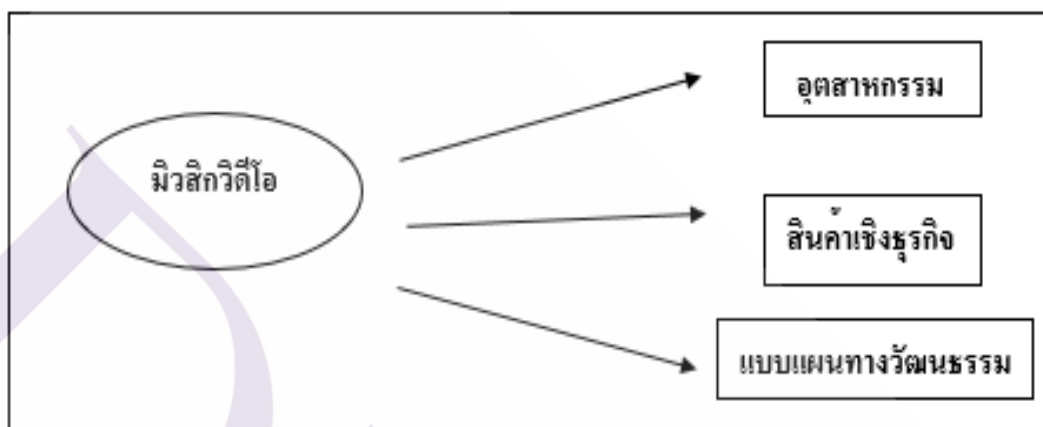
การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งในฐานะที่เป็นรายการโทรทัศน์และในฐานะที่เป็นเพลงสมัยนิยม ในการวิเคราะห์นั้นจำเป็นต้องพิจารณาถึงกระบวนการผลิตและหน้าที่เชิงธุรกิจของอุตสาหกรรมดนตรีด้วยเนื่องจากมีหลายความหมายในตัวบท (text) ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบริบท (context) เพราะมิวสิกวิดีโอเปิดโอกาสให้ผู้ฟังตีความได้เอง แสดงให้เห็นว่า มีปฏิสัมพันธ์ (interaction) ระหว่างบริบทแวดล้อม ตัวบท และการบริโภคทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับความหมายทางวัฒนธรรมนั้น



ภาพที่ 2.3 การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ

ที่มา: อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ .(2545). *สื่อบันเทิงอำนาจแห่งความไร้สาระ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นอกจากนี้ Shuker (1994 อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 476) ได้เสนอว่าการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอได้ 3 สถานะ คือ มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นอุตสาหกรรม (Industrial) มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นสินค้าเชิงธุรกิจ (commercial product) และมิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นแบบแผนทางวัฒนธรรม (Cultural form)



ภาพที่ 2.4 สถานะการมองมิวสิกวิดีโอตามทัศนะของ Shuker

ที่มา: อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ .(2545). *สื่อบันเทิงอำนาจแห่งความรู้สึกระ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เนื่องจากองค์ประกอบหลักของมิวสิกวิดีโอคือ ส่วนของเพลงและภาพ ดังนั้นการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอจึงต้องพิจารณาเพลงและภาพควบคู่กันไปด้วย เพราะเนื้อเพลงอธิบายหลายสิ่งหลายอย่างที่เป็นความคิดและสิ่งที่ดำเนินอยู่ในสังคมดังที่ Simon Frith (1997 อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 476-477) กล่าวว่า เนื้อเพลงสมัยนิยมสะท้อนให้เห็นถึงแรงผลักดันทางสังคม (social force) ที่ถูกผลิตซึ่งสิ่งที่สะท้อนผ่านเพลงสมัยนิยมนั้น มีทั้งที่เป็นแรงผลักดันทางความคิดที่คนส่วนใหญ่ในสังคมประพฤติปฏิบัติหรือที่เรียกว่า ความคิดกระแสหลัก และทั้งที่เป็นแรงผลักดันทางความคิดที่เป็นของคนส่วนน้อยในสังคมหรือที่เรียกว่า ความคิดกระแสรอง หรือด้านกระแสตัวอย่างเช่น เพลงไทยสมัยนิยมส่วนใหญ่ก็จะสะท้อนความคิดเรื่องความรักที่เป็นรักเดียวใจเดียวหรือชายหนึ่งหญิงเดียว ซึ่งสะท้อนความคิดกระแสหลักของสังคมไทย ในขณะที่เพลงไทยสมัยนิยม (ส่วนน้อย) สะท้อนความคิดเรื่องความรักที่เป็นหนึ่งหญิงหลายชาย เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการศึกษเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอ นั้น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติของมิวสิกวิดีโอ ที่มีองค์ประกอบทั้งภาพและองค์ประกอบของเสียง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็น

พื้นที่แห่งการบรรจุความหมายเอาไว้ทั้งสิ้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดมิวสิกวิดีโอ เพลงมาเพื่อทำความเข้าใจความหมาย ที่มา รูปแบบ บทบาทของมิวสิกวิดีโอและนำมาเป็นกรอบ แนวทางการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามิวสิกวิดีโอเป็นอีกพื้นที่สื่อที่บรรจุ ความหมาย เรื่องราวสิ่งแวดลอม ประสบการณ์ อารมณ์ อุดมการณ์ และวัฒนธรรมของกลุ่มต่าง ๆ เอาไว้ และในการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอก็จำเป็นต้องศึกษาในมิติสามด้านที่มีปฏิสัมพันธ์ (interaction)กันระหว่างบริบท ตัวบท และการบริโภคของผู้รับสารที่มีการถอดรหัสแตกต่างกัน เพราะมิวสิกวิดีโอเปิดโอกาสให้ผู้ฟังตีความได้เอง ในการศึกษาครั้งนี้จึงจำเป็นต้องศึกษาการสื่อสาร ความหมายของอัตลักษณ์อีสานใหม่ ผ่านการศึกษบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสาน (context) การศึกษาตัวบท (text) คือ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน รวมทั้งศึกษาการถอดรหัส ความหมายของผู้ชม (audience) ในการอ่านความหมายทางวัฒนธรรม รวมทั้งนำแนวคิดนี้มาเพื่อ เป็นแนวทางในการคัดเลือก วิเคราะห์การสร้างความหมายอัตลักษณ์อีสานผ่านรูปแบบของมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยพิจารณาจากรูปแบบการนำเสนอของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพื่อ วิเคราะห์ถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่สร้าง จำลอง หรือฉายภาพ ความหมายและอัตลักษณ์ความเป็นอีสาน (แบบใหม่) เอาไว้

2.3 แนวคิดด้านการเข้ารหัสและการถอดรหัสของ สจิวต์ ฮอลล์

สจิวต์ ฮอลล์ (Stuart Hall, 1997) นักวิชาการสำนักวัฒนธรรมศึกษาชาวจาไมก้า ซึ่ง ฮอลล์ปฏิเสธแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R ซึ่งเป็นแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีการสื่อสารของ อเมริกัน ที่เชื่อในการสื่อสารทางเดียวผ่านช่องทางหนึ่ง ๆ ไปยังผู้รับสาร โดยมองว่าผู้ส่งสาร (Sender) มีอำนาจเหนือผู้รับสาร แต่ฮอลล์เชื่อว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการผลิต แพร่กระจาย บริโภค ผลิตซ้ำวัฒนธรรม และความหมายต่าง ๆ ฮอลล์ยังได้โต้แย้งแนวคิดของทฤษฎีผลกระทบ ของสื่อต่อผู้รับสาร (Media Impact Theory) ที่เชื่อว่าผู้รับสารเป็น passive โดยฮอลล์ได้เสนอแนวคิด เรื่อง “การเข้ารหัสและการถอดรหัส” (encoding/decoding) ว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้อง ใช้รหัสชุดเดียวกันเสมอไป

ลักษณะของการสื่อสารในการเข้ารหัสนี้ มีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงอยู่ 2 ประการคือ ความหมาย (meanings) และตัวสาร (messages) ในรูปแบบของสื่อสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นภาษาที่ ผ่านการใส่รหัส (codes) ที่มีความเข้าใจง่าย หรือรหัสสารที่ต้องผ่านการสร้างความหมายร่วมที่เกิด จากความสัมพันธ์ทางสังคม โดยผ่านการแปลความหมายโดยผู้รับสาร (Hall, 1980) แต่หากมี อุปสรรคของการเข้าถึงหรือเกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารหรือผู้เข้ารหัสและผู้รับสาร

ในฐานะของผู้ถือครหัส การบริโภค (consumption) สาร ก็จะไม่เกิดขึ้นความสัมพันธ์กันทางสังคม
ก็ไม่เกิดขึ้นด้วยเช่นกัน

Hall (1999 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549, น. 291-294) ได้พัฒนาแนวคิด encoding / decoding เพื่อตอบคำถามที่ว่า ความหมายนั้นถูกสร้าง ถูกแพร่กระจาย และถูกบริโภคได้อย่างไร โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมการเพื่อการผลิต

โดยปกติแล้วผู้ผลิตมักจะคิดว่าตนเองไปหยิบเอา “วัตถุดิบทั้งหมดที่มี” มานำเสนอ แต่ในความเป็นจริงแล้วผู้ผลิตได้ “คัดเลือก” เอาวัตถุดิบบางอย่างเท่านั้นนำมาเสนอ การคัดเลือกนี้ จะถูกกำหนดจากอุดมการณ์ของผู้ผลิตเอง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นอุดมการณ์หลักของสังคม เพราะกลไกทางอุดมการณ์ของสังคมจะคัดเลือกผู้ผลิตที่มีอุดมการณ์สอดคล้องกับสังคมเข้าไปทำงานในระบบ เนื่องจากผลงานที่มีอุดมการณ์สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ จะได้รับการยอมรับในวงกว้าง ในขณะที่ผลงานซึ่งนำเสนอสิ่งที่ตรงข้ามกับอุดมการณ์ในวัฒนธรรมสังคมนั้น ๆ จะไม่ได้รับการยอมรับและยังอาจทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ (สกนธ์ กุ๋งามดี, 2546 , น.41) โดยปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือกจะมีหลากหลาย นับตั้งแต่ความรู้ ความเข้าใจเทคนิค อุดมการณ์ของผู้ผลิต นโยบายของบริษัท และความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร เป็นต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตว่าจะ “ใส่รหัส” ต่อวัตถุดิบที่มีอย่างไรขั้นตอนนี้ เรียกว่า ขั้นตอนการใส่รหัส (Encoding) (วารจกณา ไช่มุก, 2553, น. 15) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งคำถามกับผู้ผลิตหรือผู้ส่งสารว่าความหมายที่อยู่ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้ถูกสร้างสรรค์ (Generated) ขึ้นมาได้อย่างไรและผู้สร้างสัญญาณนั้นมีวิธีการสื่อสารความหมาย (Convey) เหล่านั้นไปยังผู้รับสารได้อย่างไรบ้าง โดยการวิเคราะห์ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

2. ขั้นตอนมือทำการผลิต

ช่วงที่สองเป็นขั้นตอนมือทำการผลิตขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง “ความเป็นจริง” ที่เป็นโลก 3 มิติซึ่งมีโครงสร้างและกรอบของตนเอง อีกทั้งยังมีความหมายอันหลากหลาย (Polysemy) ให้แปรรูปมาอยู่ในสื่อแบบต่าง ๆ แต่ทว่าสื่อเหล่านี้ล้วนเป็นโลก 2 มิติที่มีอาจบรรจุความเป็นจริงในโลก 3 มิติเข้ามาได้หมด ดังนั้น ความเป็นจริงเหล่านั้นจึงต้อง “ถูกผลิต (Produced)” ออกมาในรูปแบบหนึ่งเช่น โฆษณาส่งเสริมสังคมที่มีภาพป่าสวยงามเขียวขจี หากต้องการจะสื่อให้ผู้รับสารทราบว่า อากาศที่ป่าแห่งนี้กำลังเย็นสบาย ไม่ร้อนเหมือนในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพฯ ผู้ผลิตก็ต้องใช้การบรรยายด้วยคำพูดว่า ป่าแห่งนี้มีสายลมพัดเย็นสบายตลอดเวลาไม่ร้อนอบอ้าวเหมือนในเมืองใหญ่ เป็นต้น ขั้นตอนนี้ก็เป็นขั้นตอนการใส่รหัส (Encoding) เช่นกัน

3. ขั้นตอนการถอดรหัส (Decoding)

จาก 2 ขั้นตอนที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า ที่ผู้ชมรับรู้มันไม่ใช่ “วัตถุดิบที่เป็นเหตุการณ์จริง” หากแต่เป็น “วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว” ซึ่งมีความหมายของผู้ผลิตใ้มาด้วย ในการวิจัยครั้งนี้จึงตั้งคำถามกับผู้รับสารว่า ผู้รับสารถอดความหมายออกมารับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานดังกล่าวได้อย่างไรในเมื่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงมิได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ในขั้นตอนนี้เราจึงศึกษาว่าผู้รับสารเรียนรู้ได้อย่างไรโดยในขั้นตอนของการถอดรหัสปฏิบัติการของผู้รับสารจะมี 2 แบบดังนี้

ก. ผู้รับสารสามารถสร้างความหมายจากเนื้อหาสารได้ หมายความว่า ผู้รับสารดูสารเข้าใจ รู้เรื่อง ในกรณีนี้ผู้รับสารจะบริ โภคและให้ความหมายกับสารนั้น แต่หากนำเอาความหมายนั้นไปใช้ในชีวิตประจำวันแล้วไม่ได้ผล ความหมายนั้นก็จะเป็น “ไม่มีผล” หรือ “ไม่มีมีความหมาย” สำหรับผู้ส่งสาร

ข. ผู้รับสารไม่สามารถสร้างความหมายจากเนื้อหาสารได้ หมายความว่า ผู้รับสารดูสารไม่เข้าใจ ไม่รู้เรื่อง ในกรณีนี้เนื้อหาข่าวสารนั้นก็จะเป็นไม่สามารถสร้างความหมายใด ๆ แก่ผู้รับสารได้เลย

ฮอลล์ แบ่งแผนการถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสารเป็น 3 รูปแบบ คือ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 666)

- การถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา หรือที่เรียกว่า preferred reading
- การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต้องต่อรองความหมายเสียใหม่ ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง หรือที่เรียกว่า negotiated reading
- การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา หรือที่เรียกว่า oppositional reading

จุดยืนในการตีความทั้งสามแบบนี้ เกิดขึ้นตลอดเวลาในทุกเวทีของการสื่อสาร เพียงแต่ว่าสัดส่วนของแต่ละจุดยืนจะมากน้อยต่างกันเพียงไรเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าจุดยืนของฮอลล์ คือการให้ความสำคัญกับผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายไม่ได้ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้ส่งสารเพียงเท่านั้น หากแต่ได้ถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนของผู้รับสารด้วย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560 น. 666)

ผู้ส่งสารในทัศนะของ Hall ทำหน้าที่สองอย่างไปพร้อม ๆ กัน ในขณะที่ส่งสาร นั่นคือการส่งข่าวสารและการคิดตั้งรหัสการถอดรหัสความหมายจากสารให้แก่ผู้รับสารถึงแม้จะมีช่องว่างด้านความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอยู่เสมอกว่าคือ ผู้รับสารจะไม่สามารถถอดรหัส

ความหมายออกได้ถูกต้องตามที่ผู้ส่งสารต้องการทุกประการแต่ในความหมายหลัก ๆ หรือใจความสำคัญแล้วผู้รับสารจะสามารถถอดรหัสตามที่ผู้ส่งสารได้ใส่รหัสไว้ โดยความสามารถในการใช้เครื่องมือของตัวบท (Textual Device) มาช่วยควบคุมความหมาย (Meaning Control) ให้การถอดรหัสสัญญาณเป็นไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารต้องการและการกำหนดเงื่อนไขการรับรู้ (Condition of Perception) หรือการกำหนดมุมมองให้เป็นไปตามมุกกล้องที่ผู้ส่งสารต้องการให้แก่ผู้รับสารนั่นเอง (อ้างถึงในวารสาร ไข่มุก, 2553, น. 19)

ผู้รับสารในทัศนะของ Hall เป็นกลุ่มคนที่ถูกจัดระบบโครงสร้างทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะเรียงตัวกันตามประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาถกเถียงอย่างมีความสัมพันธ์กับรูปแบบและความหมายของสาร (Form and Meaning) อาทิเช่น ถ้าเนื้อหาสาระเป็นประเด็นทางการเมืองผู้รับสารก็จะเรียงตัวกันตามอุดมการณ์ทางการเมืองของแต่ละคน แต่ถ้าเนื้อหาสาระเปลี่ยนเป็นประเด็นเกี่ยวกับยาเสพติด ผู้รับสารก็จะเรียงตัวกันใหม่ตามความคิดความเชื่อ ค่านิยมเกี่ยวกับสิ่งเสพติดของแต่ละคน โดยผู้รับสารแต่ละกลุ่มอาจตีความหมายของสัญญาณได้เหมือนหรือแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ การเลือกรับรู้ (Selective Perception) ของผู้รับสารซึ่งมีปัจจัยทางด้านอัตวิสัย (Subjective Capacity) ของผู้รับสารเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมากเช่น ภูมิหลัง ประสบการณ์ ระดับการศึกษา อาชีพ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จุดยืนทางการเมือง เพศ ชนชั้น อุดมการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม สถานะทางสังคม และทัศนคติ ในกรณีที่ผู้รับสารแต่ละกลุ่มตีความเบี่ยงเบน (Distort) ออกจากความตั้งใจของผู้ส่งสารนั้น การเบี่ยงเบนดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นแบบเดียวกันอย่างเป็นระบบ (Systematically Distorted Communication) ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (Being Constructed) จากระบบการสื่อสารในสังคมนั้น ๆ ดังนั้น ความหมายที่ถูกตีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มจึงมิใช่ความหมายที่ไร้ทิศทางหากแต่เป็นการตีความหมายเบี่ยงเบนที่เป็นตัวเลือก (Choice) อยู่ชุดหนึ่งเรียกว่า เป็นกลุ่มของความหมายอันหลากหลายชุดหนึ่ง (Polysemy) ซึ่งเป็นการตีความหมายที่หลากหลายของสมาชิกในกลุ่มแต่ทุกความหมายล้วนอยู่ในกรอบของ Polysemic Values โดยในการตีความหมายอันหลากหลายนั้นจะมีการตีความอยู่แบบหนึ่งที่มีลักษณะเด่นกว่าอันอื่น (Dominant Meaning) (กาญจนาแก้วเทพ, 2539 อ้างถึงในวารสาร ไข่มุก, 2553, น. 20)

การเข้ารหัสจากผู้ส่งสารมีรูปแบบที่มีความหลากหลายแตกต่างไปตามองค์ประกอบพื้นฐานที่มีอยู่ภายในตัวผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ความรู้สึกนึกคิด วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นตัวส่งผลให้เกิดรูปแบบของการส่งสารหรือการเข้ารหัสที่แตกต่างกัน และในตัวผู้รับสารเองก็มีระบบการถอดรหัส ผ่านการเลือกรับ (selective perception) และเลือกตีความหมายของรหัสสาร (preferred reading) ต่างกัน (ปนิชาร วงศาสุทัศน์, 2561, น. 44) เช่นเดียวกับการศึกษาครั้งนี้ ที่โดยผู้ผลิตเพลงหรือผู้ประกอบการในฐานะของผู้ส่งสารเป็นผู้กระทำ

การเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่แสดงถึงความเป็นอีสาน เป็นเสมือนตัวกลางในการส่งสารหรือสื่อสารความหมายไปยังผู้บริโภคที่มีความหลากหลายของภูมิหลัง ประสบการณ์ทัศนคติ และความสามารถในการถอดรหัสที่แตกต่างกันผ่านการบริโภคหรือการรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยนั่นเอง

ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดด้านการเข้ารหัสและการถอดรหัสของสจ๊วต ฮอลล์ มาทำความเข้าใจในการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่าน และเป็นกรอบในการวิเคราะห์การเข้ารหัส (encoding) และการถอดรหัสของผู้รับสารทั้ง 3 รูปแบบ คือ 1. การถอดรหัสด้วยจุดยืนแบบเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา หรือที่เรียกว่า preferred reading 2. การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรองความหมายเสียใหม่ ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง หรือที่เรียกว่า negotiated reading และ 3. การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา หรือที่เรียกว่า oppositional reading มาเป็นเกณฑ์ในการศึกษาผู้รับสารนั่นเอง

2.4 แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Concept of Production and Reproduction)

การผลิตและการผลิตซ้ำแม้มีที่มาจากแนวคิดสำนักมาร์กซิสม์ (Marxism) หรือ เศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy) โดยเริ่มต้นจากความสนใจที่จะศึกษาการผลิตในมิติเศรษฐกิจที่เน้นพลังการผลิต (Productive Forces) ปัจจัยการผลิต (Means of Production) ความสัมพันธ์ทางการผลิต (Production Relations) และโครงสร้างอำนาจ (Power Structure) ที่เป็นตัวสร้าง ผลิต กระจาย และบริโภค ต่อมาเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) นักคิดสำนักวัฒนธรรมศึกษาได้นำมาต่อขยายจากการผลิตในความหมายจำกัดอยู่เพียงการผลิตทางเศรษฐกิจ เป็นการผลิตทางวัฒนธรรม ความหมาย อุดมการณ์ โดยการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมมีลักษณะคล้ายการผลิตและการผลิตซ้ำทางเศรษฐกิจ เนื่องจากต้องมีพลังการผลิตทั้งด้านปัจจัยการผลิตและแรงงาน ในขณะเดียวกันก็ต้องพิจารณาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางการผลิตและความไม่เท่าเทียมกันหรือการกระจุกตัวของการครอบครองปัจจัยทางการผลิต (มัสราชมะวรรณ, 2537 น. 100)

เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams, 1981 อ้างถึงในลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2552, น. 33) เป็นนักวิชาการชาวอังกฤษคนสำคัญผู้บุกเบิกวางรากฐานการศึกษาสื่อและวัฒนธรรมร่วมสมัยให้กับสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham school) แนวคิดของวิลเลียมส์ จะรวมศูนย์อยู่ที่เรื่องวัฒนธรรมและวิธีการวิเคราะห์วัฒนธรรม ซึ่งแนวคิดของเขามีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละ

ยุค กล่าวคือ ในยุคแรกงานเขียนของเขาได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดของ เอฟ อาร์ ลีอาวิส (F.R. Leavis) ที่สนใจวิเคราะห์วัฒนธรรมด้วยเกณฑ์สุนทรียะ โดยลีอาวิสได้นิยามความหมายของ วัฒนธรรมว่าเป็นจุดสูงสุดทางด้านอารยธรรมของมนุษยชาติ ความสนใจศึกษาวัฒนธรรมของ ลีอาวิส จึงจำกัดวงเฉพาะวัฒนธรรมชั้นสูงหรือศิลปะของชนชั้นสูงเท่านั้น ต่อมาภายหลังวิลเลียมส์ ก็เริ่มวิเคราะห์วัฒนธรรมด้วยแนวทางที่แตกต่างไปจากกระแสความคิดแบบลีอาวิส

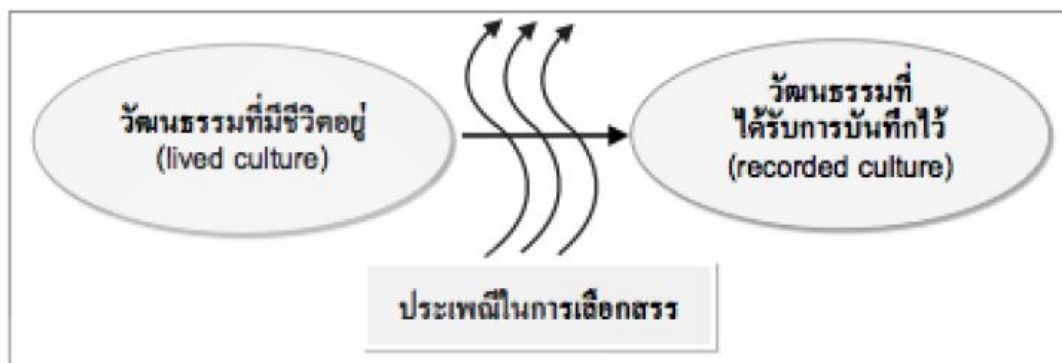
การศึกษาวัฒนธรรมศึกษาตามแนวคิดวิลเลียมส์ สามารถสรุปเอกลักษณ์เด่น โดยใช้ การศึกษาของกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2560, น. 661-663) อธิบายไว้สามประเด็น ดังนี้

ประการแรก วิลเลียมส์ปฏิเสธการจำแนกวัฒนธรรมออกเป็นลำดับชั้นตามทฤษฎีของลา วิส ซึ่งเป็นแนวคิดกระแสหลักในโลกวิชาการตะวันตกในยุคนั้นที่ได้แบ่งระดับของวัฒนธรรม ออกเป็นลำดับชั้นคือ วัฒนธรรมชั้นสูง วัฒนธรรมชั้นกลางและวัฒนธรรมมวลชน แต่วิลเลียมส์ปฏิเสธการจัดแบ่งดังกล่าว โดยกล่าวว่าในยุคปัจจุบันไม่มีพื้นที่เฉพาะสำหรับ “วัฒนธรรม” หรือ “ศิลปะ” ของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอีกต่อไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นคนตรีแนวเร็พ เรฟ และฮิพฮอป ต่างก็ ล้วนเป็น “ศิลปะ” ที่ถูกผลิต/ลงทุนเผยแพร่/ขาย/ซื้อ/บริโภคและเพื่อแสวงหากำไรเหมือนกันทั้งสิ้น ดังนั้น ผลผลิตทางวัฒนธรรมทุกชนิดจึงเสมอภาคกันไปหมด ไม่มีลำดับชั้น โดยวิลเลียมส์ได้แบ่ง วัฒนธรรมเสียใหม่ออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ (lived culture) อันหมายถึง วัฒนธรรมทุกอย่างที่มีอยู่ใน ช่วงเวลาหนึ่งและในสถานที่หนึ่ง และเฉพาะคนที่มีชีวิตอยู่ในช่วงเวลาและสถานที่นั้นเท่านั้น ที่จะ เข้าถึงหรือสัมผัสกับวัฒนธรรมดังกล่าวได้ เช่น ขนมไทยสมัยอยุธยาหรือรัตน โกสินทร์ตอนต้นมี หลากหลายชนิด และจะมีก็เพียงชาวสยามที่มีชีวิตอยู่ในยุคนั้นที่รับรู้หรือเคยลิ้มชิมรสชาติขนม เหล่านี้เท่านั้น

2. วัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ (recorded culture) อัน ได้แก่ บางส่วนเสียของ วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ในกลุ่มแรก และได้รับการบันทึกหรือผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดต่อมา ซึ่งวิลเลียมส์ เรียกอีกคำหนึ่งว่า “วัฒนธรรมแห่งยุคสมัย” (culture of the period) เช่น ขนมไทยในอดีตอาจจะมี หลากชนิดก็จริง แต่ที่ได้รับการสืบทอดเอาไว้จนถึงปัจจุบันมีอยู่เพียงไม่กี่ชนิดเท่านั้น (เช่น ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด เม็ดขนุน ช่าหริ่ม ทองม้วน เป็นต้น) แต่ยังมีขนมอีกหลาย ๆ ชนิดที่เริ่มเลือน หายไปแล้วในยุคสมัยปัจจุบัน (เช่น เสน่ห์จันทร์ โสมนัส จ่ามงกุฏ บุหลันดั้นเมฆ เป็นต้น)

ประการที่สอง ในทัศนะของวิลเลียมส์นั้น วัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ถือเป็น ส่วนหนึ่งของประเพณีในการเลือกสรร (selective tradition) ดังแสดงไว้ในภาพ ต่อไปนี้



ภาพที่ 2.5 แนวคิดเรื่อง “ประเพณีในการเลือกสรร” (selective tradition) ของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2560). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อินทนิล.

จากภาพดังกล่าวอธิบายได้ว่า ผู้คนในทุกสังคมจะมีกระบวนการจัดระบบและจัดลำดับความสำคัญของวัฒนธรรมทั้งหลายไว้ และเนื่องจากในทุกวันและในชีวิตประจำวันของคนเรามีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา (หรือเป็นวัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่) แต่ประเพณีในการเลือกสรรจะทำหน้าที่คัดเลือกให้เฉพาะวัฒนธรรมบางอย่างเท่านั้นที่ถูกผลิตให้มีชีวิตยืนยาวต่อไป (หรือกลายเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้) และที่สำคัญประเพณีในการเลือกสรรนี้มักมีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลังเสมอ เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้นผลประโยชน์ทางสุนทรียะ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการเมือง

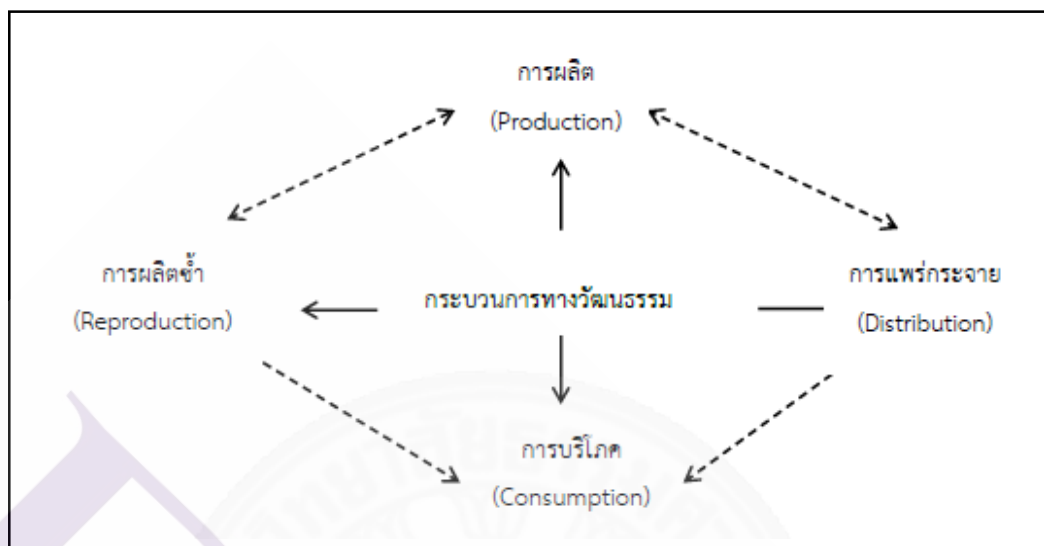
วิลเลียมส์ ย้ำว่าทุกครั้งที่เราวิเคราะห์เรื่องกระบวนการผลิต / ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production / reproduction) โดยผ่านประเพณีในการเลือกสรรแล้วต้องถามเสมอว่ามีวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ถูกคัดเลือกเพื่อสืบทอดไว้ กระบวนการคัดเลือกล้วนทำอย่างไร และทำไมวัฒนธรรมดังกล่าวจึงได้ผ่านการผลิตซ้ำเอาไว้

ประการที่สาม วิลเลียมส์ได้เสนอไว้ในหนังสือ *The Long Revolution* ก็คือโครงสร้างแห่งความรู้สึก (structure of feeling) ซึ่งถูกพิจารณาว่าเป็นหนึ่งในหัวใจหลักในงานความคิดของวิลเลียมส์ที่พยายามทำความเข้าใจวัฒนธรรมในฐานะประสบการณ์ร่วม (shared experience) ของผู้คน เนื่องจากวัฒนธรรมเกี่ยวโยงกับคนและชีวิตของผู้คนที่สอดคล้องกัน เพราะฉะนั้นในแต่ละกลุ่มสังคมผู้คนที่ต่างกันก็จะถักทออารมณ์ ความคิด วิถีชีวิต แบบแผนค่านิยม ความรู้สึกร่วมกันบางอย่างที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มเฉพาะตัว และกลายเป็นวัฒนธรรมแห่งยุคสมัย (culture of the period) ของพวกเขาเหล่านั้นเอง อาทิ คนอิสานได้กลิ่นปลาสำก็ไม่ได้กลิ่นเนยแข็ง

ที่สื่อสารความรู้สึกในระดับจิตสำนึกและอารมณ์อันสะท้อนให้เห็นแบบแผนทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มนั้นแจกเช่นเดียวกับตัวอย่างของการที่คนเมืองเหนือได้ฟังเพลงซอและคนปักษ์ใต้ได้ดูหนังตะลุง ต่างก็สามารถสื่อสารสัมผัสแบบแผนทางวัฒนธรรมในฐานะ “โครงสร้างแห่งความรู้สึก” ถึงความเป็นกลุ่มสังคมเดียวกัน ทั้งนี้วิลเลียมส์เชื่อว่าทุกครั้งที่เราวิเคราะห์ตัวบท (text) ในการสื่อสาร ไม่ว่าจะ เป็นบทกวี นวนิยาย ละคร เพลง ศิลปะพื้นบ้านหรือภาพยนตร์ สิ่งที่ถูกซ่อนอยู่ในระดับลึกใต้ตัวบทเหล่านั้นก็คือ โครงสร้างแห่งความรู้สึกของทั้งผู้ผลิตและผู้เสพผลงานทางวัฒนธรรมดังกล่าวด้วย

กระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural reproduction) สามารถเกิดขึ้นได้จากประสบการณ์ที่แวดล้อมอยู่รอบตัวบุคคล เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา นอกจากนี้ยังพบว่า ในปัจจุบันได้ถูกถ่ายทอดออกมาในลักษณะที่มีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-mediated culture) อีกด้วย โดยวิลเลียมส์ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า ในขณะที่ทุกวันปฏิบัติการทางสังคม (Social practices) จะก่อให้เกิดวัฒนธรรมผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา แต่ในระยะยาวแล้วจะมีเพียงบางวัฒนธรรมเท่านั้นที่จะคงมีชีวิตยืนยาว เพราะได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง (กาญจนา แก้วเทพ, 2539, น. 26) เนื่องจากวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง (Mediator) ในการพัฒนาและการดำรงอยู่ (Social being) ของคนคนหนึ่งให้กลายเป็นมนุษย์ที่มีจิตสำนึกทางสังคม (Social consciousness) ด้วยเหตุนี้ลักษณะทางวัฒนธรรมของแต่ละสังคมจึงขึ้นอยู่กับบริบทของสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้นด้วย (ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2552, น. 36)

จากความสนใจ “ผลผลิตทางวัฒนธรรม” ผู้ “กระบวนการทางวัฒนธรรม” แม้ว่านักวิชาการรุ่นก่อนจะศึกษาวัฒนธรรมในระดับของผลผลิตทางวัฒนธรรม (cultural products) หรือทำความเข้าใจเฉพาะวัฒนธรรมเป็นชิ้น ๆ และแยกส่วนออกจากบริบทที่วิเคราะห์ แต่นักวัฒนธรรมศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงขีดจำกัดของการศึกษาดังกล่าวที่สามารถตอบโจทย์ได้เพียงว่า มีวัฒนธรรมอะไรเกิดขึ้นในสังคมบ้าง (หรือตอบคำถามได้เพียง “what”) แต่แนวทางนี้ไม่สามารถอธิบายได้ว่า วัฒนธรรมเหล่านั้นเกิดขึ้นดำรงอยู่หรือสูญสลายไปได้อย่างไรและทำไม (หรือตอบคำถามเรื่อง “how” และ “why”) ดังนั้น เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ แห่งสำนักเบอร์มิงแฮมจึงความจำเป็นของการศึกษากระบวนการทางวัฒนธรรม (cultural production) หรือกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production and reproduction) สรุปได้ดังภาพที่ 2.6 ดังนี้



ภาพที่ 2.6 แสดงกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2560). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อินทนิล.

โดยวิลเลียมส์ ได้เสนอแนวทางการตั้งคำถามที่มีต่อกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมไว้ 4 ประเด็น คือ วัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ถูกผลิตขึ้นมาอย่างไร/ทำไม วัฒนธรรมดังกล่าวมีการเผยแพร่ออกไปอย่างไร/ทำไม วัฒนธรรมนั้นมีการบริโภคโดยผู้คนในสังคมหรือท้องถิ่นอย่างไร/ทำไม และวัฒนธรรมนั้นได้รับการผลิตซ้ำหรือสืบทอดต่อไปอย่างไร/ทำไม (สมสุข หินวิมาน, 2548, น. 405 อ้างถึงใน ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2552, น. 36) โดยสรุปคือ การผลิต การเผยแพร่ การบริโภค และการผลิตซ้ำ เป็น 4 กระบวนการในการทำความเข้าใจการสื่อสาร การถ่ายทอดวัฒนธรรม ถ่ายทอดความหมาย ทั้งนี้ Stuart Hall ได้สานต่อและได้อธิบาย 4 ชั้นตอนนี้ในกระบวนการของการสื่อสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 61-66) ดังนี้

1. ชั้นการผลิต (Production) เป็นช่วงของการสร้างข่าวสารที่ผู้ส่งสารต้องวางแผน ปฏิบัติการทางภาษามีทักษะทางเทคนิค มีความรู้ในเรื่องที่ต้องใช้งาน มีภาพผู้รับสารอยู่ในใจเพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารตีความไปในทางเดียวกับผู้ส่ง (ไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่หรือจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม) ดังนั้น ผู้ส่งสารทุกคนจึงมีหลักการทำงานว่าถ้าต้องการจะไม่ให้ผู้อ่านมองข้ามข้อความนี้ก็ต้องขีดเส้นใต้หรือใช้ตัวเน้น ถ้าต้องการให้ผู้อ่านจบความคิดเดิมและเริ่มความคิดใหม่ก็ต้องจบข้อความเดิมแล้วขึ้นย่อหน้าใหม่ เป็นต้น

2. **ชั้นเผยแพร่ (Circulation)** หมายถึง ช่องทางของการเผยแพร่ข่าวสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร 2 ตัวคือ ปริมาณความถี่ของการได้เผยแพร่ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่บ่อย และรวดเร็วย่อมมีโอกาเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า และธรรมชาติของสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทาง เพราะแต่ละสื่อก็มีข้อเด่นข้อด้อยแตกต่างกันไป

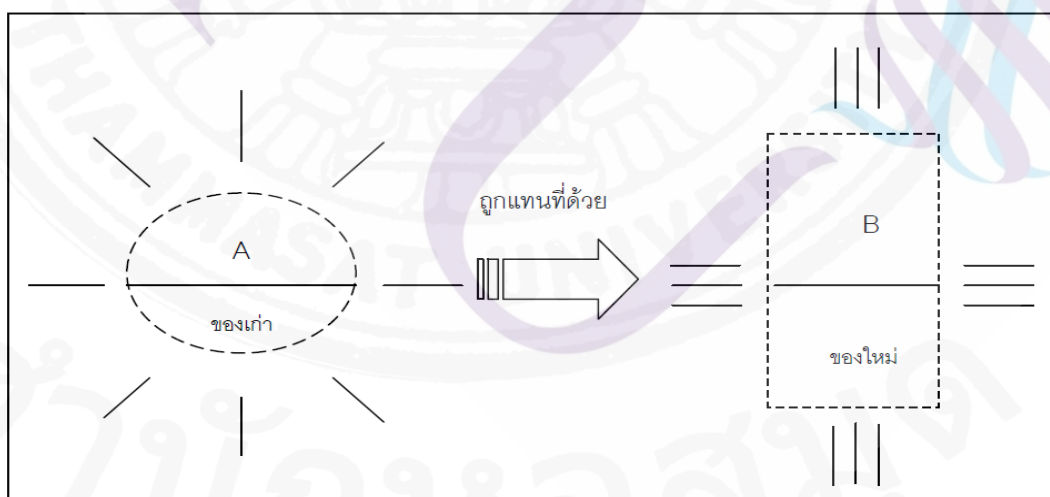
3. **ชั้นการใช้ / การบริโภค (Use / Consumption)** Hall ให้ความสนใจกับชั้นตอนนี้อย่างมากเนื่องจากเขามีความคิดว่า ข่าวสารมิได้สำคัญแค่ผลิตขึ้นมาได้อย่างไรเท่านั้น แต่ยังสำคัญอีกว่า ข่าวสารนั้นถูกรับรู้อย่างไรทั้งนี้ฮอลล์ได้นำเสนอทัศนะเกี่ยวกับขั้นตอนของการรับสารหรือการบริโภคข่าวสารว่าในชั้นตอนนี้จะเป็นอีกช่วงเวลาที่ความหมายจะถูกผลิตขึ้นมาอีกครั้ง กล่าวคือ ผู้รับสารไม่ได้เพียง แต่จะอ่านความหมายที่ผู้ส่งสารส่งมาเท่านั้น แต่ผู้รับสารจะนำเอาตัวเอง (ผู้รับสาร) เข้าไปสร้างความหมายในสารด้วย เรียกได้ว่าช่วงเวลาของผู้รับสารนี้เป็นช่วงเวลาของการถอดรหัส (Decoding) ที่ผู้รับสารมีอิสระในตัวเองและไม่จำเป็นต้องไปขึ้นกับช่วงเวลาเข้ารหัส (Encoding) เสมอไป ทั้งนี้ผู้รับสารสามารถมีจุดยืนได้ 3 แบบและสามารถอ่านความหมายได้ 3 แบบเช่นกัน

4. **ชั้นการผลิตซ้ำขึ้นใหม่ (Reproduction)** ขั้นตอนการผลิตซ้ำนั้น หากพิจารณาในแง่ของระบบความหมาย อาจแบ่งได้ 2 ประเภท คือ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ แต่ยังคงความหมายเดิม กับอีกประเภทคือ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่แต่เพื่อต้องการแสดงความหมายใหม่ที่ขัดแย้งกับความหมายเก่า หรือที่ขัดกับสามัญสำนึกที่ผู้รับสารมีอยู่หรือค้ำจ้องกับความรู้ที่ยอมรับกัน โดยปริยาย

ตัวอย่างของกระบวนการผลิต / ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ดังที่กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2560, น.673) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจ เช่น การสืบทอดวัฒนธรรมความเชื่อเรื่องผีฟ้าของคนอีสาน ในอดีตผีฟ้าได้รับการผลิตขึ้นในฐานะองค์ความรู้ของหมอพื้นบ้านผู้หญิงในการรักษาโรค และได้รับการเผยแพร่และการบริโภคในระดับชุมชนท้องถิ่นแต่ละแห่งของอีสาน จนเมื่อสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่งได้นำความเชื่อผีฟ้ามาผูกเรื่องเป็นละครโทรทัศน์เรื่องปอบผีฟ้า ความหมายของผีฟ้าก็เริ่มเปลี่ยนไปเป็น “ผีปอบสาวที่ชอบกินตับไตไส้พุงของมนุษย์ไม่ใช่หมอพื้นบ้านที่สืบทอดองค์ความรู้สุขภาพของสตรี และความหมายใหม่นี้ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสาธารณะและบริโภคโดยมวลชนจำนวนมาก และถัดจากนั้นผีฟ้าก็ถูกตีความหมายใหม่อีกครั้งหนึ่งเมื่อนักร้องวงบาชู แห่งค่ายเพลงใหญ่ได้โปรโมทเพลง ผีฟ้าปาร์ตี้ ออกสู่สาธารณะ ความหมายของผีฟ้าก็ถูกแปลความใหม่ว่าเป็นผีปอบแดนซ์ที่มีแต่ความรื่นเริง ซึ่งได้รับการเผยแพร่ผ่านมิวสิกวิดีโอ และบริโภคโดยกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบเพลงสมัยนิยมกระบวนการทางวัฒนธรรมเช่นนี้ เป็นสิ่งที่นักวัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจยิ่งและเป็นที่รู้จักกันในชื่อของ “กระบวนการรื้อถอนและสร้างความหมายขึ้นใหม่” (deconstruction and reconstruction of meaning)

จะเห็นได้ว่า กระบวนการผลิต /การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ตามแนวคิดของวิลเลียมส์นั้น เป็นการมองถึงผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เสมอภาคกัน และไม่มีลำดับชั้น แต่มีวัฒนธรรมนั้นถูกผลิต เผยแพร่ ผู้การบริโภคของผู้คนในสังคม เพราะฉะนั้นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมจึงมีกระบวนการคัดสรร ถ่ายโอน เพื่อบันทึกความหมาย อุดมการณ์อยู่ตลอดทุกชั่วโมงยาม มีขั้นตอนในการผลิต การเผยแพร่สู่สาธารณะ จนถึงขั้นการบริโภคความหมายที่ผู้รับสารต่างถอดรหัสความหมายที่แตกต่างกัน อีกทั้งขั้นการผลิตซ้ำขึ้นใหม่ นั้นทำให้การสื่อสารความหมายมีทั้งการสื่อสารความหมายแบบขนบดั้งเดิม และบางครั้งการสื่อสารความหมายอาจจะนำสู่การรื้อถอนหรือการสร้างความหมายแบบใหม่ขึ้นด้วย ซึ่งสิ่งที่ทำให้เกิดการสื่อสารเหล่านั้น วัฒนธรรมต่าง ๆ ก็เปรียบเสมือนวงล้อที่หมุนเปลี่ยนผ่านไปตามยุคสมัยของสังคม มีการปรับประยุกต์ไปตามบริบทแวดล้อมต่าง ๆ การผสมผสานระหว่างสิ่งเก่าหรือวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม กับสิ่งใหม่ที่วัฒนธรรมนำเข้ามาในวัฒนธรรมนั้น ๆ จึงสื่อสารความหมายแบบใหม่และเปลี่ยนโฉมหน้าอยู่ทุกขณะด้วยเช่นกัน ดังเช่นที่ กาญจนา แก้วเทพ (2548, น. 44-45) ได้กล่าวถึง การปรับประยุกต์วัฒนธรรมในอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นการผสมผสานระหว่างสิ่งเก่าหรือวัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่กับสิ่งใหม่หรือวัฒนธรรมใหม่ที่เข้ามาโดยการพบปะกันระหว่างสิ่งเก่ากับสิ่งใหม่ มีอยู่ 3 รูปแบบ คือ

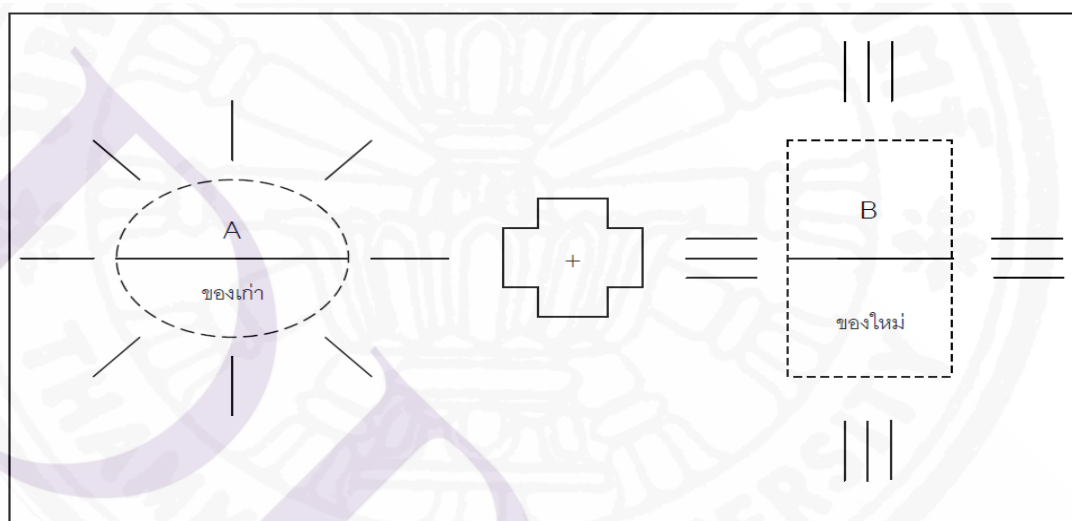
1. แบบแผนของเก่า A ถูกแทนที่ด้วยของใหม่ B ทั้งหมด แบบแผนนี้เป็นยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาสังคมไทยที่ผ่านมา ในกรณีของสื่อพื้นบ้าน เช่น การนำเอาความบันเทิงด้วยโนราหรือหนังตะลุงออกไปแล้วนำภาพยนตร์หรือคอนเสิร์ตเข้ามาแทน



ภาพที่ 2.7 แสดงแบบจำลองของใหม่แทนที่ของเก่า (Substitution)

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ.(2548).สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาภาพรวมจากงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

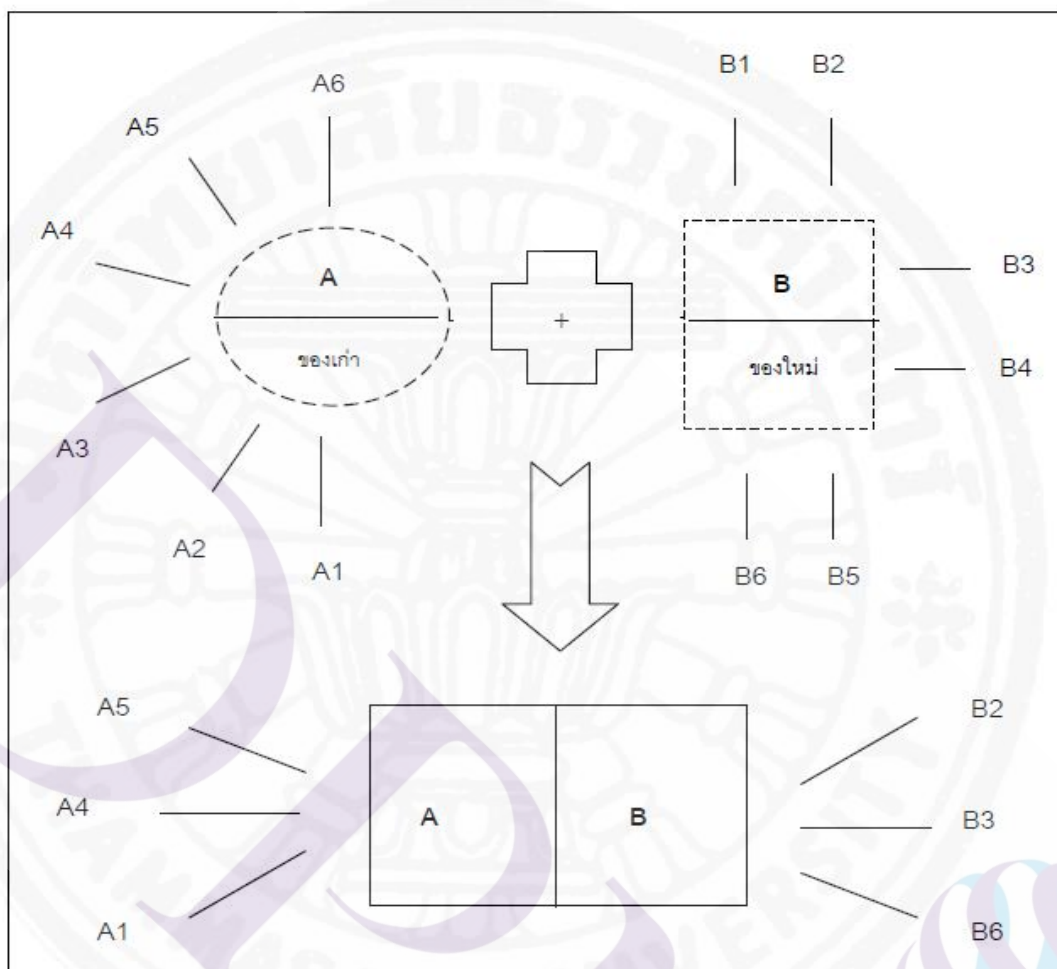
2. แบบแผนที่เก็บทั้งของเก่าและของใหม่เอาไว้ด้วยกัน เช่น ในงานวิจัยโนราพบว่าในงานเทศกาลหรืองานบุญต่าง ๆ ก็มักจะมีทั้งสี่พื้นบ้านแบบเก่า เช่น โนรา หนังตะลุง พร้อม ๆ กับสื่อสมัยใหม่ เช่น ภาพยนตร์ การแสดงดนตรีลูกทุ่ง/ลูกกรุงประชันกัน แบบแผนการเอาของเก่าและของใหม่มาไว้ทั้งคู่นี้จะใช้ได้ภายใต้เงื่อนไขที่ต้องมีทรัพยากรมากพอที่จะใช้ได้ทั้งของเก่าและของใหม่ควบคู่กัน



ภาพที่ 2.8 แสดงแบบจำลองการเพิ่มเข้ามาแทน (Addition)

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ.(2548).สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาภาพรวมจากงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

3. แบบแผนที่มีลักษณะเป็นลูกผสมด้วยการนำเอาคุณลักษณะบางอย่างจากของเก่า (A) มาบวกผสมกับคุณลักษณะบางอย่างจากของใหม่ (B) แล้วผสมผสานกันออกมาเป็นลูกผสม (AB) ตัวอย่างเช่น การปรับเปลี่ยนของหมอลำบางประเภท เช่น หมอลำกลอนซึ่งที่นำเอาลักษณะการลำกลอนแบบเดิมมาประสานกับเครื่องดนตรีสมัยใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ 2.9 แสดงแบบจำลองการปรับประสาน (Articulation/Hybridization)

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ. (2548). *สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาภาพรวมจากงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

จากการทบทวนแนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ตามทัศนะของ วิลเลียมส์ จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ถือเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีในการ เลือกรส (selective tradition) โดยผู้วิจัยนำแนวความคิดนี้มานำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาเรื่อง มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ในครั้งนี้ด้วย เพราะการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนอีสาน โดยเฉพาะการสื่อสารเรื่องอัตลักษณ์ของคนอีสาน ที่ ถูกบรรจุอยู่ในทั้งเนื้อร้อง และภาพของมิวสิควิดีโอเหล่านั้นด้วย ในองค์ประกอบด้านภาษาอีสาน คนตรีอีสาน อาหารอีสาน และประเพณีของคนอีสาน ก็ล้วนแล้วแต่เป็นการศึกษาในประเด็นของ

วัฒนธรรมอีสานในด้านต่าง ๆ ที่มีการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม และสิ่งที่น่าสนใจของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การศึกษาความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่บนพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ว่าการผลิตความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่นั้นจะมีกระบวนการคัดสรร (selective tradition) อัตลักษณ์อีสานเหล่านั้น ผู้การรับรู้ของผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นอย่างไรบ้าง และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น มีอะไรบ้างที่ถูกคัดเลือกเพื่อสืบทอดไว้ กระบวนการคัดเลือกนั้นทำอย่างไร และทำไมวัฒนธรรมดังกล่าวจึงได้ผ่านการผลิตซ้ำเอาไว้ ดังที่วิลเลียมส์ ย้ำว่าทุกครั้งที่วิเคราะห์เรื่องกระบวนการผลิต / ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม โดยผ่านประเพณีในการเลือกสรร และจำเป็นต้องถามเสมอว่า มีวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ถูกคัดเลือกเพื่อสืบทอดไว้ กระบวนการคัดเลือกนั้นทำอย่างไร และทำไมวัฒนธรรมดังกล่าวจึงได้ผ่านการผลิตซ้ำเอาไว้ มีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลังในการสื่อสารความหมายครั้งนี้

อีกทั้งการศึกษาการสื่อสารความหมายของวัฒนธรรมอีสานจากวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิม หรือเก่า เมื่อมีนำสิ่งใหม่เข้ามา วัฒนธรรมอีสานที่สื่อสารบนพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอีสานเหล่านี้ จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ทั้งในระดับที่เป็นรูปธรรม (Visible) หรือลักษณะที่มองเห็นจับต้องและสัมผัสได้หรือที่เรียกว่ารูปแบบ และในส่วนที่เป็นนามธรรม (Invisible) หรือส่วนที่มองไม่เห็นหรือที่เรียกว่าคุณค่าหรือความหมาย ที่ซุกซ่อนอยู่เบื้องหลัง เพื่อจะตอบคำถามผลการศึกษาในการวิเคราะห์ส่วนของตัวบท (text) คือ กล่องบรรจุความหมายบนพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน 30 มิวสิกวิดีโอ โดยจะศึกษาใน 4 องค์ประกอบ กล่าวคือ อัตลักษณ์ด้านภาษาอีสาน อัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสาน อัตลักษณ์ด้านอาหารอีสาน และอัตลักษณ์ด้านประเพณีของคนอีสาน ว่าจะมีการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งวัฒนธรรมอีสานด้านต่าง ๆ ที่สืบทอด คงอยู่ เพิ่มเติม แปรเปลี่ยน อย่างไรบ้าง และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น มีผลประโยชน์อะไรแอบแฝงอยู่เบื้องหลังการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสาน (ใหม่) ครั้งนี้

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis)

การศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน จำเป็นต้องใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบท เพื่อนำมาทำความเข้าใจความหมายที่บรรจุไว้ในองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอ แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบทเป็นแนวคิดที่ถือกำเนิดขึ้นในยุคแรกของภาพยนตร์ตั้งแต่ต้นศตวรรษ 20 แนวคิดในกลุ่มนี้ให้ความสนใจการวิเคราะห์ “ตัวบท” หรือการวิเคราะห์ตัวภาพยนตร์รากฐานสำคัญของทฤษฎีกลุ่มนี้คือ แนวคิดศิลปะ โดยมองว่าภาพยนตร์คือศิลปะแขนงหนึ่งไม่ต่างไปจากศิลปะที่ผ่านมาในอดีต 6 แขนง คือ นาฏกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรมจิตรกรรมดนตรีและ

วรรณกรรม แต่กว่าจะก้าวมาเป็นศิลปะได้นั้นภาพยนตร์ก็ต้องพิสูจน์คุณสมบัติด้วยการยกระดับตนเองไม่ใช่แค่เพียงแค่การถ่ายภาพ แสดงละครเวที แต่ต้องพัฒนาเทคนิคการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียงเพื่อให้กลายเป็นเอกลักษณ์ของภาพยนตร์ มีวสิทวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในการศึกษาคั้งนี้ก็เช่นกันที่มีการพัฒนาสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอมาโดยตลอด ภาพและเสียงในมิวสิทวิดีโอจึงเป็นพื้นที่ในการบรรจุรหัสความหมายที่สร้างการรับรู้และการรอการเปิดอ่านหรือถอดรหัสความหมายจากผู้รับสารด้วยเช่นกัน

2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาษาภาพและภาษาเสียง

องค์ประกอบภายในภาพถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างสารในมิวสิทวิดีโอเป็นอย่างมาก เนื่องจากภาพที่ได้นำเสนอออกมาจะถูกทำหน้าที่ในการสื่อสารด้วยการถ่ายทอดเรื่องราวอารมณ์ความรู้สึกและสามารถสื่อความหมายแทนคำพูดโดยตรงจนอาจกล่าวได้ว่า ภาษาภาพเป็นเสมือนอีกภาษาหนึ่งที่ใช้ในการเล่าเรื่องและเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทอดทางอารมณ์ของสื่อมิวสิทวิดีโอ ซึ่งองค์ประกอบภายในภาพดังกล่าวเป็นองค์ประกอบในการถ่ายทำและเทคนิคในการสร้างสรรค์อันได้แก่ (จุฑาทิพย์ ก่อทรัพย์สิน, 2550, น. 18)

1. ขนาดภาพ (shot)

ในการสื่อความหมายโดยใช้ภาพนั้น ขนาดของภาพก็เป็นสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการเล่าเรื่อง รวมทั้งในการสื่ออารมณ์ต่าง ๆ ออกมาได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งขนาดของภาพที่ต่างกันก็จะให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันตามไปด้วยตามการจำแนกดังนี้ (วรรณิ สารานูเวทย์, 2544, น.138-142)

1.1 ภาพไกลมาก (Extreme long shot) เป็นขนาดภาพที่กล้องตั้งอยู่ไกลจากสิ่งที่ถ่ายมาก ลักษณะภาพมักเป็นมุมกว้าง และสามารถมองเห็นทัศนียภาพรอบด้านของสิ่งที่ถ่าย ลักษณะภาพแบบนี้นิยมใช้เป็นฉากแนะนำเหตุการณ์หรือสถานที่ที่มีความใหญ่โตมาก ๆ

1.2 ภาพไกล (Long shot) ระยะห่างของกล้องกับสิ่งที่ถ่ายไม่อาจกำหนดให้แน่นอนตายตัวลงไปได้ เป็นขนาดภาพที่แสดงให้เห็นรายละเอียดและส่วนประกอบของสิ่งที่ถ่าย ในกรณีที่ เป็นภาพนักแสดงก็อาจมองเห็นบุคลิกลักษณะอากาศปรีชาการแสดงการเคลื่อนไหว ตำแหน่งที่อยู่ในการแสดง นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปซึ่งนิยมใช้ในการเริ่มเปิดฉากเพื่อแนะนำนักแสดง รวมทั้งเป็นการแนะนำการเข้าสู่เหตุการณ์ที่มีรายละเอียดปลีกย่อยแตกต่างไป

1.3 ภาพปานกลาง (Medium shot) เป็นภาพที่มีขนาดอยู่ระหว่างภาพไกลกับภาพใกล้ ทำให้มองเห็นสีหน้าท่าทาง ตลอดจนการเคลื่อนไหวของนักแสดง อีกทั้งยังทำให้ผู้ชมเข้าใจสถานการณ์และฉากหลังที่เปลี่ยนไปถือได้ว่าเป็นขนาดภาพที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์ในเรื่องได้ดี

1.4 ภาพใกล้ (Close-up shot) เป็นภาพที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับสิ่งที่ถ่ายมากกว่าภาพอื่น ๆ และสามารถถ่ายทอดรายละเอียดเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกภายในของนักแสดงได้อย่างชัดเจนมาก

1.5 ภาพใกล้มาก (Extreme close-up shot) เปรียบเสมือนการนำสิ่งที่เห็นเป็นจุดเล็ก ๆ มาขยายให้ใหญ่ขึ้นต้องการเน้นความสำคัญของสิ่งที่ถ่าย ถ้าเป็นใบหน้าของนักแสดงก็จะเป็นการบันทึกภาพส่วนในส่วนหนึ่งของใบหน้าเช่น หู ตา จมูก ปาก เพื่อสื่ออารมณ์ต่าง ๆ ของนักแสดง เช่น ความเศร้า ความดีใจ ความตกใจความโกรธ ความกังวล เป็นต้น

2. มุมกล้อง (Camera Angles)

มุมกล้องนับเป็นตัวแทนสำคัญอีกสิ่งหนึ่งในการจัดองค์ประกอบของภาพที่นำเสนอ เนื่องจากมีลักษณะความสำคัญในการสื่อสารทางอารมณ์คล้ายคลึงกับในเรื่องของขนาดภาพที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยการเลือกมุมกล้องในระดับความสูงและมุมที่แตกต่างกันจะส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกได้ต่างกันไปด้วยดังนี้ (วรรณิ สำราญเวทย์, 2544, น. 143-146)

2.1 มุมกล้องระดับสายตานก (Bird's eye view) เป็นการตั้งกล้องในตำแหน่งเหนือศีรษะ โดยตรงของสิ่งที่ถ่ายภาพที่ถูกบันทึกจะมีมุมมองเช่นเดียวกับที่สายตาของนกที่มองดิ่งลงมายังพื้นดิน มุมกล้องลักษณะนี้ให้ความรู้สึกถึงความสิ้นหวัง เพราะเหมือนตกอยู่ในสถานการณ์คับขันที่ไม่มีทางออกหรือช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ รวมทั้งให้ความรู้สึกเหมือนตกอยู่ภายใต้อำนาจการควบคุมของผู้ที่อยู่เหนือกว่า ๆ โดยมักจะแสดงถึงอารมณ์ที่ตื่นเต้นระทึกใจ เพราะลักษณะของภาพจะไม่เผยให้เห็นรายละเอียดในฉากได้ครบทุกมุม เนื่องจากเป็นภาพในมุมที่มองตรงลงมาจึงให้ความรู้สึกกลับน่ากลัวมีสิ่งแอบแฝงเคลือบแคลงน่าสงสัย

2.2 มุมกล้องระดับสูง (High angle) ตำแหน่งของกล้องจะอยู่ในระดับที่สูงกว่าสิ่งที่ถ่ายจะทำให้มองเห็นเหตุการณ์ทั่วถึงทั้งด้านหน้าและด้านหลังอย่างชัดเจน เท่ากัน โดยตลอด ภาพที่บันทึกด้วยระดับภาพสูงจึงให้ความสวยงามทางด้านศิลปะมากกว่าการตั้งกล้องในระดับอื่น ๆ เหมาะที่จะใช้กับฉากที่ต้องการแสดงให้เห็นความงามของทัศนียภาพ ซึ่งมุมกล้องในลักษณะนี้จะทำให้ภาพที่ถูกถ่ายทอดออกมาดูเล็กลง จึงให้ความรู้สึกต่ำต้อยไร้ค่า ไร้ความหมาย สิ้นหวัง รวมทั้งความพ่ายแพ้

2.3 มุมกล้องระดับสายตา (Eye level) เป็นมุมกล้องที่อยู่ในระดับเดียวกับสายตาของนักแสดงมุมกล้องลักษณะนี้เป็นการเลียนแบบสายตามนุษย์ การเสนองภาพในมุมมองแบบนี้จึงทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกเหมือนดูเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยตัวเองมีความเป็นกันเอง มีความเสมอภาคมากกว่ามุมกล้องระดับอื่น ๆ

2.4 มุมกล้องระดับต่ำ (Low angle) ลักษณะภาพที่มองเห็นในส่วนที่อยู่ใกล้กล้องจะมีขนาดกว้างส่วนที่อยู่ไกลหรือสูงขึ้นไปจะมีขนาดค่อย ๆ เล็กลงตามลำดับ ภาพมุมต่ำนั้นจะให้ความรู้สึกว่าการถ่ายนั้นมีอำนาจ มีพลังมีค่า มีความยิ่งใหญ่ น่าเกรงขาม แสดงถึงความสง่างามและชัยชนะ และช่วยเน้นความสำคัญของสิ่งที่ถ่ายอีกด้วย

3. การเคลื่อนไหวของกล้อง (Camera Movement)

3.1 การเคลื่อนไหวของกล้องบนฐานเป็นการเคลื่อนไหวที่เกิดจากกล้องที่ติดอยู่กับที่หรือปราศจากการเปลี่ยนท่าเลที่ตั้งกล้องใด ๆ ซึ่งรวมถึงการแพน (Pan Movement) กับการทิลท์ (Tilt movement) เป็นหลักดังนี้

1. การแพนเป็นการหมุนกล้องทั้งตัวไปตามแกนแนวนอน โดยจะให้ความประทับใจด้วยการหันพื้นที่กรอบภาพไปตามแนวนอนจากซ้ายไปขวาหรือขวาไปซ้ายเป็นหลัก ทั้งนี้การแพนมีจุดมุ่งหมายต่าง ๆ เช่น เพื่อติดตามการแสดงออกของสิ่งที่ถ่ายเพื่อเชื่อมสิ่งที่ถ่ายสองสิ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกัน หรือเพื่อแทนการมองผ่านทางสายตาของตัวละครคนใดคนหนึ่ง เป็นต้น

2. การทิลท์เป็นการหมุนกล้องทั้งตัวไปตามแกนแนวตั้ง โดยมักจะให้ความประทับใจด้วยการหันพื้นที่กรอบภาพจากล่างขึ้นบนหรือจากบนลงล่างเป็นหลัก ทั้งนี้การทิลท์มีจุดมุ่งหมายที่สำคัญเช่น เพื่อติดตามการแสดงออกของสิ่งที่ถ่ายที่กำลังขึ้นสู่ที่สูงเพื่อเชื่อมสิ่งที่ถ่ายสองสิ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกัน หรือเพื่อให้ผู้ชมมีประสบการณ์ร่วมกับการเฝ้าดูการพุ่งขึ้นที่สูงตามสายตาของตัวละคร เป็นต้น ทั้งนี้การทิลท์อาจจะสื่อถึงการค่อย ๆ เผยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งที่ถ่ายใด ๆ ก่อให้เกิดความรู้สึกน่าติดตามหรือเร้าใจให้ผู้ชมเกิดความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ถ่ายนั้น ๆ ก็ได้

3.2 การเคลื่อนไหวของตัวกล้องเป็นการเคลื่อนตำแหน่งของกล้องอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งในที่นี้พบว่าการเคลื่อนไหวของกล้องที่โดดเด่นที่สุดก็คือ การเคลื่อนไหวของกล้องที่แบกไว้บนบ่า โดยไม่มีขาตั้งกล้องหรือการเคลื่อนไหวของกล้องที่ถือด้วยมือมีลักษณะการเคลื่อนไหวที่ลุ่ม ๆ ดอน ๆ ทำให้เพิ่มความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นจริงมากขึ้น จัดเป็นวิธีการที่ยอดเยี่ยมอันหนึ่งในการจำลองความรู้สึกที่ไม่มั่นคงในเชิงจิตวิสัยของคนคนหนึ่งภายใต้สภาวะที่เต็มไปด้วยอารมณ์ล่องลอยหรือโอนเอน จำพวกคนเมา คนเป็นโรคจิต คนที่ตื่นตระหนกตกใจคนที่หลบหนีจากพวกลอบทำร้ายหรือการต่อสู้ในสภุมิรบ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมในเชิงการบรรยายเพื่อเป็นตัวแทนการมองผ่านสายตาของตัวละครที่เคลื่อนไหวได้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามการเคลื่อนไหวของตัวกล้องลักษณะดังกล่าวข้างต้นก็อาจจะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับความเป็นปัจจุบันทันด่วนหรือเหตุการณ์ประจวบเหมาะหรือภาวะคับขันอันตรายต่าง ๆ นานา หรือไม่ก็อาจเป็นภาพแทนการติดตามการเคลื่อนไหวของตัวละครโดยตัวของผู้ชมเองได้เช่นกัน

3.3 การเคลื่อนไหวของเลนส์เป็นการเคลื่อนไหวที่เกิดจากการเปลี่ยนความยาวโฟกัส โดยทั่วไปการเคลื่อนไหวของเลนส์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ การซูมกับการเปลี่ยนโฟกัส ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การซูมเป็นการสร้างการเคลื่อนไหวที่เกิดจากการเปลี่ยนความยาวโฟกัสของเลนส์ ในการจับภาพทั้งนี้ตามปกติแล้วการซูมก่อนข้างจะให้ผลทางจิตวิทยาได้มากกว่า ด้วยเหตุที่มีความสามารถรวบรวมความสนใจหรือหันเหความสนใจของผู้ชมไปยังส่วนใดส่วนหนึ่งของ ภาพลัทธิได้มากขึ้นนั่นเอง โดยการซูมอาจแบ่งเป็น 2 ชนิด คือ

1.1 การซูมเข้าจะสร้างความสนใจในรายละเอียดใด ๆ ที่มีความหมายเป็นพิเศษได้อย่างชัดเจนขณะที่ยังคงความรู้สึกตัวในด้านสัมพันธภาพของรายละเอียดนั้น ๆ กับบริบทโดยรวมเอาไว้ได้โดยถ้าเป็นการซูมเข้าอย่างรวดเร็ว ๆ จะก่อให้เกิดผลกระทบด้านการสั่นคลอนความรู้สึกของผู้ชม หรือสร้างความตื่นเต้นแก่ผู้ชมได้ขณะที่การซูมเข้าอย่างช้า ๆ จะเพิ่มความรู้สึกสยดสยองหรือแสดงความเป็นจริงได้มากยิ่งขึ้น เป็นการหันเหผู้ชมเข้าสู่การแสวงหาข้อมูลข่าวสารหรือการเปิดเรื่อง

1.2 การซูมออกจัดเป็นการถอยออกห่างจากสิ่งที่ถ่ายถือเป็นการขยายอาณาเขตที่ถูกถ่ายไว้แต่แรกทีละเล็กทีละน้อยเพื่อเชื่อมโยงสัมพันธภาพของรายละเอียดใด ๆ กับบริบทที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งถ้าเป็นการซูมออกอย่างรวดเร็ว ๆ ก็อาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านการสั่นคลอนความรู้สึกของผู้ชม หรือให้ความตื่นเต้นแก่ผู้ชมได้เช่นกัน ขณะที่การซูมออกอย่างช้า ๆ ก็อาจใช้ในการปิดเรื่องได้เหมือนกัน รวมทั้งช่วยเพิ่มความรู้สึกเกี่ยวกับการแสดงให้เห็นความเป็นจริงหรือเพิ่มความกระหายใคร่รู้บางสิ่งบางอย่างขึ้นมาก็ได้

2. การเปลี่ยนโฟกัสการเปลี่ยนโฟกัสของเลนส์จากสิ่งที่ถ่ายอยู่ใกล้กว่าไปสู่สิ่งที่ถ่ายที่อยู่ไกลกว่า (หรือในทางกลับกันก็ได้) โดยไม่ต้องเปลี่ยนขนาดของภาพ แต่อย่างใดมักถูกใช้อย่างระมัดระวังหรือถูกใช้อย่างจำกัด ทั้งนี้ก็เพื่อแสดงสัมพันธภาพที่เต็มไปด้วยความหมายใด ๆ ระหว่างสิ่งที่ถ่ายสองสิ่งในกรอบภาพเดียวกัน โดยอาจถูกมองในแง่บทบาทหน้าที่ว่าเป็น “การแพนในทางลึก”(Pan in depth) หรืออาจถูกใช้ร่วมกับการทิลท์อย่างช้า ๆ ในที่นี้ภาพการเปลี่ยนโฟกัสดังกล่าวจะเป็นการเน้นสิ่งที่ถ่ายอันแรกด้วยการ โฟกัสเลนส์ให้ภาพชัดเจนแล้วจึงค่อยทำให้สิ่งที่ถ่ายอันต่อมาชัดเจนแทนขึ้นนับเป็นการเปลี่ยนจุดเน้นหรือหันเหความสนใจจากสิ่งที่ถ่ายอันเก่าไปสู่สิ่งที่ถ่ายอันใหม่ นั่นเองซึ่งมักใช้สำหรับแสดงความฝันหรือแสดงว่าบุคคลกำลังใกล้จะหมดสติรวมถึงเพื่อสร้างบรรยากาศขมุกขมัวในภาพนั้น ๆ

4. การตัดต่อ (Editing)

การตัดต่อเป็นกระบวนการเรียบเรียงและเชื่อมโยงเนื้อหาในส่วนต่าง ๆ ของเรื่องเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความต่อเนื่องและสร้างความกลมกลืนในเนื้อหาเรื่องราวที่น่าเสนอ โดยในการ

ตัดต่อภาพการแสดงให้เข้ากับเสียงเพลงนั้นจะมีความสัมพันธ์กันระหว่างเรื่องราวที่นำเสนอกับจังหวะและท่วงทำนองของดนตรีซึ่งโดยทั่วไปนั้นการตัดต่อภาพสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (จตุรงค์ ดวงมณี, 2539, น. 40-41)

4.1 การตัดภาพ (Cut) การตัดภาพหรือการคัตนั้นนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุด โดยการแทนที่ภาพภาพหนึ่งด้วยอีกภาพหนึ่งในทันทีทันใดเหมาะสำหรับแสดงสัมพันธ์ภาพที่เป็นเหตุเป็นผลกันระหว่างภาพต่าง ๆ ที่นำมาจับต้นชนปลายเข้าด้วยกัน จัดเป็นวิธีการลำดับภาพที่รวดเร็วที่สุด ง่ายที่สุด และใช้กันบ่อยที่สุดเพื่อจุดมุ่งหมาย ดังนี้

1. เพื่อสร้างความตื่นเต้นโดยการตัดภาพจากระยะไกลมาใกล้หรือจากภาพขนาดใหญ่กลางไปยังใกล้มาก
2. เพื่อสร้างความรวดเร็วของภาพโดยการตัดภาพเร็ว ๆ หลาย ๆ ครั้งต่อเนื่องกัน
3. เพื่อสร้างความสอดคล้องกับดนตรีหรือการเต้นรำโดยการตัดภาพให้เข้ากับจังหวะดนตรีจะนับว่ามุ่งเน้นทางการละครเป็นหลัก
4. เพื่อสร้างความตื่นเต้นโดยการตัดภาพขณะตัวละครกำลังแสดงออกเช่นการเป็นการตัดสลับภาพของพระเอกกำลังไล่ตามกับนางเอกกำลังวิ่งหนี เป็นต้น

4.2 การจางภาพหรือเฟด (Fade in / out) การจางภาพหรือเฟดใด ๆ จะเป็นการเพิ่มระดับความชัดเจนหรือเพิ่มความสว่างของภาพขึ้นทีละเล็กทีละน้อยจากเลื่อนจนชัด (Fade in) ซึ่งมักใช้สำหรับการเปิดเรื่องหรือใช้ในทางตรงข้ามก็อาจเป็นการทำให้ภาพต่าง ๆ จางหายไปจากชัดเจนจนเลื่อนหายไปจากจอภาพจนทำให้จอภาพว่างเปล่าเป็นสีดำ (Fade out) ซึ่งมักใช้สำหรับการปิดเรื่องหรือแม้แต่ใช้สำหรับการเปลี่ยนฉากเพราะสูญเสียเวลาไปค่อนข้างยาวนานในที่นี้หากเป็นการจางภาพหรือการเฟดออกแล้วเฟดเข้าอย่างรวดเร็วอาจถูกเรียกว่า “Kiss Black” หรือ “Touch Black” ซึ่งมักเป็นการเปลี่ยนฉากที่ให้อารมณ์ความรู้สึกผ่อนคลายหรือดึงเครียดกะทันหันอย่างใดอย่างหนึ่งเกิดจากการจบสิ้นไปอย่างรวดเร็วของเหตุการณ์ใด ๆ และการอุบัติขึ้นมาแทนของเหตุการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความหมายตรงข้ามกันโดยสิ้นเชิง

4.3 การทำภาพจางซ้อนหรือดิสโซลฟ์หรือมิกซ์ (Dissolve or Mix) การทำภาพจางซ้อนเป็นการส่งทอดเปลี่ยนฉากทีละเล็กทีละน้อย (ช้า ๆ) จากภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่งด้วยการเฟดภาพภาพหนึ่งออกและเฟดภาพภาพหนึ่งเข้าทว่ามีจังหวะที่คงภาพทั้งสองไว้บนจอภาพ (แสดงให้เห็นถึงเวลาบางส่วนที่สูญเสียไประหว่างนี้) บางทีอาจใช้การทำภาพจางซ้อนเพื่อแสดงอารมณ์กวีหรือเพื่อเชื่อมโยงท่าเลที่ตั้งที่อยู่ไกล ๆ กันเข้าไว้ด้วยกันอย่างกว้าง ๆ หรืออาจใช้สำหรับการแสดงออกที่แยกออกจากกันทั้งหลายอาจมิให้เห็นในภาพการแสดงคอนเสิร์ตเพื่อสร้างอารมณ์ตามเหตุการณ์โดยมันอาจเป็นการดิสโซลฟ์โดยเร็วหรือไม่ก็เป็นการดิสโซลฟ์ให้เหมาะสมตามสถานการณ์ใด ๆ ก็ได้

กล่าวง่าย ๆ ก็คือ การทำภาพจางซ้อนเป็นผลที่ได้จากการเหลื่อมซ้อนกันระหว่างภาพที่เกิดจากการเฟดออกและภาพที่เกิดจากการเฟดเข้านั่นเอง ทั้งนี้โดยทั่วไปผลลัพธ์ดังกล่าวอาจใช้สำหรับแสดงการล่องลอยไปของเวลาจากฉากหนึ่งไปสู่อีกฉากหนึ่งก็ได้

5. การจัดแสง (Lighting)

การจัดแสงนับเป็นองค์ประกอบอีกสิ่งหนึ่งในการสร้างสารในมิวสิกวิดีโอ โดยเป็นการควบคุมและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสว่างกับความมืดทั้งนี้อาจสื่อถึงลักษณะทางอารมณ์ รวมทั้งความหมายที่เป็นนามธรรมต่าง ๆ เช่น คุณธรรม ความชั่วร้าย ความกลัว สิ่งลึกลับ หรือความสดใสรุ่งเรือง เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างบรรยากาศให้มีความชัดเจนในการสื่อความหมาย หรืออาจเป็นการเน้นบทบาทของตัวละครอีกด้วย โดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งรูปแบบการจัดแสงได้เป็น 5 รูปแบบดังต่อไปนี้ (จตุรงค์ ดวงมณี, 2539, น. 26-27)

5.1 การจัดแสงเป็นลำ (Spotlights) ซึ่งให้ความเปรียบต่าง (ตัดกัน) ของแสงกับความมืดอย่างหนักหน่วงมาก ๆ ทำให้พื้นผิวหน้าของภาพดูเหมือนจะเป็นการตัดรูปให้ขาดจากกัน ทั้งนี้มักใช้เพื่อจุดมุ่งหมายทางจิตวิทยาและทางแก่นเรื่องเป็นหลัก ในที่นี้ถ้าเป็นการจัดแสงที่ทำให้ใบหน้าของบุคคลดำมืดไปครึ่งหนึ่งและมีด้านสว่างอีกซีกหนึ่งย่อมจะเป็นสัญลักษณ์ของการแบ่งแยกตัวตนได้ (Self-division)

5.2 การจัดแสงจากด้านหน้าการจัดแสงจากด้านหลังหากจ้าจนเกินไป อาจทำให้ตัวละครหรือภาพที่ปรากฏดูแบนราบลอยตัวขึ้นขาดความเป็นสามมิติตลอดจนไร้เส้นและเงาบนใบหน้ามากขึ้น แต่ถ้าเป็นการจัดแสง แต่เพียงอ่อน ๆ กระจายไว้แทนที่ (หน้า) เงามืดใด ๆ บนฉากก็ย่อมจะให้ความรู้สึกในด้านความสวยงาม ความเอื้ออาทร สันติและความอ่อนโยนได้

5.3 High key เป็นแสงที่มีความสว่างสูงหรือมีค่าความหนักเข้ม (ดำ) ของภาพต่ำส่งผลให้ภาพที่ปรากฏมีความสว่างไสวหรือแม้แต่อาจเห็นแสงและเงาข้าง ๆ ก็ได้ซึ่งตามปกติแล้วจะเป็นแสงที่ให้ความรู้สึกสดใส เบาสบาย มีชีวิตชีวา อ่อนหวาน ฯลฯ

5.4 Low key เป็นแสงที่มีความสว่างต่ำหรือมีค่าความหนักเข้ม (ดำ) ของภาพสูงส่งผลให้ภาพที่ปรากฏมีพื้นที่ส่วนใหญ่ในภาพค่อนข้างมืดซึ่งตามปกติแล้วจะเป็นแสงที่ให้ความรู้สึกถึงเคลียดอึดอัดลึกลับหนักแน่น ฯลฯ

5.5 High Contrast เป็นแสงที่มีการตัดกันหรือมีการเปรียบต่างอย่างสูงทำให้เกิดภาพที่น่าสนใจมากขึ้นตามปกติจะปรากฏเป็นลำแสงเข้ม ๆ กับลำแสงยาว ๆ หรือริ้วของความมืดสลับกับริ้วของความสว่างอย่างชัดเจน โดยการจัดแสงในลักษณะนี้จะสื่อถึงอารมณ์หดหูหรือน่ากลัว ฯลฯ

6. สี (Color)

นอกจากการจัดแสงที่เป็นองค์ประกอบในการสร้างสารในมิวสิกวิดีโอแล้วโทนของสีที่ปรากฏก็ยังเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถสื่อถึงความหมายต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกันเนื่องจากทำให้สีในภาพนั้นเป็นการแสดงถึงอารมณ์ต่าง ๆ เช่น สงบ ตื่นเต้น ร้อนแรง ฯลฯ รวมทั้งสามารถเปลี่ยนจากสถานการณ์หรือเวลาหนึ่งไปยังอีกสถานการณ์หรืออีกช่วงเวลาหนึ่งก็ได้เช่นภาพจากปัจจุบันไปสู่ภาพในอดีตเป็นต้นซึ่งโดยทั่วไปแล้วโทนสีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วรรณะ ได้แก่ วรรณะร้อนหรือสีอุ่นและวรรณะเย็นหรือสีเย็นดังนี้ (จุฑาทิพย์ ก่อทรัพย์สิน, 2550, น. 25)

6.1 วรรณะร้อนหรือสีอุ่น ได้แก่ สีม่วงแดง สีแดง สีส้มแดง สีส้ม สีเหลืองส้ม และสีเหลืองซึ่งสีในวรรณะนี้จะให้ความรู้สึกกรุกเร้าและให้พลังเช่น ให้ความรู้สึกอบอุ่นตื่นเต้นร่าเริง กระปรี้กระเปร่าการต่อสู้ดิ้นรนความมีชีวิตชีวาความรุ่งโรจน์ความรุนแรง ความรัก ฯลฯ

6.2 วรรณะเย็นหรือสีเย็น ได้แก่ สีเหลือง เขียว สีเขียว สีนํ้าเงินเขียว สีนํ้าเงิน สีนํ้าเงินม่วงและสีม่วงสีในวรรณะนี้จะให้ความรู้สึกถดถอยเช่น สงบเงียบ สันติ สดชื่น สุขุม เยือกเย็น ความคิดฝัน ฯลฯ ในทางจิตวิทยาได้มีการให้ความหมายหรือความรู้สึกแก่สีต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำมาใช้อธิบายในการสร้างสารและการสื่อความหมายของมิวสิกวิดีโอได้ ตัวอย่างเช่น (วรรณี สำราญเวทย์, 2544 อ้างถึงในจุฑาทิพย์ ก่อทรัพย์สิน, 2550, น. 26)

1. สีแดงเป็นสีที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกกลัว แสดงถึงภัยอันตราย ความร่าเริง รุนแรงความสนุกสนาน ร่าเริง ตื่นเต้น เร้าใจ
2. สีนํ้าเงินสีเหลืองปนํ้าเงินและสีเขียวใบไม้ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย สร้างความรู้สึกขริมจริงจัง สง่างาม
3. สีเหลืองให้ความรู้สึกสว่างสดใส ความมีพลังวังชา ความเป็นหนุ่มสาว ความร่าเริง เบิกบาน
4. สีม่วง หมายถึง ชัยชนะ ความเจริญเติบโตเต็มที่ถึงขีดที่ความงามเริ่มจะเสื่อมถอย ไม่อาจกระตุ้นให้เกิดความหวังอะไรต่อไปได้อีกเหลือ แต่เพียงความน่าชมบางครั้งให้ความรู้สึกเศร้าและลึกลับด้วย
5. สีขาว เป็นสีแห่งความบริสุทธิ์ ความใหม่ ความสะอาด ความสุภาพ
6. สีแดงชาด ให้ความรู้สึกมั่งคั่งสมบูรณ์
7. สีดำ เป็นสีแห่งความลึกลับ ความว่างเปล่าของชีวิต ให้ความรู้สึกหดหู่เศร้าใจ

ภาษาเสียง (sound language)

เสียงเป็นหนึ่งในส่วนประกอบสำคัญของการนำเสนอทางโทรทัศน์ และมีหน้าที่สำคัญหลายประการ เช่น เล่าเรื่อง ให้ข้อมูล ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก เสริมบรรยากาศและความรู้สึกของเนื้อหาที่ภาพหรือองค์ประกอบอื่นบอกไม่ได้ สร้างสุนทรียภาพในการรับชมให้กลมกลืนต่อเนื่อง และเสริมสร้างจินตนาการ ภาษาเสียงสำหรับสื่อโทรทัศน์มี 3 รูปแบบคือ (รุฬฟ้าสวัสดิ์ ครองภูมินทร์, 2558, น.40)

1. ภาษาพูด (speech) หมายถึง เสียงพูด คำบรรยาย (narration) คำสนทนา (dialogue) การรำพึงรำพันคนเดียว (voice of silence)
2. เสียงประกอบ (sound effect) คือ เสียงที่ใช้ในการสื่อความหมายเพื่อสร้างอารมณ์และบรรยากาศเพื่อเสริมความสมจริงให้กับฉาก เสียงประกอบแบ่งออกเป็นสองประเภทคือ เสียงพิเศษที่เป็นการสร้างบริบท (contextual sound) เช่น เสียงบรรยากาศจ่อแจในตลาด เสียงควมม้า เสียงลมพายุ เป็นต้น อีกประเภทหนึ่งคือเสียงพิเศษที่เป็นการเล่าเรื่อง (narrative sound)
3. เสียงดนตรี (music) คือ เสียงที่เกิดจากการบรรเลงของเครื่องดนตรีหรือการประกอบเพลงขึ้นมา

ในการศึกษาและวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องเข้าใจความหมายที่ถูกบรรจุไว้ในองค์ประกอบของภาพและเสียงของมิวสิกวิดีโอเพลงเหล่านั้น เพราะจากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการอ่านตัวบท การวิเคราะห์ตามแนวคิดของภาษาภาพ จำเป็นต้องวิเคราะห์ทั้งขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนไหวของกล้อง การตัดต่อ การจัดแสง รวมถึงโทนสีของภาพที่นำเสนอล้วนเป็นสิ่งที่จำเป็นในการวิเคราะห์ความหมาย อีกทั้งภาษาเสียงที่สอดรับกับภาพก็เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งในการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานเอาไว้ด้วยเช่นกัน ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับภาษาภาพและภาษาเสียงมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของมิวสิกวิดีโอที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับสัญวิทยา (Semiology)

“สัญศาสตร์ (Semiotics)” หรือ “สัญวิทยา (Semiology)” เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับสัญญาณ (sign) รวมทั้งกระบวนการสร้างความหมายของระบบสัญญาณเหล่านั้นทั้งนี้ สัญญาณอาจอยู่ในรูปแบบของภาษา หรือไม่ใช่ภาษาเช่น รูปภาพ ท่าทาง หรือวัตถุต่าง ๆ ก็ได้ (Chandler, 2007, p. 2) ในการวิเคราะห์สื่อไม่ว่าจะเป็นนิยายสาร โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สัญศาสตร์จะช่วยให้เราเข้าใจความหมายของตัวบท (text) ที่ผู้ส่งสารต้องการเสนอมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่าง โฆษณาภาพยี่ห้อหนึ่งทางโทรทัศน์หากเราใช้สัญศาสตร์ในการวิเคราะห์บทโฆษณานี้จะพบว่า ผู้โฆษณายกยามกำหนดความหมาย (meaning assignment) ใหม่ให้กับกาแฟ (สัญญาณ) จากเดิมที่กาแฟเป็น

เพียงเครื่องคัมชนิดหนึ่งให้เปลี่ยนมาเป็นเครื่องมือที่ใช้เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างหนุ่มสาวในสถานที่ทำงาน เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพและคณะ, 2555, น. 32)

โซซูร์ (1959 อ้างถึงใน ศิริโรรัตน์ ศิริเพ็ญ, 2559, น. 12) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสกล่าวว่า กระบวนการสร้างความหมายของสัญญาณประกอบด้วย 2 องค์ประกอบที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ องค์ประกอบนั้น ได้แก่ “ตัวกำหนดความหมาย” (signifier หรือ signification) และ “ความหมายที่ถูกกำหนด” (signified หรือ signal) โดย “ตัวกำหนดความหมาย” หมายถึง เครื่องมือหรือสื่อกลางที่แสดงถึงสัญญาณซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของคำพูด คำอ่าน หรือสีของภาพที่แสดงถึงวัตถุหรือบุคคลต่าง ๆ หรือที่โซซูร์เรียกว่า “ความสัมพันธ์ระหว่างเสียงและภาพ” (sound-image หรือ sound pattern) ซึ่งเสียงดังกล่าวไม่ใช่เสียงที่เกิดจากการทำงานของอวัยวะในการเปล่งเสียง แต่เกิดจากกระบวนการภายในจิตใจในการสร้างภาพของเสียงเพื่อใช้โยงไปยังความหมายต่าง ๆ ส่วน “ความหมายที่ถูกกำหนด” หมายถึง ความคิดหรือมโนทัศน์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่รับรู้ตัวกำหนดความหมาย ทั้งนี้ ผู้รับสารจะโยงความคิดไปยังสิ่งใดนั้นขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ที่เคยได้รับของผู้รับสาร ทำให้ตัวกำหนดความหมายหนึ่งตัวอาจมีความหมายที่ถูกกำหนดแตกต่างกันออกไป ความสัมพันธ์ระหว่างตัวกำหนดความหมายและความหมายที่ถูกกำหนดจึงมีความสัมพันธ์ที่ไม่ผูกติดกันอย่างถาวร (arbitrary) ยกตัวอย่างเช่น หากเราเห็นคำว่า “แมว” ซึ่งประกอบด้วยตัวอักษร แ-ม-ว กลุ่มตัวอักษรเหล่านี้เป็นตัวกำหนดความหมาย หลังจากนั้น เราจะโยงความคิดที่เคยรับรู้มาก่อนว่า แ-ม-ว คือสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม ขนยาวนุ่ม มีหลากหลายสี (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ความคิดของเราที่มีต่อคำว่า “แมว” คือ ความหมายที่ถูกกำหนด (Bignell, 1997 อ้างถึงในศิริโรรัตน์ ศิริเพ็ญ, 2559, น. 13)

ส่วนแนวความคิดเกี่ยวกับ “ตัวกำหนดความหมาย” และ “ความหมายที่ถูกกำหนด” ได้รับการนำมาพัฒนาต่อโดยบาร์ธส์ (1977 อ้างถึงใน ศิริโรรัตน์ ศิริเพ็ญ, 2559, น. 13) นักวิชาการชาวฝรั่งเศส บาร์ธส์ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับศาสตร์แห่งสัญญาณมาใช้วิเคราะห์สื่ออย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์แฟชั่น รูปถ่าย วรรณกรรม นิตยสาร ดนตรี และอื่น ๆ อีกมากมาย จากการศึกษาของบาร์ธส์ ทำให้พบว่า ตัวกำหนดความหมายไม่จำเป็นต้องมีความหมายที่ถูกกำหนดเพียงความหมายเดียว กล่าวคือ ภาพแต่ละภาพสามารถมีหลายความหมาย บาร์ธส์ได้แบ่งความหมายของสัญญาณออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ความหมายตรง (denotation) และความหมายแฝง (connotation) ความหมายตรง คือ ความหมายลำดับแรกที่ผู้รับสารเข้าใจได้ทันทีเมื่อสรรพสิ่งหนึ่งปรากฏ ส่วนความหมายแฝงคือความหมายลำดับที่สองหรือความหมายอื่น ๆ ที่ผู้รับสารตีความได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้หรือบริบทแวดล้อมของผู้รับสารเองด้วย ตัวอย่างการศึกษาของบาร์ธส์เรื่องความหมายตรงและความหมายแฝง ได้แก่ การโฆษณาอาหารอิตาเลียนยี่ห้อปานซานิ (Panzani) ในนิตยสารฝรั่งเศสฉบับหนึ่ง ซึ่งในโฆษณาประกอบด้วยภาพถุงดาขายที่บรรจุห่อพาสต้ายี่ห้อ

ปานชานี ซอส เนยพาร์เมซาน และผักสดต่าง ๆ ได้แก่ มะเขือเทศ พริกสีเขียว หอมหัวใหญ่ และเห็ด ในการวิเคราะห์ข้อมูลบาร์ธส์เริ่มศึกษาความหมายตรงก่อนแล้วจึงศึกษาความหมายแฝง ผลการศึกษาสามารถแสดงให้เห็นว่าผู้โฆษณาต้องการสื่อว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีความสดใหม่อยู่เสมอ รวมทั้งเป็นอาหารที่เหมาะสมกับการประกอบอาหารและรับประทานกันภายในบ้าน นอกจากนี้ยังแสดงถึงความเป็นอิตาลีโดยสะท้อนผ่านชื่อยี่ห้อสินค้าทั้งชื่อพาสต้า ส่วนผสมที่ใช้ทำซอส รวมทั้งการใช้สีแดง สีเหลือง และสีเขียว ที่สื่อถึงธงชาติของประเทศอิตาลีด้วย ทั้งนี้บาร์ธส์ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาพและถ้อยคำว่าเนื่องจากภาพมีหลายความหมาย การใช้ถ้อยคำประกอบภาพจะช่วยจำกัดวงความหมายของภาพได้ (Ribière, 2008 อ้างถึงใน ศิริโรจน์ ศิริเพ็ญ, 2559, น. 14)

ในกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อให้สามารถสื่อสารร่วมกันได้นั้นในแนวทางการวิเคราะห์สัญลักษณ์จะเริ่มต้นจากการค้นหาความหมายของตัวบท (Text) หนึ่ง ๆ ที่จะถูกอ่าน ความหมายออกมาในแบบใดนั้น จำเป็นต้องสัมพันธ์และขึ้นอยู่กับบริบท (Context) ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ตัวบทนั้น ๆ เกิดขึ้นมา เช่น หมู อาจจะมีความหมายว่าเป็นอาหารชนิดหนึ่ง แต่ในวัฒนธรรมมุสลิมมีความหมายว่าเป็นอาหารไม่ได้ ส่วนในวัฒนธรรมจีนจะมีความหมายว่าเป็นของหมั่นที่ใช้ในพิธีแต่งงาน เป็นต้น ทั้งนี้ในการรับรู้ความหมายตามแนวทางของสัญวิทยา นั้นโดยธรรมชาติแล้วจะไม่มีคู่มือการแปลหรือพจนานุกรมมาให้เพื่อเปิดดูความหมายของคำแปลเหล่านั้น ผู้อ่านสัญลักษณ์จะต้องสร้างคู่มือการแปลของตนเองโดยใช้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ มาช่วยในการตีความสิ่งที่ตนเองได้สัมผัสจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น รูปภาพ เสียง หรือการสัมผัสอย่างอื่น ๆ ที่ทำให้เรานึกถึงวัตถุหรือความเป็นจริงขึ้นมา ซึ่งในการรับรู้ความหมายของสัญลักษณ์โดยการใช้คำพูดหรือภาษาเขียนนี้ จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของผู้ที่อ่านสัญลักษณ์ เช่น กรณีคนในกรุงเทพฯ พบเห็นแหล่งน้ำที่มารวมอยู่กันมาก ๆ ก็อาจจะเรียกว่าคลอง แม่น้ำ ทะเลสาบ แต่สำหรับคนในต่างจังหวัด อาจจะเป็นห้วย หนอง คลอง บึง เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 401-402)

สำหรับการวิเคราะห์สื่อ โดยเน้นไปที่รหัสความหมาย สามารถนำไปใช้ได้กับสื่อทุก ๆ แขนง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวอย่างภาพยนตร์ โทรทัศน์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ที่เกิดจากการประกอบสร้างของมนุษย์ โดยสิ่งที่เห็นอาจจะเป็นภาพ เสียง กราฟิก เป็นต้น ที่ปรากฏในสื่อ นั้น ๆ นับเป็นรหัสความหมายที่เกิดขึ้น ระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารที่จะต้องทำการใส่รหัส ถอดรหัสความหมายที่ได้จากสื่อถือว่าเป็นกระบวนการสื่อสารอย่างหนึ่ง ที่ผ่านการเลือกสัญลักษณ์ รหัส ไวยากรณ์ การนำเสนอ เช่น ในกรณีของภาพถ่ายจะมีการถ่ายทอดเรื่องราวซึ่งแต่งแต้มไปด้วยแสงเงาของชีวิตและธรรมชาติ การจัดฉาก การเลือกใช้มุมมอง

ในการสื่อความหมาย รวมทั้งเทคนิคการถ่ายภาพ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบที่ช่างภาพหรือผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมายบางอย่างให้ผู้ชม อ่าน ด้วยกระบวนการมองเห็น ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะภาพนิ่งที่โดยธรรมชาติแล้วเป็นได้ทั้งข่าวสารระบับเทิง และความทรงจำที่คืออย่างหนึ่งทีคนในสังคมมักจะเลือกใช้ในการบรรจุเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อสื่อความหมาย (ทักษิณีย์ บุนนาค, 2546, น. 150-151)

วิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์

วิธีการศึกษา หรือวิธีการที่เราจะเข้าใจระดับของความหมายที่ซุกซ่อนไว้ภายใต้สัญลักษณ์นั้น มีวิธีการหรือแนวทางที่ใช้ในการวิเคราะห์ หลายรูปแบบ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย

เดอ โซซัวร์ ได้แยกแยะประเภทและระดับของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภท (De Saussure, 1974 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 98) คือ

1.1 ความหมายโดยอรรถ (Denotative Meaning) อันได้แก่ ความหมายที่เข้าใจกันตามตัวอักษร เป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่ ตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ ความหมายที่ระบุอยู่ในพจนานุกรม เช่น แม่ คือ สตรีผู้ให้กำเนิดลูก หมีเป็นสัตว์ 4 เท้า (หรือ 2 เท้า 2 มือ) ประเภทหนึ่ง เป็นต้น

1.2 ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) ได้แก่ ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่ม หรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคลเช่น เวลาพูดถึง “แม่” บางคนอาจจะนึกถึงความอบอุ่น บางคนนึกถึงความเข้มงวด บางคนนึกถึงประสบการณ์อันขมขื่น (เพราะแม่ทิ้งลูกไป) เป็นต้น

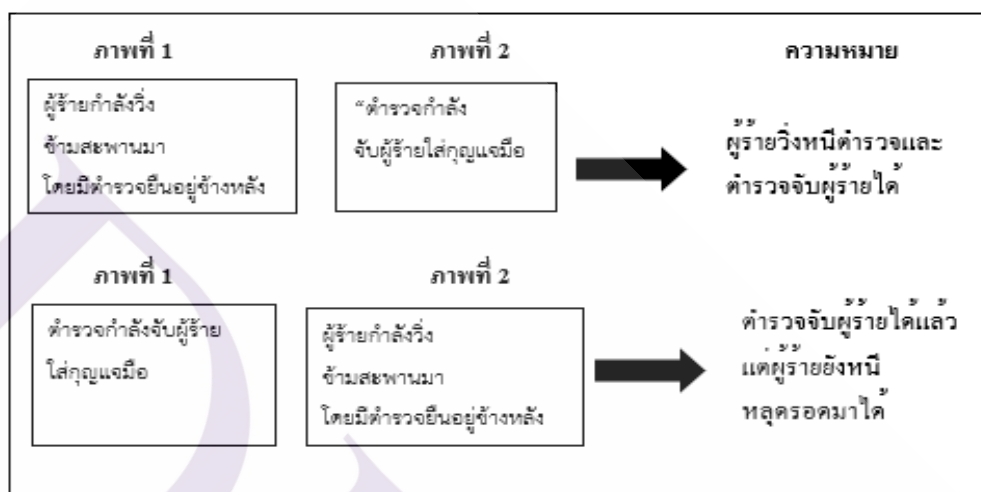
สิ่งที่นักสัญวิทยา เช่น R. Barthes (1967 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 99) สนใจศึกษามากที่สุดคือ ความหมายโดยนัย เนื่องจากความหมายดังกล่าวมีความสำคัญกับบุคคลอย่างแท้จริง ทั้งในแง่ของการรับรู้ การถอดรหัส การตีความหมาย และความหมายโดยนัยนี้ยังสามารถแปรเปลี่ยนไปได้อีกมากมาย

2. การวิเคราะห์แบบ Paradigmatic และ Syntagmatic

มีคำศัพท์หลายคำที่นักวิชาการแต่ละท่านคิดขึ้นมา เพื่อจำแนกประเภทการวิเคราะห์ระบบสัญลักษณ์ แต่ล้วนหมายถึงสิ่งเดียวกันคือ

2.1 การวิเคราะห์แบบ Diachronic/ Syntagmatic หลักของการวิเคราะห์แบบนี้จะเน้นลำดับขั้นหรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญลักษณ์ ตัวอย่างเช่น

การวิเคราะห์แบบ Syntagmatic จะพบมากในเรื่องของการเล่าเรื่อง (Narration) เนื่องจากโครงสร้างของการเล่าเรื่องนั้น จะต้องกำหนดขึ้นตอนของเหตุการณ์เอาไว้อย่างแน่ชัด หากสลับขั้นตอนกันความหมายก็อาจจะเปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น การลำดับภาพ 2 ภาพ ซึ่งเป็นภาพเดิมแต่สลับที่กัน ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างการวิเคราะห์ระบบ Syntagmatic (Diachronic)

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ . (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.

สำหรับ “วิธีการเล่าเรื่อง” นี้ เป็นแบบแผนของรูปแบบการถ่ายทอดข่าวสารที่ใช้กันมากในรูปแบบหนึ่งที่เราอาจจะพบได้ในผลงานสมัยใหม่ของสื่อมวลชนทุกชนิดเช่น ภาพยนตร์ บทเพลง ภาพยนตร์โฆษณา แม้กระทั่งการรายงาน (เล่า) ข่าว เป็นต้น

2.2 การวิเคราะห์แบบ Synchronic/ Paradigmatic

เดอ โซซูร์ ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์ลักษณะนี้เอาไว้ว่า “เป็นการหาแบบแผนที่ซ่อนเร้นของกลุ่มตรงข้ามและสร้างความหมายขึ้นมา” (Hidden Pattern of Opposition) ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ “ความหมาย” ที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า “หากปราศจากความแตกต่าง (Difference) ความหมายก็กลายเป็นสิ่งที่ไม่มี ความหมาย” หากปราศจากสีดำ สีขาวก็ไม่มี ความหมาย หากไม่มีลักษณะช่วยวนทางเพศของนางผู้ร้าย การรักรักรวนสรวงตัวของนางเอกก็ไร้ ความหมาย ดังนั้น ในอีกมุมหนึ่งการวิเคราะห์แบบ Synchronic/ Paradigmatic จึงเป็นการแสวงหา

คุณลักษณะทั้งหมด (Attribute) ของสัญลักษณ์ที่ตรงกันข้ามเช่น คุณลักษณะทั้งหมด (Paradigm) ของพระเอกกับผู้ร้าย

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างการวิเคราะห์แบบ Synchronic/ Paradigmatic

พระเอก	ผู้ร้าย
- หนุ่ม	- แก่
- โสด	- แต่งงานแล้ว / มีผู้หญิงหลายคน
- ไม่เจ้าชู้ รักเดียวใจเดียว	- เจ้าชู้
- เป็นสุภาพบุรุษ	- จี้โกง
- รักยกยาคำมั่นสัญญา	- หลอกหลวง
ฯลฯ	ฯลฯ

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.

Levi-Strauss, 1967 (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 103) สนใจการวิเคราะห์แบบพิจารณาจากโครงสร้างเบื้องลึก (Deep Structure) ของตัวบท กล่าวคือ การวิเคราะห์ตัวบทนั้นต้องแยกระหว่างความหมายที่เปิดเผย (Manifest Meaning) ซึ่งจะเป็นตัวเล่าเรื่องว่าตัวละครทำอะไร มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นกับความหมายแฝงเร้น (Latent Meaning) อันเป็นความหมายที่บ่งบอกว่าแท้จริงแล้วตัวบทนั้นเกี่ยวข้องกับอะไร มีความหมายอะไร ดังนั้น การวิเคราะห์ของ Levi-Strauss จึงสนใจค้นคว้าว่า

(ก) การเล่าเรื่องมีการจัดระบบอย่างไร เช่น คุณสมบัติของนางเอกแบบ “นางแมวป่า” เพราะเหตุใดจึงมีวิธีการเล่าเรื่องให้นางเอกมีลักษณะที่แก่นแก้ว เป็นอิสระ ก้าวร้าวในตอนแรก และแปรเปลี่ยนมาเป็นผู้หญิงที่เซื่อง เรียบร้อยในตอนหลัง

(ข) วิธีการเล่าเรื่องหรือวิธีการสร้างตัวละครดังกล่าวมีความหมายแฝงเร้นอย่างไร เช่น คุณลักษณะของนางเอกแบบแก่นแก้วนั้น ก็คือ ผู้หญิงที่เพิ่มคุณค่าของตัวเองให้มากขึ้นด้วยการปรับดีกรีของ “ความเป็นผู้หญิง” ให้น้อยลง และเพิ่ม “ความเป็นผู้ชาย” ให้มากขึ้น อันเป็นความหมายที่แท้จริงของตัวละครแบบนี้ แต่ถึงอย่างไร ก็ยังเป็นผู้ชาย (พระเอก) ที่มีอำนาจในการแปรเปลี่ยน (ปราบนางเอกให้เซื่อง) ดีกรีความเป็นชายของนางเอกให้ถอยกลับไปเป็นผู้หญิงดั้งเดิม

(ค) สนใจการวิเคราะห์ความหมายที่แฝงเร้นอยู่นั้นจะสะท้อนโครงสร้างความคิดของคนกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างไร และหน่วยที่เขาให้ความสนใจวิเคราะห์คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร

ในอีกด้านหนึ่ง การวิเคราะห์ท่า Paradigmatic นั้น ได้แก่ การแสวงหาชุดของสัญลักษณ์ชุดหนึ่ง ๆ ที่อยู่ในกระบวนทัศน์เดียวกัน และยังสามารถนำมาใช้แปรเปลี่ยนกันได้ โดยยังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้ ตัวอย่างเช่น ประโยคที่ว่า

ตารางที่ 2.2 ตัวอย่างชุดของสัญลักษณ์

ประธาน	กริยา	กรรม
พ่อ	ตี	ลูก

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ . (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.

ในประโยคนี้ เรายังคงสามารถจะหาบุคคลอื่น ๆ เข้ามาแทนที่ตัวประธาน กริยา กรรม ได้โดยยังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้ เนื่องจากสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่นำมาแทนที่นั้นต่างอยู่ในกระบวนทัศน์เดียวกัน (Paradigm) เช่น

ตารางที่ 2.3 ตัวอย่างชุดของสัญลักษณ์ที่ถูกแทนที่

ประธาน	กริยา	กรรม
พ่อ	ตี	ลูก
ลุง	ทำโทษ	หลาน
ครู	ดุ ตักเตือน	ลูกศิษย์
เจ้านาย	หักเงินเดือน	ลูกน้อง
	ฯลฯ	

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ . (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.

คำชุดใหม่ที่น่าเอาไปแปรเปลี่ยนนั้น ไม่ได้ทำให้ความหมายของประโยคเดิมซึ่งมีความหมายว่า “ผู้มีอำนาจมากกว่า กระทำการในทางลบต่อผู้มีอำนาจน้อยกว่า” เปลี่ยนแปลงไปเลย ดังนั้น การวิเคราะห์แบบ Paradigmatic ก็คือ การหาชุดของสัญญาณต่าง ๆ นั้นเอง (Set of Signs) ความรู้ดังกล่าวนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้สร้างสาร โดยการนำเอาสัญญาณตัวใหม่ ๆ มาใช้แทนที่สัญญาณตัวเก่าแต่ทว่ายังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้ได้เช่น การสร้างละครโทรทัศน์ในแบบฉบับของซินเดอเรลล่าพบกบเจ้าชาย หรือหนังสือประเภทต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ , 2542, น. 103)

2.3 การวิเคราะห์แบบ Metaphor และ Metonymy

Metaphor และ Metonymy เป็นวิธีการหลักอีก 2 วิธีการที่ใช้ในการถ่ายทอดความหมายจากสัญญาณตัวหนึ่ง โดยอาศัยสัญญาณอีกตัวหนึ่ง

2.3.1 Metaphor เป็นวิธีถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสัญญาณ 2 ตัวที่มี ความหมายคล้ายคลึงกัน และถูกนำมาใช้ถ่ายทอดความหมายด้วยวิธีการ “เปรียบเทียบอุปมาอุปไมย” (Analogy) โดยที่สัญญาณตัวแรกนั้นเป็นที่รู้จักความหมายกันดีอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นเมื่อถูกนำมาเข้ากับสัญญาณตัวที่สองซึ่งยังไม่ค่อยรู้จักความหมายกันดี จึงต้องอาศัยความหมายของสัญญาณตัวแรกเพื่อ ทำให้สัญญาณตัวหลังถูกรับรู้ความหมายไปด้วย

การเปรียบเทียบแบบ Metaphor นั้นเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้วในวัฒนธรรมการใช้ภาษา โดยอาจจะสังเกตเห็นคำบอกใบ้ (Cue) ดังนี้คือ คำว่า “เสมือน ประหนึ่ง ราวกับว่า ” (Like / As) ยกตัวอย่างเช่น

- คำพูดของนายชวานั้นคมกริบ แต่นุ่มนวลประหนึ่งมีดโกนอาบนํ้าผึ้ง
- ชายผู้นี้ใจดีราวกับพ่อพระ
- นางสาวจักรวาลปีนี้มีรูปร่างที่งดงามเสมือนนางฟ้ามาจุติ เป็นต้น

2.3.2 Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอาส่วนเสี้ยวเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของสัญญาณ (Part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) ตัวอย่างที่พบบ่อยที่สุด คือ การใช้สัญญาณแทนเมืองต่าง ๆ เช่น

ตารางที่ 2.4 ตัวอย่างการถ่ายทอดความหมายแบบ Metonymy

Whole	Part
กรุงเทพ	พระปรางค์วัดอรุณ / วัดพระแก้ว
นิวยอร์ก	ตึกระฟ้า
ปารีส	หอไอเฟล
ลอนดอน	นาฬิกาบิกเบน

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ . (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์.

การถ่ายทอดความหมายจากสัญลักษณ์ที่เป็นส่วนย่อยให้แทนสัญลักษณ์รวมทั้งหมดนั้น เกิดจากกระบวนการที่เรียกว่า การเชื่อมโยงสัมพันธ์ (Association) กล่าวคือ ในหัวสมองของผู้รับสารจะต้องมีคู่ของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยกับส่วนรวมเอาไว้แล้ว เช่น ต้องรู้ว่าพระปรางค์วัดอรุณนั้นตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ เพราะฉะนั้น เมื่อเห็นส่วนหนึ่ง (ส่วนย่อย) จึงพาให้คิดไปถึงอีกส่วนหนึ่ง (ส่วนรวม) ได้ การถ่ายทอดด้วยวิธีนี้เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารกระทำอยู่ตลอดเวลา ด้วยการเลือกส่วนย่อยที่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีที่สุดของส่วนรวมทั้งหมดมาใช้เป็นสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดความหมาย เช่น คริสต์ศาสนาเลือก Metonymy เป็นไม้กางเขนซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของพระเยซูในตอนสิ้นพระชนม์ เป็นต้น

ตารางที่ 2.5 การเปรียบเทียบคุณสมบัติของ Metaphor กับ Metonymy

Metaphor	Metonymy
1. คล้ายคลึงกันด้วยการเปรียบเทียบ (analogy)	1. คล้ายคลึงกันด้วยการเชื่อมโยง (Association)
2. Meta: การถ่ายทอด Phor: การคงไว้ (bear)	2. Meta: ถ่ายทอด Onom: ชื่อ / นาม
3. สังเกตเห็นคำบอกแนะ เช่น “เสมือน / ประหนึ่งว่า / ดังว่า / ราวกับว่า	3. จะมีการดึงเอาส่วนย่อย / เศษเสี้ยว ส่วนหนึ่ง มาแทนความหมายของ ส่วนรวมทั้งหมด

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ . (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์.

การรับรู้ความหมายของสัญญาณองค์ประกอบที่เป็นผลมาจากกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร โดยความหมายที่อยู่ในตัวสารนั้นเกิดจากระบบของการประกอบสร้างสัญญาณ (Construction of Sign) จากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งหมด ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาภายใต้องค์ประกอบของการสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งสาร ใช้ระบบสัญญาณต่าง ๆ มาสร้างเนื้อหาหรือใส่ความหมาย (Encoding) เพื่อสื่อไปยังผู้รับสาร จากนั้นผู้รับสารก็ต้องใช้ประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับระบบสัญญาณนั้นๆ (ใช้รหัสชุดเดียวกัน) มาอ่านหรือตีความเพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ (Decoding) ทั้งนี้การตีความเนื้อหาเพื่อที่จะทำความเข้าใจความหมายจากตัวสารนี้ บางกรณีผู้รับสารอาจจะรับรู้ความหมายได้ไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารก็อาจจะเป็นไปได้ เช่น ภาพยนตร์ของบริษัทสร้างภาพยนตร์จากต่างประเทศที่มีวัฒนธรรมความเชื่ออย่างหนึ่งจะถูกกองเซ็นเซอร์ ห้ามฉายในอีกประเทศหนึ่งซึ่งที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อย่างเช่นในกรณีภาพยนตร์ เรื่อง Anna and the King ที่บริษัทผู้สร้างจากต่างประเทศไม่มีความรู้ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ที่เพียงพอจึงทำให้กระบวนการสร้างเนื้อหาสำคัญๆ ในภาพยนตร์ผิดเพี้ยนไปจากการรับรู้ของคนไทยในประเทศเป็นอย่างมาก (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, น. 22-24)

เช่นเดียวกับการศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ จำเป็นต้องวิเคราะห์รหัสความหมายจากองค์ประกอบต่าง ๆ จากภาพและเสียงที่ผู้ส่งสารได้ใส่รหัสความหมาย (Encoding) บางอย่างเอาไว้และปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสารที่รับฟังและรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นก็จะมีกรถอดรหัสความหมาย (Decoding) หรือรับรู้ที่อาจแตกต่างกันไปได้เช่นกัน และในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับสัญวิทยา (Semiology) มาเป็นส่วนหนึ่งในการทำความเข้าใจความหมายของตัวบท (Text) สำหรับการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน นำมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เกี่ยวกับสัญญาณผ่านภาษา ภาพ หรือเสียงที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นว่าจะมีการใส่รหัสความหมายและสัญญาณใดที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ไว้บ้าง และถูกนำเสนอออกมาในลักษณะใด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” ผู้วิจัยได้ค้นคว้างานวิจัยเพื่อสนับสนุนและเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา โดยสามารถที่จะแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้เป็น 2 ประเภท กล่าวคือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกับเพลงลูกทุ่งอีสาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์อีสาน ดังนี้

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพลงลูกทุ่งอีสาน

สุรพงษ์ สังฆมณี (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “ค่านิยมที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน พ.ศ. 2533 - 2539” ซึ่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ศึกษาวิเคราะห์ถึงค่านิยมที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน และค่านิยมของชาวอีสานที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน ในช่วงปี พ.ศ. 2533-2539 โดยวิเคราะห์เนื้อหาในบทเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมจำนวน 333 เพลง ขับร้องโดยนักร้อง 13 คน ผลการศึกษาพบว่า ค่านิยมที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน ได้แก่ ค่านิยมเกี่ยวกับครอบครัว ด้านการเลือกคู่ครอง ความกตัญญูต่อบุพการี ค่านิยมด้านเศรษฐกิจ นิยมคนที่มีฐานะดี ร่ำรวยมั่งคั่ง ชอบความหรูหราฟุ่มเฟือย ค่านิยมเกี่ยวกับประเพณี ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมเกี่ยวกับศาสนา ขอมรับนับถือสิ่งเหนือธรรมชาติและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ค่านิยมด้านการศึกษา นิยมส่งบุตรหลานให้ได้รับการศึกษา ค่านิยมเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย รักถิ่นที่อยู่อาศัย ค่านิยมเกี่ยวกับสตรี นิยมสตรีที่มีความสวย รักเดียวใจเดียว และเป็นแม่ศรีเรือน ค่านิยมเกี่ยวกับนันทนาการ นิยมพักผ่อนหย่อนใจ เกี่ยวกับงานเทศกาลต่าง ๆ ค่านิยมเกี่ยวกับการเมืองการปกครองนิยมยกย่องเทิดทูนพระมหากษัตริย์ ค่านิยมของชาวอีสานที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน ได้แก่ ค่านิยมเกี่ยวกับครอบครัว นิยมสมรสแบบผัวเดียวเมียเดียว ภรรยาต้องเป็นแม่ศรีเรือน กตัญญูรู้คุณต่อบิดามารดา ค่านิยมเกี่ยวกับเศรษฐกิจ นิยมความมั่งคั่ง มีรายได้ประจำ นิยมความหรูหราฟุ่มเฟือย และการประกอบอาชีพอิสระชอบทำงานต่างถิ่น ค่านิยมเกี่ยวกับการศึกษานิยมยกย่องผู้ที่มีการศึกษาสูง จึงส่งบุตรหลานไปเรียนหนังสือ ค่านิยมเกี่ยวกับศาสนาจะนิยมขอมรับในเรื่องบุญกรรม ค่านิยมเกี่ยวกับประเพณี ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมเกี่ยวกับอาหารชาวอีสานนิยมอาหารที่มีในท้องถิ่นที่อยู่อาศัย อาหารหลัก คือ ข้าวเหนียว ปลายข้าว ปลา ร้า ค่านิยมเกี่ยวกับถิ่นที่อยู่อาศัย รักผูกพันในถิ่นที่อยู่อาศัย ค่านิยมเกี่ยวกับสตรีนิยมสตรีที่รักนวลสงวนตัว ปฏิบัติตามประเพณีและนิยมสตรีที่เก่งงานบ้านงานเรือน

ในขณะที่ สนอง ไสววรรณ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “วรรณกรรมเพลงลูกทุ่งพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย พ.ศ. 2500 - 2545” พบว่า เนื้อหาที่ปรากฏมากที่สุดในแต่ละด้าน ได้แก่ การดำเนินชีวิต (การดำเนินชีวิตของหนุ่มสาวเกี่ยวกับการเกี่ยวพาราตี ความรัก ความผิดหวัง) ความบันเทิง (ดนตรี : การแสดง หมอลำ แคน พิณ ซอ) อาหาร (หาเองปรุงเองจากพืช ผัก สัตว์ที่มีในท้องถิ่น) ปัญหา (ภัยแล้ง) ค่านิยม (ความรักท้องถิ่น) ความเชื่อ (บุญกรรม) ประเพณี (สงกรานต์) ประเพณีตามฮีตสิบสอง (บุญบั้งไฟ บุญเผาศ) และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสานที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่ง พบมากที่สุดคือ การเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการย้ายถิ่นฐานชั่วคราวเพื่อไปทำงานที่กรุงเทพฯ และต่างประเทศของหนุ่มสาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นความเป็นอยู่ของชาวอีสานใน

เมืองหลวง อาชีพ การถูกหลอกลวง การฆ่าตัวตาย ส่วนการเปลี่ยนแปลงในชนบทอันมีผลมาจากการรับวัฒนธรรมเมืองมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการแต่งกาย เครื่องใช้ในบ้าน

ทรงศิลป์ สุขแสน (2547) ศึกษาเรื่อง “วิถีอีสานจากเพลงลูกทุ่งของไมค์ ภิรมย์พร” พบว่า เพลงลูกทุ่งของไมค์ ภิรมย์พร มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นข้อเท็จจริงจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนอีสานในด้านสังคม เช่น ครอบครัวและเครือญาติที่มีความรัก ความเคารพ เอื้ออาทรต่อกัน ลักษณะของคนอีสานและกิจกรรมที่ทำให้ชุมชนและท้องถิ่น ตลอดจนการเคลื่อนย้ายแรงงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้านเศรษฐกิจเกี่ยวกับการประกอบอาชีพและปัญหาจากการประกอบอาชีพ ด้านวัฒนธรรมได้กล่าวถึงประเพณี นันทนาการ และค่านิยมต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อมคุณภาพชีวิต

ภาสพงศ์ ผิวพอใช้ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “เพลงลูกทุ่งอีสานกับลักษณะการใช้ภาษาและการสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น : ศึกษาในผลงานเพลงของศิริพร อำไพพงษ์” โดยศึกษาจากผลงานเพลงของศิริพร อำไพพงษ์ จากเทปคาสเซ็ทที่ออกวางแผงครั้งแรกในช่วงปี พ.ศ. 2543-2547 จำนวน 8 ชุด รวมทั้งสิ้น 80 เพลง เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาและการสะท้อนวัฒนธรรมชนบทธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของชาวอีสาน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการใช้ภาษาในเพลงลูกทุ่งอีสานของศิริพร อำไพพงษ์ ใช้ภาษาเข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา นอกจากนั้นเนื้อหาของบทเพลงแสดงลักษณะเด่นทางด้านวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ออกได้ทั้งสิ้น 3 ประการ คือ การสะท้อนภาพความรัก การสะท้อนภาพชีวิตของชาวชนบท และการสะท้อนความเปลี่ยนแปลงของสังคม

กิตติวุฒิ เฝ้าบ้านฝาง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “จินตภาพภาษาถิ่นอีสานที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งของสลา คุณวุฒิ” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ คำและสำนวนที่ก่อให้เกิดจินตภาพในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งของ สลา คุณวุฒิ และจินตภาพที่สะท้อนสังคมและวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยผลการศึกษาพบว่า บทเพลงลูกทุ่งของสลา คุณวุฒิ ได้สะท้อนจินตภาพ 2 ด้าน คือ จินตภาพด้านสังคม (ความรัก/ความผูกพัน สิ่งแวดล้อม/สภาพสังคม การประกอบอาชีพ สถานภาพ/ชนชั้นทางสังคม ความโหยหาอดีต/สำนึกรักบ้านเกิด) และจินตภาพด้านวัฒนธรรม (วิถีชีวิต ศาสนา/ความเชื่อ การกินอยู่/ประเพณี)

วิศรา โกรทินธาคม และศิรรา จุฑารัตน์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “มองอีสาน ผ่านเพลงไทยลูกทุ่งอีสาน กรณีศึกษาเพลงไทยลูกทุ่งอีสานของ ต่าย อรทัย” โดยศึกษาภาพสะท้อนความเป็นอีสานผ่านตัวบทของเพลงไทยลูกทุ่งอีสานของต่าย อรทัย ชุดที่ 1-8 รวมทั้งสิ้น 80 เพลง ผลการศึกษาพบว่า เพลงของต่าย อรทัย สะท้อนให้เห็นภาพสังคมอีสาน 4 ประการ ได้แก่ 1. ภาพสะท้อนเศรษฐกิจและสังคม เนื้อหาของเพลงจะสะท้อนภาพผู้คนในภาคอีสานว่ามีฐานะยากจน ต้องดิ้นรนหนีความยากจนเข้ามาทำงานในเมืองหลวง ผู้คนมีการศึกษาน้อย ทำให้ต้องทำงานเป็นชนชั้นแรงงาน และเป็นผลให้ถูกเหยียดชนชั้นทางสังคม 2. ภาพสะท้อนด้านวิถีชีวิตและ

ความสัมพันธ์ในครอบครัว มีการสะท้อนภาพความรักของชายหนุ่มหญิงสาวที่มีความสมหวัง ความผิดหวัง และการรอคอย ความรักของลูกที่มีต่อพ่อแม่ ความกตัญญูรู้คุณต่อผู้มีพระคุณ ความรักระหว่างเพื่อน ความรักถิ่นฐานบ้านเกิด ความรักตัวเองและคนในภาคเดียวกันซึ่งมีทั้งการให้กำลังใจทั้งตัวเอง และผู้อื่นให้ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค 3.ภาพสะท้อนด้านวัฒนธรรมประเพณีประจำท้องถิ่นอีสาน และ 4. ภาพสะท้อนด้านความเชื่อ ซึ่งมีทั้งความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กฎแห่งกรรมและชาติภพ ภาพของสังคมอีสานผ่านเพลงไทยลูกทุ่งอีสานเหล่านี้นับเป็นอีกมุมมองหนึ่งที่ทำให้เห็นพลวัตของสังคมอีสานได้ชัดเจนขึ้น

สิริขญา คอนกรีต (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “เพลงลูกทุ่งอีสาน: อัตลักษณ์และการเมืองเชิงวัฒนธรรมของคนอีสานพลัดถิ่น” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสานพลัดถิ่นและรูปแบบการเมืองเชิงวัฒนธรรมของคนอีสานพลัดถิ่นในเพลงลูกทุ่ง รวมถึงการวิเคราะห์กลวิธีการเล่าเรื่องและศิลปะทางภาษาที่เพลงลูกทุ่งใช้เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์และการเมืองของคนอีสานพลัดถิ่น ผลการวิจัยพบว่า เพลงลูกทุ่งใช้เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสานพลัดถิ่นได้แก่ ภาษา อาหาร คนตรี ประเพณี เทศกาล และอาชีพ โดยอาชีพกรรมกรและหนุ่มสาวโรงงานถูกนำเสนอในเพลงลูกทุ่งมากที่สุด ทั้งนี้อาหารเป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แสดงความเป็นอีสานได้ชัดเจนและเปลี่ยนแปลงยากที่สุด ส่วนดนตรีถูกใช้เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ลูกผสมเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์เหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นตัวตนของคนอีสานพลัดถิ่นที่ขยัน อดทน เรียบง่าย และสนุกสนาน ทั้งยังประกอบสร้างอัตลักษณ์นักสู้เพื่อตอบโต้มายาคติที่คนนอกมองอีสานว่ายากจน เพราะเกียจคร้าน และเพื่อต่อรองกับบริบทการทำงานที่ถูกกดทับ

ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งอีสานที่ผ่านมาส่วนใหญ่เน้นเป็นการศึกษาอีสานในมุมมองการวิเคราะห์ความหมายจากตัวบท หรือเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งที่สะท้อนสังคมอีสาน ค่านิยม และวิถีชีวิตของคนอีสาน รวมทั้งประเด็นการศึกษาในเรื่องของกลวิธีการใช้ภาษา แต่ไม่ได้ครอบคลุมการศึกษาในมิติของบริบทและผู้รับสารซึ่งเป็นช่องว่างทางการศึกษาให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาต่อยอดทั้งสามมิติเพื่อผลการศึกษาที่ลึกซึ้ง และรอบด้านยิ่งขึ้น

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์อีสาน

ยุวรี กุศล (2554) “อัตลักษณ์ชาวอีสานจากบทเพลงลูกทุ่งที่ขับร้องโดย ต่าย อรทัย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษา ศึกษาอัตลักษณ์ชาวอีสานจากบทเพลงลูกทุ่งที่ขับร้องโดย ต่าย อรทัย ซึ่งศึกษาเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของ ต่าย อรทัย กับนักร้องในยุคสมัยเดียวกัน และศึกษาเปรียบเทียบลีลาการประพันธ์เพลงของนักประพันธ์ที่แต่งเพลงให้ ต่าย อรทัยและนักร้องในยุคสมัยเดียวกันขับร้อง โดยศึกษาจากเพลง ต่าย อรทัย จำนวน 65 เพลง เพลงของศิริพร อำไพพงษ์ จำนวน 20 เพลง และเพลงของศักดิ์แทน ชลดา จำนวน 10 เพลง เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาและ

ศึกษาอัตลักษณ์ของชาวอีสาน ศึกษาเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของนักร้องและลีลาการประพันธ์ของนักแต่งเพลง ผลการวิจัยพบว่า การใช้ภาษาในบทเพลงที่ขับร้องโดยค่าย อรทัย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา เช่น คำซ้ำ คำซ้อน คำย่อ คำภาษาถิ่น คำอุทาน คำยืมภาษาต่างประเทศ คำบ่งบอกสถานที่โดยตรงและโดยสัญลักษณ์ การใช้สำนวนใหม่ ใช้ภาษาภาพพจน์ และประโยค ใช้ประโยคซ้ำ ประโยคซ้อน ใช้ประโยคตามหน้าที่ของประโยค ด้านอัตลักษณ์ พบค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพ อาหารประจำท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมการแสดงและเครื่องดนตรีอีสาน ศึกษาเปรียบเทียบอัตลักษณ์ของนักร้องพบว่า ค่าย อรทัย เป็นนักร้องที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน ใจง่าย ส่วนศิริพร อำไพพงษ์ เป็นนักร้องที่เข้มแข็ง เด็ดขาด กล้าแสดงออก ส่วนลีลาการประพันธ์เพลงของนักประพันธ์ ครูสลา คุณวุฒิ ใช้ภาษาถิ่นในการแต่งเพลงทุกเพลงให้นักกร้องทุกคน ส่วน วสุ ห้าวหาญ เลือกใช้ภาษาถิ่นเฉพาะกับนักร้องบางคน จากการศึกษาเพลงลูกทุ่งที่ขับร้องโดย ค่าย อรทัย ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะเด่นด้านภาษาในบทเพลง คือ การใช้ภาษาถิ่นปนในเนื้อเพลง ส่วนด้านอัตลักษณ์ คือ ค่านิยมในการประกอบอาชีพในเมืองหลวงของหนุ่มสาวชาวอีสาน

ณัฐนนต์ สิปปภากุล (2554) ศึกษาเรื่อง “ทัศนศิลป์เพื่อชีวิต : กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของศิลปิน” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของศิลปินอีสาน ผ่านผลงานของทัศนศิลป์เพื่อชีวิต ในบริบทของท้องถิ่นอีสาน ภูมิภาค และโลกาภิวัตน์ ที่มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของศิลปินอีสาน และ 2. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกศิลปินและกลุ่มศิลปินที่มีผลต่อกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของศิลปินอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของศิลปินอีสาน มี 3 ประการกล่าวคือ ประการแรก คือ ท้องถิ่นอีสาน พบว่า ปัจเจกภาพในฐานะอัตลักษณ์ของศิลปินได้ถูกสร้างด้วยกระบวนการทางสังคม คือ ความเป็นท้องถิ่นอีสานที่ทับซ้อนกับเทคนิควิธีการแบบสมัยใหม่เป็นผู้หยิบยื่นให้ประการที่สอง คือ รัฐบาลไทย มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยแรก คือ สถาบันการศึกษา พบว่า ปัจเจกภาพของศิลปินอีสาน ส่วนใหญ่ถูกสร้างด้วย กระบวนการสังคมแบบมีปฏิสัมพันธ์ลูกโซ่ ดังจะเห็นได้จากปรากฏการณ์การเลียนแบบอุดมการณ์ ศิลปะเพื่อชีวิต โดยมีทิว รัชนิกร เป็นแม่แบบ (Master) และส่งต่อกระบวนการสืบทอดอัตลักษณ์ให้กับบรรดาลูกศิษย์ จนกลายเป็น ทัศนศิลป์เพื่อชีวิตสกุลโคราช ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยด้านการเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า ทัศนศิลป์เพื่อชีวิตของศิลปินอีสาน ได้ปรากฏขึ้นชัดเจนในช่วงเหตุการณ์รุนแรงทางการเมือง 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 และ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 หลังจากนั้น เมื่อสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลายลง ปัจเจกภาพจึงได้แปรเปลี่ยนไปตามบริบทของสังคมและสิ่งแวดล้อม และประการที่สามคือ โลกาภิวัตน์ พบว่า ศิลปินอีสานได้พัฒนาตัวเองให้เคลื่อนไหวไปกับคลื่นของกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มศิลปินนอกพื้นที่

ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างประเทศ ก็เพื่อจะยกตัวตนให้เป็นที่รู้จักไปสู่โลกศิลปะหลังสมัยใหม่ในวงกว้าง ซึ่งผลสรุปคือศิลปินอีสานมีการปรับตัวแบบผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันตกและตะวันออก ด้วยการนำความเป็นท้องถิ่นอีสานและหลักปรัชญาจากคำสอนของพระพุทธศาสนาไปเชื่อมโยงกับรูปแบบศิลปะของตะวันตก เพื่อรักษาความเป็นตัวตน (เรา) และความเป็นคนอื่น (เขา) นั้นเอง

สุดาทภัทร นิยมสิทธิ์ (2555) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์” โดยทำการศึกษาภาษาและเนื้อหาที่นำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสาน และกลวิธีการนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาทั้งหมดหรือบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับชาวอีสานในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2550-2554 พบว่า มีการนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสาน 7 ด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านวิถีการดำเนินชีวิตและกิจกรรม ด้านดนตรี ด้านภูมิศาสตร์ ด้านภาษา ด้านความเชื่อ ด้านประเพณี และด้านศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว นอกจากนี้ยังพบการใช้กลวิธีในการนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ 3 วิธี ได้แก่ กลวิธีการนำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านตัวละคร ผ่านบทสนทนา และผ่านฉากในละคร

ณัฐฐิศา จันทะระ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน” โดยศึกษาเนื้อหาและองค์ประกอบต่าง ๆ ในภาพยนตร์ที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์อีสานที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจากภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน จำนวน 22 เรื่อง และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้กำกับและกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์อีก 11 คน โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงบทบาทขององค์ประกอบทางภาพยนตร์และเนื้อหาของภาพยนตร์ รวมถึงแนวความคิดด้านต่าง ๆ ของผู้กำกับและผู้สร้างที่ส่งผลและมีส่วนร่วมในการประกอบสร้างความหมายของอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์ ใน 2 ประเด็น คือ 1. อีสานภาพลักษณ์ใหม่ที่เกิดจากเจตนาธรรมที่จะลบล้างมายาคติและภาพตัวแทนในเชิงลบเกี่ยวกับอีสานของผู้กำกับ โดยการนำเสนออัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในมุมมองใหม่ นำเสนอวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเรียบง่าย และน่าอยู่ของอีสานจากเดิมที่ภาพของอีสานเป็นภาพของพื้นดินที่แห้งแล้งแต่กระแง ก็ถูกทดแทนด้วยภาพของทุ่งนา กว้าง สีเขียว ชุ่มชื้น และอุดมสมบูรณ์ 2. การสร้างความหมายใหม่ภายใต้มายาคติเดิมของอีสาน การสร้างภาพของอีสานในภาพยนตร์ให้มีความน่าหวงคิดถึง romanticize มากขึ้น เช่น ภาพของทุ่งนาสีเขียว กว้างที่เรียบง่าย ภาพสังคมชนบทที่มีความน่าอยู่ ผู้คนมีน้ำใจ ไม่ได้มีส่วนในการช่วยทำลายมายาคติเดิมของอีสาน แต่เป็นเพียงการสร้างความหมายใหม่ให้กับอัตลักษณ์อีสานภายใต้กรอบมายาคติเดิมเท่านั้น

และล่าสุด ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย (2561) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การเคลื่อนตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรม

อีสานสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง 2. การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ และ 3. บทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะ Disruptive Technology ในการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมอีสาน โดยการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเพลงอีสานประยุกต์จำนวน 20 เพลง ที่มียอดรับชมสูงเกินกว่า 50 ล้านวิว หรือเคยเผยแพร่ในต่างประเทศ ที่เริ่มต้นทำเพลงเองจากค่ายเพลงขนาดเล็ก ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ คือ เพลงที่มีเนื้อร้องภาษาอีสานเป็นหลัก ผสมผสานด้วยภาษาอื่น ๆ เช่น อังกฤษ ไทยกลาง เขมรมีวิธีการนำเสนอผ่านดนตรีที่หลากหลาย ผสมทั้งเครื่องดนตรีพื้นบ้านและเครื่องดนตรีสากล ขับร้องโดยคนอีสาน โดยมากนักร้องในยุคอีสานใหม่มีอายุประมาณ 20-25 ปี ซึ่งถ่ายทอดความคิดออกมาในเนื้อหาเพลงที่พูดถึงเรื่องความรัก และฉายภาพชนบทอีสานยุคใหม่ ที่ไม่ได้มีแต่ความยากลำบาก ทุ่งนา แดกระแหงอีกแล้ว แต่เป็นวิถีชีวิตที่เข้าถึงความเจริญของเขตเมือง ตัวละครในเพลงมีความมั่นใจในตัวเอง ไม่ต้ออกชกตัว ทั้งยังภูมิใจในความเป็นอีสาน และพยายามแสดงออกอย่างเด่นชัด เก็บสุนทรียะแบบอีสานที่มีความสนุกสนาน จำจั่น จี๋เล่น เอาไว้ในเพลงอยู่เสมอ ซึ่งทั้งหมดนี้เผยแพร่ไปสู่คนส่วนมากด้วยการสื่อใหม่เป็นตัวกลาง มีการทำค่ายเพลงขนาดเล็กเองในต่างจังหวัด โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเผยแพร่

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงพัฒนาการในการศึกษาของเพลงลูกทุ่งอีสาน รวมถึงประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของคนอีสานในพื้นที่ของเพลงลูกทุ่ง และทำให้ผู้วิจัยเห็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสาน (identity marker) ในเพลงลูกทุ่งที่ผู้วิจัยนำมาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์หรือใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การใส่รหัสความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเกณฑ์ดังกล่าวไปทดสอบการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเบื้องต้นเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ 2. เพื่อศึกษาการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน และ 3. เพื่อศึกษาแบบแผนการถอดรหัสความหมายของอัตลักษณ์อีสานใหม่ของผู้รับสาร โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาสามส่วน ส่วนแรกคือ การวิเคราะห์บริบท (contextual analysis) หมายถึง การวิเคราะห์บริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ส่วนที่สอง การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) หมายถึง การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 เพื่อศึกษาการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน และส่วนที่สาม การวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) โดยการใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (group interview) และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้รับสารต้องเป็นผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 เป็นผู้รับสารที่มีภูมิลำเนาในภาคอีสาน แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ ซึ่งเป็นผู้รับสารที่มีการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ ความเข้าใจในอีสานเป็นอย่างดี และต้องมีประสบการณ์ฟังเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพื่อศึกษาแบบแผนการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของคนในวัฒนธรรม

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาในองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ บริบท (context) ตัวบท (text) และผู้รับสาร (audience) ซึ่งได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาค้างนี้ ดังนี้

1. บริบท (context) หมายถึง การศึกษาบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาและค้นคว้าจากงานวิจัย หนังสือ ตำรา เอกสารรายงาน ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับบริบทความเปลี่ยนแปลงของ

ภาคอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ข้อมูลเป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. ตัวอย่าง (text) หมายถึง การศึกษาจากมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งจะศึกษาจากมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 เท่านั้น โดยมีขั้นตอนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่จะนำมาศึกษา ดังนี้

- ขั้นตอนแรก ผู้วิจัยใช้การสำรวจข้อมูลเพื่อหากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยการสำรวจกับกลุ่มคนฟังเพลงลูกทุ่งอีสานผ่านการใช้แบบสำรวจออนไลน์ (Google Form) เผยแพร่ทางช่องทางเฟซบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัย และขอความร่วมมือจากแฟนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับอีสาน ที่ใช้ชื่อแฟนเพจว่า “The Isaander” ซึ่งเป็นแฟนเพจที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคนอีสานโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการสำรวจข้อมูลเพื่อให้กลุ่มคนฟังเพลงเสนอรายชื่อมิวสิกวิดีโอเพลงที่ตรงเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ และหลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเพลงที่ได้มา เพื่อรวบรวมรายชื่อเพลง

The image shows two screenshots of Google Forms used for data collection. The left form is titled "The Isaander" and the right form is titled "Phanthakan Thanon". Both forms ask for information about Thai folk music videos from 2558-2562.

Form 1: The Isaander

ดิ อีสานเด้อ เขียวชนมิตร์รักแฟนเพลงทั้งหลาย ร่วมทำแบบสำรวจเกี่ยวกับ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เด้อครับผู้ได้วาง ๆ ออกมาให้สละเวลาลงจกหน่อยหน่นเด้อ

การสำรวจ การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ในช่วงระหว่างปี 2558-2562

เป็นแบบสำรวจแบบเปิดเผย (Public)

*Required

อีเมลที่ได้ใช้บนระบบนี้ใช้สำหรับส่งอีเมลแจ้งเตือน ส่งลิงก์ไปยังฟอร์มสำรวจของคุณ และส่งอีเมลแจ้งเตือน

Your answer

อีเมลที่ได้ใช้บนระบบนี้ใช้สำหรับส่งอีเมลแจ้งเตือน ส่งลิงก์ไปยังฟอร์มสำรวจของคุณ และส่งอีเมลแจ้งเตือน

Your answer

DOCS.GOOGLE.COM

การสำรวจ การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ในช่วงระหว่างปี 2558-2562

Form 2: Phanthakan Thanon

โพสต์โดย Phanthakan Thanon

วันอาทิตย์ เวลา 14:01

ขอความร่วมมือ จากคอเพลงลูกทุ่งอีสาน ช่วยตอบคำถาม 6 ข้อ เพื่อใช้เป็นข้อมูล ในการทำวิจัยของแพ็คเอง

กราบขอบพระคุณล่วงหน้า สำหรับทุกคนนะครับ

การสำรวจ การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ในช่วงระหว่างปี 2558-2562

เป็นแบบสำรวจแบบเปิดเผย (Public)

*Required

อีเมลที่ได้ใช้บนระบบนี้ใช้สำหรับส่งอีเมลแจ้งเตือน ส่งลิงก์ไปยังฟอร์มสำรวจของคุณ และส่งอีเมลแจ้งเตือน

Your answer

อีเมลที่ได้ใช้บนระบบนี้ใช้สำหรับส่งอีเมลแจ้งเตือน ส่งลิงก์ไปยังฟอร์มสำรวจของคุณ และส่งอีเมลแจ้งเตือน

Your answer

DOCS.GOOGLE.COM

การสำรวจ การนำเสนออัตลักษณ์ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ในช่วงระหว่างปี 2558-2562

ภาพที่ 3.1 แบบสำรวจออนไลน์รายชื่อมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเบื้องต้น

- ขั้นตอนที่สอง หลังจากได้รายชื่อมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจากกลุ่มผู้ฟังในเบื้องต้นแล้ว ผู้วิจัยใช้การสำรวจรายชื่อเพลงจากศิลปินที่เคยได้รับรางวัลในฐานะนักร้องหน้าใหม่ ยอดนิยม หรือเคยได้รับรางวัลอื่น ๆ ในระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 จากงานประกาศผลรางวัล

มหานครอวอร์ดสของคลื่น FM 95 MHz ลูกทุ่งมหานคร ซึ่งเป็นสถาบันของคลื่นเพลงลูกทุ่งอันดับ 1 ของประเทศ เพื่อประกอบการพิจารณา

- ขั้นตอนที่สาม ผู้วิจัยใช้การสำรวจเพื่อการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยการสำรวจมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูประหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีทั้งเสียงร้องและเสียงเครื่อง หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไม่จำกัดค่ายเพลง เป็นเพลงที่มียอดวิวในยูทูปสูงกว่า 100,000,000 ล้านวิวในยูทูป และ / หรือได้รับการจัดอันดับมิวสิกวิดีโอที่ได้รับความนิยมในแต่ละปีจากการรายงานของยูทูป (YouTube Rewind หมวดเพลงคัง) เพื่อประกอบการพิจารณา

- ขั้นตอนที่สี่ เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการเลือกกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้น ผู้วิจัยนำมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นมาศึกษาในเบื้องต้น เพื่อสำรวจว่าเนื้อหาในมิวสิกวิดีโอที่แสดงถึงการสื่อความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ตรงตามเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ที่ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานทั้ง 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
2. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
3. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
4. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

จากการศึกษาในเบื้องต้น ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบจากการรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานถึง 3 ครั้ง เพื่อคัดเลือกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เข้าเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน พบว่า มีรายชื่อมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่จะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 30 มิวสิกวิดีโอ ดังนี้

1. เพลง อ้ายมีเหตุผล



- ศิลปิน เป็ด ปทุมราช อารี สยาม
- เผยแพร่เมื่อ 16 ธ.ค. 2558
- สังกัด อารีสยาม

ภาพที่ 3.2 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงอ้ายมีเหตุผล

2. เพลง สเตตัสถึกถึ้ม



- ศิลปิน บอย พนมไพร
- เผยแพร่เมื่อ 24 ธ.ค. 2559
- สังกัด กะปอมท่าเรือคอร์ด

ภาพที่ 3.3 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสเตตัสถึกถึ้ม

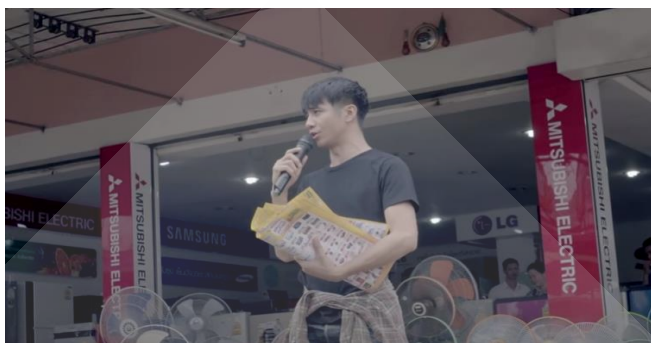
3. เพลง ไอ้สะพาน



- ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่
feat: ปู่จ๋าน ลองไม้ค้
- เผยแพร่เมื่อ 9 มี.ค. 2560
- สังกัด ชาวดั้มมีแสงเรื่คคอร์ด

ภาพที่ 3.4 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงไอ้สะพาน

4. เพลง คิดซอดถิ่น



ภาพที่ 3.5 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงคิดซอดถิ่น

- ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่
- เผยแพร่เมื่อ 5 เม.ย. 2560
- สังกัด ชาวดังมีแสงเรีคคอร์ด

5. เพลง ทดเวลาบาดเจ็บ



ภาพที่ 3.6 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงทดเวลาบาดเจ็บ

- ศิลปิน บอย พนมไพร
- เผยแพร่เมื่อ 7 เม.ย. 2560
- สังกัด กะปอมท่าเรคคอร์ด

6. เพลง ใหง่อง



ภาพที่ 3.7 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงใหง่อง

- ศิลปิน ตักแตน ชลดา
- เผยแพร่เมื่อ 2 มิ.ย. 2560
- สังกัด แกรมมีโกลด์

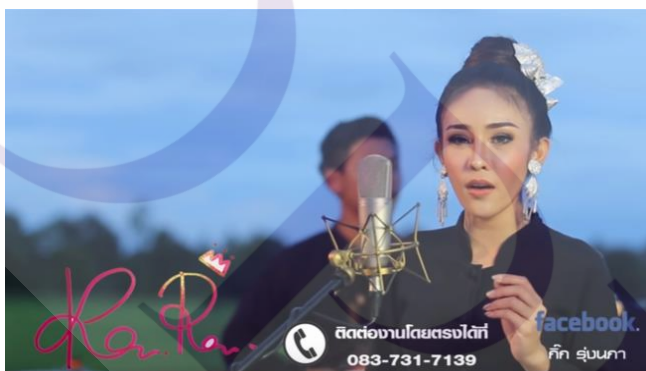
7. เพลง ให้น้องไปสา



- ศิลปิน เบิ้ล ปทุมราช
อาร์ สยาม
- เผยแพร่เมื่อ 30 ก.ย. 2560
- สังกัด อาร์สยาม

ภาพที่ 3.8 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงให้น้องไปสา

8. เพลง ชางว่า



- ศิลปิน ก็ก รุ่งนภา
- เผยแพร่เมื่อ 24 ธ.ค. 2560
- สังกัด Kig Rungnapha

ภาพที่ 3.9 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงชางว่า

9. เพลง ห่อหมกฮวกไปฝากป้า



- ศิลปิน ลำเพลิน วงศกร Feat.
เต้ กระจุกตอ
- เผยแพร่เมื่อ 11 มี.ค. 2561
- สังกัด แกรมมี่ โกลด์
และสิงห์มิวสิค

ภาพที่ 3.10 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงห่อหมกฮวกไปฝากป้า

10. เพลง You Let Me Down (คิดนำ)



- ศิลปิน ฐา ขนิษฐา
- ณ.ทำวคำสิงห์
- เผยแพร่เมื่อ 16 มี.ค. 2561
- สังกัด ชาวคัมมีแวงเรีคคอร์ด

ภาพที่ 3.11 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลง You Let Me Down (คิดนำ)

11. เพลง เปิดแล้วบ้อ..ฮัก



ภาพที่ 3.12 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเปิดแล้วบ้อ..ฮัก

- ศิลปิน ช่างทอผ้า รังดาดี
- เผยแพร่เมื่อ 3 เม.ย. 2561
- สังกัด แกรมมีโกลด์

12. เพลง เฮ็ดทุกวิถีทาง



ภาพที่ 3.13 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเฮ็ดทุกวิถีทาง

- ศิลปิน เบิ้ล ปทุมราช & ก้อง ห้วยไร่
- เผยแพร่เมื่อ 24 พ.ค. 2561
- สังกัด อาร์สยาม

13. เพลง โสดโสดตาย



- ศิลปิน นุช วัฒวัลย์อาร์สยาม
- เผยแพร่เมื่อ 28 มิ.ย. 2561
- สังกัด อาร์สยาม

ภาพที่ 3.14 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลง โสดโสดตาย

14. เพลง เทพบุตรใจหมา (บั๊กพาก)



- ศิลปิน ฐา ขนิษ
- เผยแพร่เมื่อ 6 ก.ค. 2561
- สังกัด ชาวดั้มมีแสงเร็คคอร์ด

ภาพที่ 3.15 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลง เทพบุตรใจหมา (บั๊กพาก)

15. เพลง ฝ้ายผูกแขนเพื่อนเหงื่อ



- ศิลปิน เบียร์ พร้อมพงษ์
- เผยแพร่เมื่อ 7 ส.ค. 2561
- สังกัด แกรมมี่ โกลด์

ภาพที่ 3.16 ฝ้ายผูกแขนเพื่อนเหงื่อ

16. เพลง สาวนุ่งซิ่น (บาตโลป)

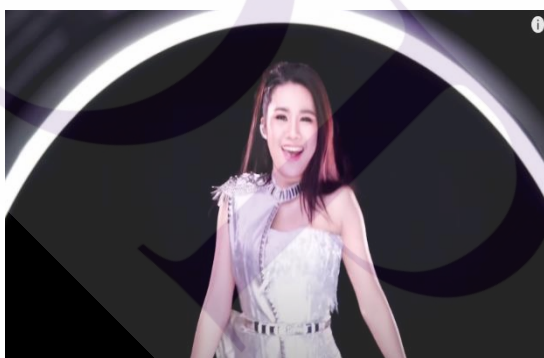


- ทอง
- ศิลปิน อ่อมแอ้ม ละมัยแสง
 - เผยแพร่เมื่อ 28 ก.ย. 2561
 - สังกัด อี ส ร ภา พ

Entertainment

ภาพที่ 3.17 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงผู้สาวนุ่งซิ่น(บาตโลป)

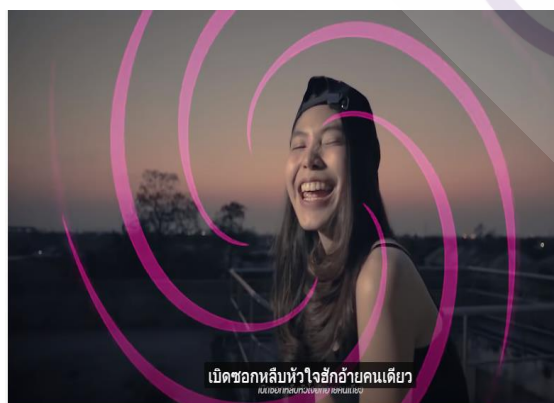
17. เพลง คารตเห็น..แคว๊ว๊



ภาพที่ 3.18 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงคารตเห็น..แคว๊ว๊

- ศิลปิน หงสา ประภาพร
- เผยแพร่เมื่อ 7 ม.ค. 2562
- สังกัด M.STAR Records

18. เพลง อัก อัก อัก



- ศิลปิน หนิง ต้นไม้มิวสิก
- เผยแพร่เมื่อ 9 ก.พ. 2562
- สังกัด ต้นไม้มิวสิก

ภาพที่ 3.19 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงฮัก ฮัก ฮัก

19. เพลง สิริที่รัก



- ศิลปิน เต๋ย นรา
- เผยแพร่เมื่อ 17 ก.พ. 2562
- สังกัด สันัฐทรัพย์เรีคคอร์ด

ภาพที่ 3.20 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสิริที่รัก

20. เพลง ให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่



- ศิลปิน เบลล์ นิภาดา
- เผยแพร่เมื่อ 12 มิ.ย. 2562
- สังกัด แกรมมี่โกลด์

ภาพที่ 3.21 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่

21. เพลง นักเลงบ่ย่าน



- ศิลปิน ลำเพลิน วงศกร & แร่พ้อีสาน
- เผยแพร่เมื่อ 24 มิ.ย. 2562
- สังกัด แกรมมี่ โกลด์

ภาพที่ 3.22 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงนักเลงบ่ย่าน

22. เพลง सानะอาย



- ศิลปิน สแน็ก PTmusic
- เผยแพร่เมื่อ 26 ก.ค. 2562
- สังกัด สังกัด PTmusic

ภาพที่ 3.23 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงसानะอาย

23. เพลง สะออนอีสาน



- ศิลปิน อ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง
- เผยแพร่เมื่อ 8 ส.ค. 2562
- สังกัด อีสรภาพเอ็นเตอร์เทนเมนท์

ภาพที่ 3.24 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน

24. เพลง ฮ้อน



- ศิลปิน เมล ดวิษา แปดแสนชาวด์
- เผยแพร่เมื่อ 19 ก.ย. 2562
- สังกัด แปดแสนชาวด์

ภาพที่ 3.25 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงฮ้อน

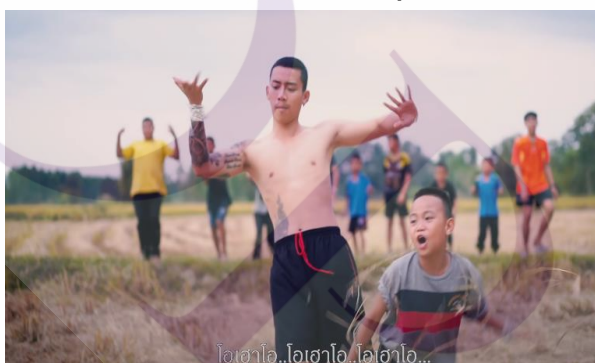
25. เพลง แค้นคนคุย



- ศิลปิน ลำไย ไหทองคำ
- เผยแพร่เมื่อ 20 ก.ย. 2562
- สังกัด ไหทองคำเรคคอร์ด

ภาพที่ 3.26 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงแค้นคนคุย

26. เพลง เลาะทุ่ง (หาแม่ หาก็ไปม กู้จี้)



- ศิลปิน น้อง ปลิ้ม 5 G
- เผยแพร่เมื่อ 20 พ.ย. 2562
- สังกัด เบิ้ล ปทุมราช official

ภาพที่ 3.27 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเลาะทุ่ง (หาแม่ หาก็ไปม กู้จี้)

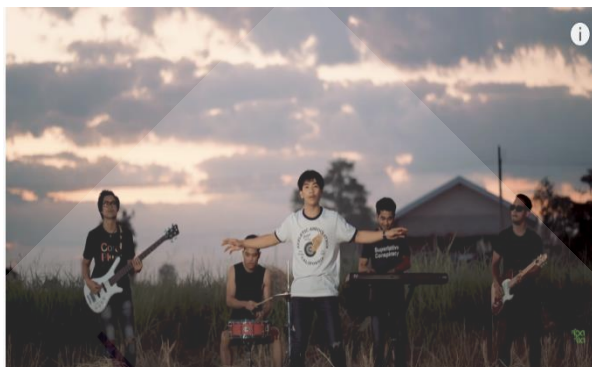
27. เพลง เซ็ง



- ศิลปิน แอนแนน
กู่แฝดแปดแสนชาวด์
- เผยแพร่เมื่อ 13 ธ.ค. 2562
- สังกัด แปดแสนชาวด์

ภาพที่ 3.28 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงเซ็ง

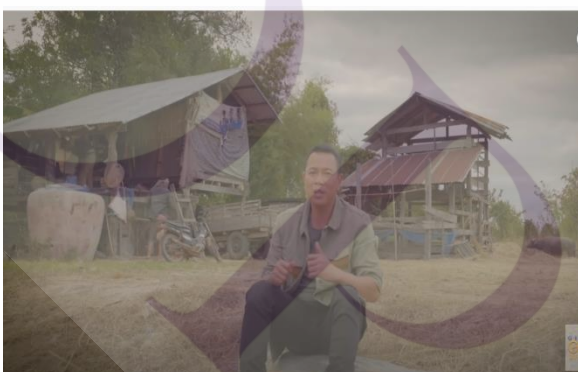
28. เพลงคิดสอดเค็้อ



- ศิลปิน เนม สุรพงศ์
- เผยแพร่เมื่อ 6 ธ.ค. 2562
- สังกัด จั๋วจ๋าต สตุ๊ดไอ

ภาพที่ 3.29 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงคิดสอดเค็้อ

29. เพลง อ้ายมันหมอลำ



- ศิลปิน มนต์แคน แก่นคูณ
- เผยแพร่เมื่อ 23 ธ.ค. 2562
- สังกัด แกรมมี่โกลด์

ภาพที่ 3.30 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงอ้ายมันหมอลำ

30. เพลง สุขจีหมั่น



- ศิลปิน แจ็ค ลูกอีสาน
- เผยแพร่เมื่อ 27 ธ.ค. 2562
- สังกัด แจ็ค ลูกอีสาน

ภาพที่ 3.31 ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงสุขจีหมั่น

3. ผู้รับสาร (audience) หมายถึง การศึกษาผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) กล่าวคือ เป็นผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเผยแพร่ผ่านยูทูป ในปี พ.ศ. 2558-2562 โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523- 2540 จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 16 คน โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์ร่วมกัน คือ มีภูมิลำเนาจากภาคอีสานของประเทศไทย มีการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ ความเข้าใจในอีสานเป็นอย่างดี แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ มีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยมีรายชื่อกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปีพ.ศ.2508-2522 จำนวน 8 คน

ลำดับ	ชื่อ	ปีเกิด	ภูมิลำเนา	อาชีพ	ประสบการณ์ฟังเพลง /รับชม MV เพลงลูกทุ่งอีสาน/ร้องเพลงคาราโอเกะ
1	นึม	2509	จ.กาฬสินธุ์	แม่บ้าน	มากกว่า 35 ปี
2	บ่า	2508	จ.มหาสารคาม	พนักงานรักษาความปลอดภัย	มากกว่า 35 ปี
3	นก	2513	จ.นครราชสีมา	แม่บ้าน	มากกว่า 30 ปี
4	พัน	2517	จ.ชัยภูมิ	คนสวน	มากกว่า 25 ปี
5	แคล้ว	2518	จ.หนองบัวลำภู	นักพัฒนาสังคม	มากกว่า 30 ปี
6	แดง	2518	จ.บึงกาฬ	ค้าขาย	มากกว่า 30 ปี
7	พิม	2517	จ.ร้อยเอ็ด	เกษตรกร	มากกว่า 30 ปี
8	ดวง	2512	จ.หนองบัวลำภู	รับจ้างทั่วไป	มากกว่า 30 ปี

ตารางที่ 3.2 กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523- 2540 จำนวน 8 คน

ลำดับ	ชื่อ	ปีเกิด	ภูมิลำเนา	อาชีพ	ประสบการณ์ฟังเพลง /รับชม MV เพลงลูกทุ่งอีสาน /ร้องเพลงคาราโอเกะ
1	นัท	2533	จ.กาฬสินธุ์	ผู้สื่อข่าว	มากกว่า 20 ปี
2	เก็ก	2540	จ.อุดรธานี	ลูกจ้างชั่วคราว	มากกว่า 5 ปี
3	หนุ่ย	2532	จ.ขอนแก่น	ธุรกิจส่วนตัว	มากกว่า 15 ปี
4	ตุ๊ก	2523	จ.ศรีสะเกษ	นักพัฒนาสังคม	มากกว่า 20 ปี
5	ต่าย	2533	จ.อำนาจเจริญ	ครู	มากกว่า 15 ปี
6	ปอ	2535	จ.บึงกาฬ	ศึกษาต่อ	มากกว่า 5 ปี
7	วี	2531	จ.ศรีสะเกษ	ฟรีแลนซ์	มากกว่า 15 ปี
8	นุ่น	2527	จ.ขอนแก่น	พนักงานมหาวิทยาลัย	มากกว่า 15 ปี

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาโดยอาศัยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการเข้าถึงข้อมูลโดยใช้เครื่องมือและวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลบริบท (context) ผู้วิจัยใช้การวิจัยเอกสาร (documentary research) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลกระทบต่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ โดยใช้การศึกษาและค้นคว้าจากงานวิจัยหนังสือตำราเอกสารรายงานทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานในช่วงปี พ.ศ 2558-2562 ข้อมูลเป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นหลักเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้โดยมีเกณฑ์ในการเลือกเอกสารดังนี้

- ความจริง (Authenticity) หมายถึง การคัดเลือกเอกสารที่เป็นเอกสารที่แท้จริง (Origin) การพิจารณาว่าเอกสารนั้นเป็นเอกสารที่ให้ข้อมูลแท้จริงหรือไม่จะเกิดขึ้นจากการตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนหรือหน่วยงานที่เขียนเอกสารว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่อย่างไร

- ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง การคัดเลือกเอกสารด้วยการพิจารณาว่าเอกสารนั้นจะต้องไม่มีข้อมูลที่ผิดพลาดบิดเบือนหรือคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง
 - การเป็นตัวแทน (Representativeness) หมายถึง เอกสารนี้ต้องสามารถเป็นข้อมูลที่เป็นตัวแทนหรือเกี่ยวข้องกับประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือกรณีที่ศึกษา
 - ความหมาย (Meaning) หมายถึง เอกสารต้องมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายโดยการพิจารณาข้อมูลในเบื้องต้นว่าเอกสารที่นำมาพิจารณามีข้อมูลใดที่เป็นนัยสำคัญหรือมีความหมายให้กับการวิจัยการตีความเอกสารบางประเภทจึงสามารถที่จะตีความทั้งในระดับที่เป็นข้อเท็จจริงและตีความข้อมูลที่เป็นนัยที่ซ่อนแฝงอยู่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลตัวบท (text) สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวบทนั้น ผู้วิจัยมีวิธีการรวบรวมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้
- เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ตามขั้นตอนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ได้อธิบายไปแล้วนั้น ผู้วิจัยใช้การค้นหาโน้ตเพลงมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เผยแพร่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 จำนวน 30 มิวสิกวิดีโอจากเว็บไซต์ยูทูป (www.youtube.com) เพื่อเก็บรวบรวมและสามารถรับชมได้ในแบบออนไลน์
 - ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพื่อบันทึกรายละเอียดเกี่ยวกับรายชื่อมิวสิกวิดีโอ รายชื่อศิลปิน ค่าเพลง วันเดือนปีที่เผยแพร่ รวมทั้งจัดพิมพ์เนื้อเพลง เพื่อเป็นข้อมูลในเบื้องต้นและเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ผลต่อไป

แบบบันทึกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	
ชื่อมิวสิกวิดีโอเพลง.....
ชื่อศิลปิน.....
ค่ายเพลง.....
วัน/เดือน/ปีที่เผยแพร่.....
เนื้อเพลง
.....	
ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่ปรากฏมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	
<input type="radio"/> อัตลักษณ์อีสานด้านภาษา <input type="radio"/> อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี <input type="radio"/> อัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร <input type="radio"/> อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี	

ภาพที่ 3.32 แบบบันทึกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้รับสาร (audience) สำหรับการเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (group interview) และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งคัดเลือกกลุ่มผู้รับสารอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเป็นผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่บนยูทูปผ่านระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 และมีภูมิลำเนาในภาคอีสาน โดยปัจจุบันจะพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ โดยจะแบ่งกลุ่มสัมภาษณ์ผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่ม ตามขอบเขตการศึกษา คือ กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523- 2540 จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 16 คน โดยใช้วิธีในการค้นหาผู้รับสาร 2 วิธี คือ

1. ผู้วิจัยประกาศเปิดรับผู้รับสารผ่านเฟชบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัย โดยผู้รับสารต้องมีความสัมพันธ์ตรงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ (1) มีภูมิลำเนาจากภาคอีสาน แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ และ (2) มีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี และผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเหล่านั้น และชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษารุ่นนี้ให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกให้รับทราบอีกครั้ง

2. ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) กล่าวคือ การแสวงหาผู้รับสารผ่านการแนะนำ/บอกต่อจากคนฟังเพลงลูกทุ่งอีสานที่ได้คัดเลือกมาแล้วในขั้นต้น เพื่อค้นหาผู้รับสารที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ในการศึกษา

เมื่อใช้การแสวงหากลุ่มตัวอย่างตาม 2 วิธีที่ได้อธิบายไปแล้วนั้น ผู้วิจัยจะมีกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทั้งในเรื่องของภูมิลำเนา เพศ และอาชีพ ประสบการณ์หรือความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายรอบด้านมากยิ่งขึ้น และเมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบตกลง จากนั้นจึงนัดหมายวันและเวลาในการสัมภาษณ์ต่อไป โดยในช่วงเวลาศึกษานั้นมีผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนไม่สามารถเดินทางเข้าร่วมประชุมได้ จึงทำให้ผู้วิจัยต้องปรับรูปแบบการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- การเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (group interview) จำนวน 4 คน
- การเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (group interview) แบบออนไลน์ผ่านระบบ Zoom จำนวน 6 คน
- การเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบออนไลน์ผ่านระบบ Zoom และการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ จำนวน 6 คน

หลังจากนั้นในส่วนของข้อมูลที่ตกหล่น ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผ่านระบบออนไลน์ หรือสัมภาษณ์ผ่านโทรศัพท์มือถือในการขอข้อมูลอีกครั้งเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยใช้การบันทึกวิดีโอและเสียงขณะสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผลต่อไป

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ 1) การวิเคราะห์บริบท เพื่อศึกษาว่าบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 2) การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่บนยูทูปในระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 เพื่อศึกษาว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ขึ้นมาอย่างไรบ้าง 3) การวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อศึกษาว่าผู้รับสารจะมีถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างไรและทำไมถึงเป็นเช่นนั้น

1. การวิเคราะห์บริบท (contextual analysis) การวิเคราะห์บริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่นั้นผู้วิจัยใช้การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริบทอีสานจากงานวิจัย หนังสือตำรา เอกสารรายงาน ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อศึกษาเชิงพรรณนา (descriptive) ข้อมูลที่สื่อให้เห็นถึงบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ตามลักษณะด้านต่าง ๆ ของภาคอีสานที่สอดคล้องกับการศึกษาด้วยท ได้แก่ ภาษาอีสาน คนตรีอีสาน อาหารอีสาน และวัฒนธรรมประเพณีอีสาน รวมทั้งบริบทความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์สังคมเทคโนโลยีการสื่อสารและปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่

2. การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) การวิเคราะห์ตัวบทของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์แนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยมแนวคิดเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอแนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่งและแนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัสมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความหมายและการสร้างอัตลักษณ์อีสานใหม่โดยผู้วิจัยสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

2. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

3. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

4. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

นอกจากนั้นในการวิเคราะห์ตามเกณฑ์ทั้ง 4 ด้าน ตัวแปรหรือจุดร่วมที่สำคัญที่เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีวิจัยใช้แนวคิดเรื่องต้นไม้แห่งคุณค่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2549, น. 53-54) เพื่อศึกษาการสื่อสารความหมายของอัตลักษณ์อีสานใหม่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ถือว่าเป็นวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งที่มีการปรับตัวและการผสมผสาน โดยองค์ประกอบของวัฒนธรรมที่จะใช้วิเคราะห์ด้วยทฤษฎีสองส่วนดังนี้

1. คุณลักษณะด้านรูปแบบ (Form) เปรียบเสมือนส่วนของดอกใบผลเป็นองค์ประกอบที่มองเห็นได้ (visible) ของความเป็นอีสานใหม่ตามเกณฑ์การวิเคราะห์ต่าง ๆ ทั้ง 6 ด้าน โดยใช้ภาษาภาพและเสียงที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

2. คุณลักษณะด้านเนื้อหาคุณค่าความหมาย (Content Value / Meaning) เปรียบเสมือนรากเป็นองค์ประกอบที่ไม่สามารถมองเห็นได้ (invisible) ที่ต้องอาศัยการตีความ การวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจความเป็นอีสานใหม่

3. การวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) คือ การวิเคราะห์ผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่บนยูทูประหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 กล่าวคือผู้รับสาร 2 กลุ่ม คือกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523- 2540 จำนวน 8 คน รวมเป็นทั้งสิ้น 16 คน โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์ร่วมกันคือ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคอีสาน แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ และมีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เป็นผู้รับสารที่มีการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ความเข้าใจในอีสานเป็นอย่างดี เป็นการศึกษาการรับรู้ความหมายอัตลักษณ์อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของคนในวัฒนธรรม โดยใช้แนวคิดการถอดรหัส (decoding) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ “สาร” (message) โดยที่ผู้รับสาร (audience) จะถอดรหัส (decoding) จากการรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง

อีสานที่เผยแพร่บนยูทูประหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 ประกอบกับการพิจารณาลักษณะของผู้รับสาร โดยแบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
2. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
3. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่ที่รับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ
4. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

หลังจากนั้นจะนำข้อมูลการถอดรหัสของผู้รับสารมาวิเคราะห์ตามแบบแผนการถอดรหัส อันหมายถึงการตีความหมายและถอดรหัสการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบคือ

1. การยอมรับ (Preferred reading) หมายถึง การถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา
2. การต่อรอง (Negotiated reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรองความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง
3. การปฏิเสธ (Oppositional reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ปฏิเสธการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานความหมายต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา

3.4 การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์บริบท (contextual analysis) การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) และการวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) ด้วยการบรรยายหรือพรรณนา (descriptive) โดยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 4 บทด้วยกัน ดังนี้

บทที่ 4 ความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่

บทที่ 5 การวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจำนวนทั้งสิ้น 30 มิวสิกวิดีโอ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้าน

บทที่ 6 การวิเคราะห์การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 16 คน

บทที่ 7 สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ



บทที่ 4

ความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลกระทบต่อภารกิจของ อัตลักษณ์อีสานใหม่

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปยังการวิเคราะห์ด้วยบท หรือในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในการเข้าใจความหมายและอัตลักษณ์อีสานเอาไว้ หากแต่ว่าการที่จะทำความเข้าใจและอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่บรรจุอยู่ในมิวสิกวิดีโอเหล่านั้นได้ จำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงบริบท (context) เพราะความหมายในด้วยบท (text) หลายอย่าง ๆ ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบริบทที่แวดล้อมอยู่ด้วยเช่นกัน การที่จะเข้าใจและวิเคราะห์ด้วยบทได้ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทบทวนข้อมูลเกี่ยวกับมิติต่าง ๆ ทั้งบริบททางการเมือง สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีการสื่อสาร กระแสโลกาภิวัตน์ และท้องถิ่นนิยม รวมทั้งความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ที่อาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่อาจส่งผลกระทบต่อภารกิจของอัตลักษณ์อีสาน (แบบใหม่) ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ๆ ตามลักษณะด้านต่าง ๆ ของภาคอีสานที่สอดคล้องกับการศึกษาด้วยบท ได้แก่ ภาษาอีสาน ดนตรีอีสาน อาหารอีสาน รวมทั้งประเพณีของคนอีสาน และมิติทางวัฒนธรรมอีสานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นหลักเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จากการทบทวนข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งจากงานวิจัย หนังสือ ตำรา เอกสาร เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอีสาน ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลและแบ่งการนำเสนอให้เห็นภาพการเปลี่ยนผ่านของแผ่นดินอีสานออกเป็น 4 ระลอก ดังนี้

ระลอกที่ 1 ความเป็นอีสานก่อนยุคพัฒนาประเทศ

ระลอกที่ 2 อีสานกับการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นไทยในสมัยรัชกาลที่ 5

ระลอกที่ 3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติสู่อีสานพัฒนาในยุคสงครามเย็น c)t

ระลอกที่ 4 ภาพร่างอีสานใหม่ในยุคหลังสงครามเย็น

ระลอกที่ 1 ความเป็นอีสานก่อนยุคพัฒนาประเทศ

คนอีสาน บางทีเรียก ชาวอีสาน มีหลักแหล่งอยู่ฝั่งขวาแม่น้ำโขงทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อีสานเป็นชื่อเรียกพื้นที่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อีสานเป็นชื่อเรียกพื้นที่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีกรุงเทพฯ

เป็นศูนย์กลาง คำว่า “อีสาน” มีรากจากภาษาสันสกฤตสะกดว่า อีสาน หมายถึงพระนามพระศิวะ ผู้เป็นเทพดาประจำทิศตะวันออกเฉียงเหนือ (เคยใช้มาแล้วเมื่อราวหลัง พ.ศ. 1000 ในชื่อรัฐว่า อีสานปุระ และชื่อพระราชาวาอีสานวรมัน) แต่คำบาลีเขียนว่า อีสาน ฝ่ายไทยยืมรูปคำจากบาลีมาใช้ หมายถึงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549, น. 12)

กลุ่มชาติพันธุ์ลาวอีสาน บ้างเรียกกันว่า “ลาว” “ลาวอีสาน” “ไทยลาว” “ไทยลาวอีสาน” เป็นชื่อที่คนภาคกลาง หรือภูมิภาคอื่นเรียกแทนคนกลุ่มใหญ่ที่สุดที่อาศัยอยู่ในภาคอีสาน มีประชากรมากที่สุดในอีสาน ซึ่งชาวภาคกลางหรือภูมิภาคอื่นในประเทศ มักจะเรียกชนกลุ่มนี้ว่า “ลาว” เพราะว่ามีภาษาพูดเป็นภาษาเดียวกับคนลาวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) รวมทั้งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาสัมพันธ์กับผู้นิยมฝั่งแม่น้ำโขงในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในทางพื้นที่คนอีสาน หรือชาวอีสานจึงไม่ใช่ชื่อเชื้อชาติเฉพาะแต่เป็นชื่อสมมุติเรียกคนหลากหลายมากมายในดินแดนอีสาน เป็นชื่อเรียกอย่างกว้าง ๆ รวม ๆ ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ความเป็นมาของคนอีสาน หรือชาวอีสานจึงไม่ได้หยุดนิ่งอยู่โดดเดี่ยว แต่ส่วนเกี่ยวข้องกับเคลื่อนไหวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับความเป็นมาของผู้คนสุวรรณภูมิหรืออุษาคเนย์ตั้งแต่ยุคดั้งเดิมเริ่มแรกสืบจนทุกวันนี้ ซึ่งมีความเคลื่อนไหวไป ๆ มา ๆ ทั้งใกล้และไกลในทุกทิศทาง และหลายครั้งหลายหน จนระบุงัดเจนแน่นอนไม่ได้ว่าใคร? ที่ไหน? เมื่อไร? แต่สิ่งหนึ่งที่คนอีสานและชาวอีสานมีสำนึกร่วมกันอย่างแข็งขันและองอาจ คือ คำสมมุติเรียกว่า “พลังลาว” อันมีรากจาก “วัฒนธรรมลาว” (บำเพ็ญ ไชยรักษ์, 2562)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ที่หมายตรงกับคำอีสาน) เริ่มใช้เป็นการราชการสมัยรัชกาลที่ 5 ราวพ.ศ. 2442 ในชื่อ มณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ยังหมายเฉพาะลุ่มน้ำมูลถึงอุบลราชธานี จัมปา ลัก ฯลฯ รวมความแล้วใครก็ตามที่มีถิ่นกำเนิดหรือมีหลักแหล่งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย (จะโดยเคลื่อนย้ายเข้ามาอยู่เมื่อไรก็ตาม) ถ้าถือตัวว่าเป็นคนอีสาน หรือชาวอีสาน อย่างเต็มอกเต็มใจและอย่างองอาจ ก็ถือเป็นคนอีสานเป็นชาวอีสานทั้งนั้น (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549, น. 12)

ปราโมทย์ ทัศนสุวรรณ (2524, น. 15-21) ได้กล่าวถึง เรื่องราวประวัติศาสตร์ของอีสานสรุปได้ว่า ดินแดน “อีสาน” ได้เกี่ยวพันกับตำนานเก่าแก่ที่เกิดขึ้น ณ สองฟากฝั่งลำน้ำโขงก่อนที่แผ่นดินฝั่งขวาและฝั่งซ้ายของลำน้ำโขงจะถูกแบ่งแยกโดยอำนาจและอิทธิพลทางการเมืองของฝรั่งเศสเมื่อปี ร.ศ. 112 โดยเมื่อครั้งที่สิ้นรัชกาลพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 (พ.ศ. 1761) อิทธิพลของขอมในแผ่นดินอีสานเริ่มเสื่อมลงหัวเมืองภาคอีสานของไทยนับตั้งแต่หนองหานลงไปจนถึงเมืองร้อยเอ็ด แต่ก่อนอยู่ใต้อิทธิพลของอาณาจักรขอมทั้งหมด ต่อมาได้ตกเป็นเมืองขึ้นของสุโขทัยในสมัยพ่อขุนรามคำแหงในปี พ.ศ. 1872 เมื่อถึงสมัยพระเจ้าอู่ทองทรงได้สถาปนากรุงศรีอยุธยาขึ้นในปี พ.ศ. 1893 แขวงเมืองร้อยเอ็ดได้ตกอยู่ปกครองของอยุธยา ดังนั้นพระเจ้าฟ้าจุ่มจึงยกทัพลงไปตี

เอาเมืองร้อยเอ็ดและเมืองอื่น ๆ อีกหลายเมืองเช่น เมืองพระศาสตร์ เมืองพระสะเทียน เมืองพระสิงห์ เมืองพระนารายณ์ เมืองพระนาเทียน เมืองเซขะมาด เมืองสะพังสี่แจ เมืองโพนผิงแคด ในสมัยโบราณภาคนี้เคยเป็นอาณาจักรขอมก่อนที่จะตกมาเป็นของไทย ดังนั้นในปัจจุบันจึงมีชนชาวเขมร และส่วยปะปนอยู่กับชนชาติไทยทางตอนใต้ของภาคส่วนทางตอนเหนือและตะวันออกมีชนชาวเวียดนามเข้ามาปะปนอยู่บ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังสงครามมหาเอเชียบูรพาซึ่งได้มีชาวเวียดนามอพยพเข้ามาอยู่อีกเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีชนชาติอยู่ทั่วไป

นอกจากนี้ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ (2524, น. 21-31) ยังอธิบายไว้เพิ่มเติมอีกว่า เมื่อขอมเสื่อมอำนาจลงไทยก็เริ่มมีอำนาจและเข้าครอบครองดินแดนแถบนี้และได้มีการอพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งในสมัยกรุงศรีอยุธยา ราชอาณาจักรไทยมีอาณาเขตกว้างขวางมากชาวไทยพื้นเมืองกลุ่มหนึ่งซึ่งเรียกตัวเองว่า “ส่วย” “กวย” หรือ “กูย” ที่อาศัยในแถบเมืองอัตปือแสนแป (แสนแป) ในแคว้นจำปาศักดิ์ ซึ่งขณะนั้นเป็นดินแดนของราชอาณาจักรไทยโดยสมบูรณ์ (เพิ่งเสียให้ฝรั่งเศสเมื่อ พ.ศ. 2436 หรือ ร.ศ. 112) พวกเหล่านี้มีความรู้ความสามารถในการจับช้างป่ามาเลี้ยงไว้ใช้งานตลอดทั้งการจับสัตว์ป่านานาชนิดได้พากันอพยพข้ามลำน้ำโขงมาสู่ฝั่งขวา โดยแยกกันหลายพวกด้วยกัน พ.ศ. 1896-1916 เริ่มยุคอิทธิพลของอาณาจักรล้านช้างในรัชสมัยพระเจ้าฟ้ารุ่งที่ก่อตัวเข้มแข็งขึ้นในกลุ่มแม่น้ำโขงได้แผ่ขยายเข้ามาในดินแดนอีสานครอบคลุมอาณาเขตสองฝั่งกลุ่มแม่น้ำโขงชุมชนโบราณขนาดใหญ่เริ่มเปลี่ยนเป็นชุมชนขนาดเล็กและได้รับอิทธิพลแบบของล้านช้างเมื่ออาณาจักรอยุธยาและอาณาจักรล้านช้างขยายอิทธิพลทางการเมืองเข้ามาในดินแดนอีสานทั้งสองอาณาจักรจึงประนีประนอมปักปันเขตแดนในสมัยพระเจ้าอู่ทองโดยอาณาจักรล้านช้างทำการปกครองตั้งแต่คงสามเส้าหรือคงพระยาไฟไปจนถึงภูพระยาพ่อและแดนเมืองนครไทยและรวมก่อตั้งเป็นอารยธรรมลุ่มน้ำโขง

ภาคอีสานพื้นที่เป็นที่ราบสูง เป็นโคกสลับแอ่งมีลักษณะเอียงเทไปทางตะวันออกเฉียงใต้ทางลุ่มน้ำมูลมีพื้นที่ประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร เป็นภาคที่มีพื้นที่กว้างมากที่สุดประกอบด้วย 20 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย สกลนครสุรินทร์ ศรีสะเกษ หนองคาย หนองบัวลำภู อุดรธานี อุบลราชธานี อำนาจเจริญ (ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ, 2524, น. 1)

ตรงกันกับศรีศักร วัลลิโภดม (2538, น. 5-6) ที่อธิบายไว้ว่า ภาคอีสานจะมีลักษณะของภูมิประเทศภายในคล้ายแอ่งกระทะใหญ่แบ่งออกเป็น 2 แอ่งคือ แอ่งสกลนครทางเหนือ และแอ่งโคราชทางใต้ แอ่งสกลนครอยู่ตอนเหนือในเขตจังหวัดเลย อุดรธานี หนองคาย สกลนคร และนครพนมตอนเหนือและทางตะวันออกของแอ่งมีลำน้ำโขงเป็นขอบ ส่วนตอนใต้และตะวันตกมีเทือกเขาภูพานตัดแบ่งกั้นแอ่งสกลนครออกจากแอ่งโคราช แอ่งสกลนครมีลำน้ำที่สำคัญ ได้แก่

ลำน้ำโขง ลำน้ำห้วยหลวง ลำน้ำสงคราม ลำน้ำคำ และลำน้ำพุง ลำน้ำส่วนใหญ่จะไหลจากที่สูงในเขตเทือกเขาภูพานลงมาทางภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ ไปออกแม่น้ำโขงแอ่งโคราชอยู่ทางตอนใต้เป็นแอ่งใหญ่กว่าแอ่งสกลนครมีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ คือ มีบริเวณที่สูงเป็นขอบอยู่โดยรอบแล้วค่อย ๆ ลาดลงสู่ที่ลุ่มต่ำน้ำท่วมถึงในบริเวณตอนกลางซึ่งทอดเป็นแนวยาวจากตะวันตกเฉียงใต้ตามลำน้ำแม่น้ำมูลไปทางตะวันออกเฉียงเหนือ จนออกแม่น้ำโขงในเขตจังหวัดอุบลราชธานีมีลำน้ำสำคัญที่อำนวยความสะดวกให้แก่แอ่งโคราชคือ แม่น้ำมูล และแม่น้ำชี

ชื่อที่คนในประเทศไทยใช้เรียกภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ “อีสาน” คำ ๆ นี้ ยังถูกใช้ในความหมายถึง คนในภาค และหากกล่าวแบบเฉพาะเจาะจง หมายถึง ผู้คนที่กลุ่มหลักในภาคอีสาน คำว่า อีสาน มาจากภาษาบาลี-สันสกฤต เป็นคำที่ใช้ในความหมายที่แยกให้เห็นความแตกต่างระหว่างผู้คนจากภาคเหนือ ภาคกลาง หรือภาคใต้ของประเทศไทย ในขณะที่ภาคอื่น ๆ มักถูกระบุโดยศูนย์กลางทางการเมืองและวัฒนธรรมในลักษณะที่ทำให้กรุงเทพฯ มีค่าเท่ากับภาคกลาง เชียงใหม่มีค่าเท่ากับภาคเหนือ และนครศรีธรรมราชที่มีคนใต้ใช้ภาษาแบบคนใต้สำหรับภาคใต้ แต่สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือแนวคิดหลักโดยทั่วไปก็ยังคงเป็นอีสาน คนในภาคอีสานบางครั้งเรียกตนเองว่า คนพื้นเมือง หรือลาว อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีมานี้ คำว่า อีสาน ซึ่งถูกใช้โดยผู้คนจากภูมิภาคอื่น ๆ ในการกล่าวถึงคนจากภาคอีสานได้รับการใช้โดยคนในภาคอีสาน เพิ่มมากขึ้นในการบ่งชี้ความเป็นชาติพันธุ์ของกลุ่มตนเอง ผู้คนจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มที่จะกล่าวถึงตนเองว่าเป็นคนอีสาน หรือผู้อีสาน ใช้ภาษาอีสาน และอาศัยอยู่ในภาคอีสาน การใช้คำว่า “อีสาน” เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นจิตสำนึกของพวกเขาที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของภาค/ชาติพันธุ์ (คายส์ ชาร์ลส์ เอฟ, 2556, น. 9-10)

ในยุคที่ยังไม่มีรัฐชาติทางการเมือง สิ่งทีระบุกลุ่มคนคือ ภาษาที่มีรากเหง้าเดียวกัน แต่จำแนกได้หลายตระกูลภาษา หนึ่งในกลุ่มตระกูลภาษาที่มีคนใช้อยู่มากในภาคอีสานคือ ตระกูลภาษาไทย-ลาว (Tai-Lao Language family) เช่น ไทย ลาว จ้าง หล อ اهم ฯลฯ มีหลักแหล่งทั้งในหุบเขาและทุ่งราบบนผืนแผ่นดินใหญ่ของอุษาคเนย์ บริเวณตะวันออกเฉียง-ตะวันตก สองฝั่งโขง (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549, น. 59) ประชาชนลาวที่เคลื่อนย้ายเข้ามาอยู่ในอีสานตั้งแต่สมัยแรก ๆ ส่วนใหญ่เป็นพวกล้านช้าง กับเวียงจันทน์ แต่ประชาชนอีสานไม่ได้เป็นลาวเสียทั้งหมด เพราะยังมีเผ่าพันธุ์อื่น ๆ ตั้งหลักแหล่งประสมประสานอยู่ด้วย แม้แต่บรรดากลุ่มที่เป็นลาวเองก็ยังมี ความแตกต่างในรายละเอียด เช่น แหล่งที่มา สำเนียงภาษา ขนบประเพณี และวิถีชีวิต

บรรพชนคนอีสานยุคดึกดำบรรพ์ยังไม่มีชื่อสมมุติว่าลาว ส่วนจะมีชื่ออย่างไรไม่เคยมีหลักฐานยืนยันได้ จะมีก็แต่สมมุติเรียกตามตระกูลภาษาอย่างกว้าง ๆ แล้วสันนิษฐานตามที่เรียก

ปัจจุบัน อาจแบ่งเวลายุคสมัยกว้างเพื่อความเข้าใจได้ 2 ช่วง (ศุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549, น. 70-71) ดังนี้

ก่อนลาว หมายถึงก่อน พ.ศ. 1700 บริเวณอีสานมี 2 เขตคือ อีสานเหนือทางแอ่งสกลนคร เป็นพวกสยามมีศูนย์กลางอยู่เวียงจันทน์ หรือโคตรบูร (ลาว) หลักฐานสำคัญในจารึกงามและภาพสลัก ขวานแห่ชาวสยามที่ปราสาทนครวัด สื่อสารด้วยภาษาพูดในตระกูลไทย-ลาว แต่มีหลายชาติพันธุ์ ทั้งตระกูลมอญ-เขมร, มาเลย์-จาม, จีน-ทิเบต และไทย-ลาว กับอีสานใต้ทางแอ่งโคราช ส่วนมากอยู่ในตระกูลมอญ-เขมร, มาเลย์-จาม มีศูนย์กลางอยู่ที่พิมาย (นครราชสีมา) และพนมรุ้ง (บุรีรัมย์) ทางลุ่มน้ำมูล

หลังลาว หมายถึงหลัง พ.ศ. 1700 ชาวอีสานบริเวณแอ่งสกลนครทางอีสานเหนือและลุ่มน้ำชี ทอยยเคลื่อนย้ายไปตั้งหลักแหล่งใหม่ที่อุดมสมบูรณ์กว่า และอาจจะมีโรคระบาดรุนแรง เช่น โรคห่า ฯลฯ ทำให้ต้องละทิ้งแหล่งเดิมเพื่อหนีโรคระบาดไปอยู่ที่ใหม่ คนส่วนหนึ่งเคลื่อนย้ายไปทางลุ่มน้ำ่าน-ยม แล้วต่อมากลายเป็นประชากรของรัฐสุโขทัยที่มีขึ้นไป อีกส่วนหนึ่งลงไปเป็นประชากรรัฐทางทะเลสาบเขมรกัมพูชา และรัฐทางลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ส่งผลให้เมืองที่มีมาก่อนรกร้างว่างเปล่า ยกเว้นทางแอ่งโคราชบริเวณลุ่มแม่น้ำมูลไม่เคยรกร้าง เพราะแม้จะลดความสำคัญลงเพราะคนจำนวนมากเคลื่อนย้ายไปอยู่แหล่งอื่นที่อุดมสมบูรณ์กว่า แต่ยังมีกลุ่มชาติพันธุ์อยู่กระจัดกระจายสืบเนื่องมาจนปัจจุบัน ช่วงหลัง พ.ศ. 1700 นี้เอง บริเวณสองฝั่งโขงมีความเคลื่อนไหวทางเส้นทางคมนาคมการค้า กลุ่มชนจากยูนาน (ในจีน) กลับลุ่มน้ำแดง-ดำ (เวียดนาม) ฯลฯ คนพวกหนึ่งจากเมืองแถนลุ่มน้ำแดง - ดำ เรียกตัวเองในสมัยหลังว่า ลาว เคลื่อนมาตั้งหลักแหล่งใหม่บริเวณริมฝั่งโขง เรียกเชียงคัง เชียงทอง (ที่ต่อไปคือหลวงพระบาง) แล้วเติบโตเป็นรัฐล้านช้าง ขึ้นมาคู่กับรัฐล้านนา ดังคำบอกเล่าในพงศาวดารภาค 61 ว่า “แต่นั้นมา เมืองยวนล้านนา และเมืองจำล้านช้าง ทั้งสองเมืองนี้เรียกว่า ลาว ลาว...”

ชื่อยวนล้านนาหมายถึง โยนกและล้านนา ส่วนจำล้านช้างหมายถึง ชาวและล้านช้าง คำ “ชาว” เป็นชื่อเดิมของหลวงพระบางสำเนียงลาวออกเป็นจาวหรือจ่าก็ได้ และเป็นคำเดียวกับเจ้าฟ้า ฉะนั้นเมื่อพูดถึง “ลาว” ต้องควบคู่กันไปทั้งล้านช้างและล้านนา รัฐล้านช้างที่เป็นลาวขยายอำนาจลงมาตามลำน้ำโขงยึดเวียงจันทน์ (หรือโคตรบูร) แล้วมีอำนาจเหนือบริเวณสองฝั่งโขงลงไปทางทิศใต้ เช่น เรื่องท้าวฟ้ารุ่ง แม้จะควบคุมไม่ได้ทั้งหมดก็ตาม นับแต่นั้นไปพวกลาวได้เคลื่อนไหวขยายเข้าสู่อีสานพร้อมกับคติผีฟ้าพญาแถน แต่ลาวบางกลุ่มได้เคลื่อนย้ายเลยลงไปทางลำน้ำแควน้อย (ที่นครไทย-ชาติตระการ จังหวัดพิษณุโลก-อุตรดิตถ์) ลงลุ่มน้ำ่านแล้วต่อไปทางลุ่มน้ำยมของรัฐสุโขทัย จนถึงรัฐอโยธยาศิริรามเทพนคร ลาวกลุ่มนี้เองที่รับวัฒนธรรมมอญ-เขมรลุ่มน้ำเจ้าพระยา

แล้วทั้งความเป็นลาวเรียกตัวเองว่า คนไทย อยู่ในรัฐอยุธยาและรัฐสุโขทัยมีหลักฐานอยู่ในสมุทราโฆษ (คำฉันท์) แต่งยุคสมเด็จพระนารายณ์

คำว่า “ลาว” หมายถึง “คน” เช่นเดียวกับคำว่า ไท หรือไต แต่ต่างกันที่ ไท-ไต หมายถึงคนทั่วไป ส่วนลาว หมายถึงคนที่ได้รับการยกย่องให้มีฐานะทางสังคมสูงกว่า ดีกว่า หรือเหนือกว่าคนอื่น เช่น เป็นหัวหน้า เป็นนาย ฯลฯ ในเอกสารล้านนาที่ยกย่องไว้สูงเทียบเท่ากษัตริย์หรือขุน เมื่อเวลาผ่านไปสังคมและวัฒนธรรมก็ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ การเมือง คำว่าไท หรือไต ยังยืนยันความหมายดั้งเดิมอยู่ในคำพูดของพวกไทย-ลาวทุก ๆ กลุ่ม แต่คำว่าลาวมีความหมายเชิงยกย่องที่ยิ่งใหญ่อยู่ผู้คนกลุ่มหนึ่งจึงยึดถืออย่างมั่นคงไม่เปลี่ยนแปลงจึงเรียกตัวเองว่าลาว

ก่อน พ.ศ. 2442 ชาวอีสานถูกเรียกจากกรุงเทพฯว่า “ลาว” ดังชื่อเขตการปกครองที่แบ่งมณฑลเมื่อ พ.ศ. 2437 มี 3 มณฑลชื่อ มณฑลลาวพวน หนองคาย,อุดรธานี ฯลฯ มณฑลลาวกาว ทางอุบลราชธานี,ยโสธร ฯลฯ และมณฑลลาวกลาง ทางชัยภูมิ นครราชสีมา ฯลฯ และในปี พ.ศ. 2442 มีประกาศให้พวกลาวชาวอีสานทั้งหมดเป็นคนไทย แต่อยู่ในบังคับสยาม หมายถึงประเทศสยาม ดังมีข้อความในพระราชโองการตอนหนึ่งว่า (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549, น. 68-69)

“แต่นี้สืบไป ให้เจ้าหน้าที่แต่ละแผนกทุกหัวเมืองใหญ่น้อยในมณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อจะมีการสำรวจสำมะโนครัว หรือหากว่ามีราษฎรมาติดต่อ ที่จะต้องใช้แบบพิมพ์ของทางราชการ ให้ปฏิบัติใหม่โดยลงในช่องสัญชาตินั้นว่า ชาตินไทยบังคับสยาม ทั้งหมด ห้ามมิให้ลงหรือเขียนในช่องสัญชาติว่า ชาติลาว เขมร ส่วย ผู้ไทย ฯลฯ ดังที่ได้ปฏิบัติมาแต่ก่อนเป็นอันขาด” (กรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ ข้าหลวงต่างประเทศองค์โปรดให้มีสารตราตั้งเป็นทางราชการ)

จากการทบทวนข้อมูลเกี่ยวกับการกวาดต้อนคนลาว โดยใช้การศึกษาของ บำเพ็ญไชยรักษ์ (2562) สรุปได้ว่า ครั้นเมื่อกลุ่มคนกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาที่พัฒนาคำว่าไท หรือไต จนเป็นไทย แล้วมีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและมีความมั่นคงทางการเมืองเพราะอยู่ใกล้ทะเล จึงมีพัฒนาการก้าวสู่ความเป็นอาณาจักร ดังกรณีที่สร้างความเป็นปึกแผ่นในลักษณะอาณาจักรได้เป็นครั้งแรกคือ ราชอาณาจักรสยามแห่งกรุงศรีอยุธยา ผู้คนกลุ่มนี้ยืนยันความเป็นไทยในความหมายที่ยิ่งใหญ่ของตนเอง แล้วก็เริ่มเหยียดช้อลาวลงเพราะกลุ่มที่รักษาชื่อลาวต้องตกเป็นเบี้ยล่างและพึ่งพิงชายทะเลของพวกไทย ลักษณะเหยียดช้อลาวเข้มข้นขึ้นในช่วงที่เกิดเนื้อร้องเพลงลาวแพน

อันเนื่องมาจากสงคราม แล้วพวกลาวเป็นฝ่ายพ่ายแพ้ถูกกวาดต้อนเป็นเชลยศึกต่อนหนึ่งว่า “*บั๊กไทยมันเจียน บักไทยมันขัง จนไหล่จอนหลัง ของข้านี้ลาย จะตายเสียแล้วหนา ที่ในป่าดงแดน...*”

การกวาดต้อนผู้คนในสมัยสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีและพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกฯ ก็เรียกชื่อผู้คนและบ้านเมืองทางตอนบนว่าลาวปน ๆ กันไปเช่นเดียวกัน ดังนั้นการบันทึกในเอกสารจดหมายเหตุของทางการ จึงมีการใช้คำว่า “เมืองลาว” “พวกลาว” หรือ “ครัวลาว” โดยรวม ๆ เช่น ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกฯ เมื่อกล่าวถึงหัวเมืองทางเหนือที่ย่อมสวามิภักดิ์ ทั้งฟากตะวันออกของแม่น้ำโขง ลำปาง เชียงใหม่ เวียงจันทน์ แพร่ น่าน เถิน หลวงพระบาง นับเป็นประเทศราชโดยเรียกว่า ประเทศราชลาวฟุงคำ ลาวลื้อ ลาวฟุงขาว เมื่อกล่าวถึงบ้านเมืองหรือกลุ่มลาวที่ถูกกวาดต้อนเข้ามาหลายครั้ง ก็จะกำกับด้วยชื่อเฉพาะของกลุ่มซึ่งเป็นที่รู้จักกัน เช่น ลาวเชียงใหม่ ลาวเวียงจันทน์ ลาวพวน รวมไปถึงผู้ไทหรือไทดำ ก็พลอยถูกเรียกว่า ลาวโซ่งไปด้วย ทั้ง ๆ ที่คนลาวนั้นไม่ยอมรับว่าผู้ไทเป็นลาว และผู้ไทหรือไทดำก็ถือตัวเองว่าเป็นคนไท ลาวลาว นั้นอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือจนถึงตะวันออกของกรุงเทพฯ นั่นคือ ลาวที่อยู่ในเขตล้านช้างและภาคอีสานปัจจุบันนี้

สำนึกเรื่องเชื้อชาติของคนกรุงเทพฯ ที่มีต่อบ้านเมืองและผู้คนที่อยู่ตอนบนหรือที่เรียกว่า หัวเมืองฝ่ายเหนือนั้น เป็นการเรียกอย่างเหมารวม เรียกตาม ๆ กันมาอย่างน้อยตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนต้น โดยไม่ได้แยกแยะหรือมีความสนใจที่จะเรียกตามคนในท้องถิ่น และกลายเป็นการเรียกชื่อกลุ่มคนตามเชื้อชาติที่แฝงนัยยะของการดูถูกอย่างชัดเจนในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ และมีมายาคติในทางลบที่เห็นได้ชัดจากวรรณคดีเรื่องขุนช้างขุนแผน ที่มองเห็นคนจากหัวเมืองล้านนาต่ำกว่าตน มักดูถูกว่าเป็นลาว เป็นพวกนุงซัน (ซึ่งถือว่าต่างไปจากพวกตนที่นุงโจง) พวกกินกึ่งก่ากินกบ ซึ่งถือเป็นของกินต่ำชั้น และสืบต่อมาไม่ขาดสายในบันทึกที่เกี่ยวกับเจ้าดารารัศมี เมื่อเป็นเจ้าจอมต้องมาอยู่ในราชสำนักภายใต้ตำแหน่งของสมเด็จพระนางเจ้าเสาวภาผ่องศรี และถูกกลั่นแกล้งดูถูกต่าง ๆ มากมาย ผู้คนในบ้านเมืองแถบล้านช้างที่พอใจจะเรียกตนเองว่า “ลาว” เหตุที่เป็นคำดูถูกและความเข้าใจผิดเกี่ยวกับเชื้อชาติลาวที่ถูกเหมารวมโดยรัฐในลุ่มน้ำเจ้าพระยา ปรากฏในนิทานโบราณคดีที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงพระราชทานเกล้าไว้ เมื่อเสด็จตรวจราชการมณฑลนครราชสีมาและมณฑลอุดรและอีสาน เมื่อ พ.ศ. 2449 ทรงค้นพบถึงความแตกต่างทางเชื้อชาติ สำเนียงภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ทางการเคยเข้าใจกันต่อ ๆ มานั้นไม่ถูกต้องก็เมื่อทรงพระนิพนธ์นิทานโบราณคดีแล้ว

จะเห็นได้ว่าภาคอีสานเองก็มีประวัติและความเป็นมาที่น่าสนใจ สังคมไทยและบริบททางการเมืองเข้ามามีบทบาททำให้ภาคอีสานมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งความเป็นอีสาน

ก็ได้ต่อสู้ต่อรองต่อรัฐส่วนกลางอยู่ทุกโมงยาม ดังที่ สุจิตต์ วงษ์เทศ (2546, น. 12-13) เขียนไว้ในบท
 คำนำเสนอของหนังสือเรื่อง แผลหลักฐาน โบราณคดี พลิกโฉมหน้าประวัติศาสตร์ไทยแอง
 อารยธรรมอีสาน อย่างน่าสนใจว่า

“ถ้าแม่น้ำโขงเสมือนเส้นเลือดใหญ่ ดินแดนอีสานก็ประจูดังหัวใจของภูมิภาค เพราะ
 อีสานเป็นแองอารยธรรมสำคัญอันเต็มไปด้วยร่องรอยและหลักฐานทางประวัติศาสตร์และ
 โบราณคดีที่พร้อมจะพลิกให้เห็น โฉมหน้าแท้จริงของประวัติศาสตร์ไทยและ
 ประวัติศาสตร์ของภูมิภาคอุษาคเนย์ แต่ไม่รู้เพราะอะไร รัฐบาลไทยทุกยุคทุกสมัยจึงมีอคติ
 ต่ออีสานหนักหนา และสาหัสสากรรจ์ถึงขนาดกระทรวงศึกษาธิการต้องแต่งตั้งตำรา
 ประวัติศาสตร์ไทย แล้วเผยแพร่ออกไปทั่วประเทศว่า อีสาน มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์
 และวัฒนธรรมแยกออกจากเรื่องของคนชาติไทยในแถบลุ่มน้ำเจ้าพระยาตอนบน
 ตอนกลาง และแถบภาคใต้ของประเทศ แต่การกระทำดังกล่าวก็เท่ากับรัฐบาลไทยตัด
 เรื่องราวความเป็นมาทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้คนและบ้านเมืองในดินแดนอีสานทิ้ง
 ไปจากประวัติศาสตร์ไทยโดยไม่เหลือเยื่อใย ทำให้เกิดการดูถูกเหยียดหยามความเป็น
 อีสานผู้คนในสังคมและวัฒนธรรมอีสานต้องตกอยู่ในสภาพล้าหลังทุกด้านเมื่อเทียบกับ
 ภาคอื่น ๆ แท้จริงแล้วอีสานมีพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมที่เทียบพร้อมไปด้วยพลัง
 หลาย ๆ ด้าน และมีความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับพัฒนาการทางสังคมและ
 วัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ รวมทั้งดินแดนภายนอกที่อยู่
 ใกล้เคียงโดยรอบเช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม ฯลฯ ดังมีร่องรอยและหลักฐานมากมาย
 ก่ายกองทั้งที่เป็นตำนานพงศาวดาร นิทาน นิยาย ศิลจารึก กบที่เป็นโบราณศิลปวัตถุสถาน
 หลายยุคหลายสมัย หากจะว่ากันให้ถึงที่สุดแล้วบรรพชนคนอีสานตั้งแต่ยุคคึกคักบรรพที่
 คือบรรพบุรุษอีสานแหรกหนึ่งของชาวสยามที่เรียกกันว่า “คนไทย” ทุกวันนี้ นั่นเอง”

ภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านภาษา ศิลปวัฒนธรรมและ
 ประเพณีที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละท้องถิ่นแต่ละจังหวัดซึ่งสาเหตุของความหลากหลายทาง
 วัฒนธรรมเหล่านี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความหลากหลายทางชาติพันธุ์โดยที่กลุ่มชาติพันธุ์ในภาค
 อีสานมีจำนวนมากกว่า 10 กลุ่มกระจายอยู่ทั่วพื้นที่ของภาคอีสานเช่น กลุ่มชาติพันธุ์ลาวในจังหวัด
 มหาสารคาม ขอนแก่น ร้อยเอ็ด กลุ่มชาติพันธุ์ญ้อ ภูไท โข้ บลู่ แสกในเขตอีสานเหนือ จังหวัด
 กาฬสินธุ์ สกลนคร นครพนม มุกดาหาร กลุ่มชาติพันธุ์กูย หรือที่เดิมเรียกว่า ส่วยในเขตอีสานใต้
 จังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มชาติพันธุ์เขมรในจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มชาติพันธุ์ญ้อหรือเญะกุล (ชาวนน)

ในจังหวัดชัยภูมินครราชสีมา กลุ่มชาติพันธุ์กะเลิง กะโซ่ กะตาด โย้ย ในจังหวัดสกลนคร กลุ่มชาติพันธุ์ไทยเบ็งหรือไทยโคราชในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มชาติพันธุ์ไทคำหรือลาวโซ่งในจังหวัดเลย กลุ่มชาติพันธุ์ไทยกุลาหรือไทยใหญ่ในจังหวัดมุกดาหาร ความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้มีปัจจัยหลักมาจากระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันจึงเกิดความเชื่อสำเนียงภาษา วัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันซึ่งชาวอีสานในแต่ละชาติพันธุ์นั้นล้วนมีอัตลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้สาเหตุของความหลากหลายทางวัฒนธรรมในภาคอีสานก็อาจเกิดจากการอพยพย้ายถิ่น การมีพรมแดนที่ติดกับประเทศใกล้เคียงหรือจากการหนีภัยสงครามในอดีตจนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมขึ้นอีกด้วย (เดิม วิชาคย์พจนกิจ, 2557)

จะเห็นได้ว่า แต่เดิมอีสานเป็นภูมิภาคที่มีประวัติศาสตร์และความเป็นมาที่น่าสนใจ เป็นแอ่งวัฒนธรรมขนาดใหญ่ ที่รวมผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรม ทั้งด้านภาษา อาหารการกิน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม แต่เมื่อถูกกวาดต้อนเข้ามา และถูกควมรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสยาม ความเป็นอีสานไม่ได้เกิดขึ้นเอง แต่ถูกหล่อหลอมให้เกิดขึ้นจากการรวมอำนาจของกลุ่มผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ โดยเฉพาะชาวลาว ที่ทำให้ความเป็นอีสานดูแปลกแยกออกจากความเป็นสยาม ถูกทับซ้อนกับความเป็นลาว จนทำให้คนอีสานมักถูกเรียกแบบเหยียดขามว่าเป็นคนลาวที่ยากต่อการจัด จากเดิมอีสานเองก็มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวบางอย่าง หากแต่เมื่อเริ่มเกิดกระบวนการที่รัฐไทย หรือสยามประเทศ ยังมองคนอีสานเป็น “คนอื่น” แต่กระนั้นก็เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานอีกครั้ง ในยุคสร้างชาติ หรืออาจเรียกว่ารัฐสยามในตอนนั้น ในสมัยรัชกาลที่ 5 ก็ได้รวมศูนย์อำนาจและปฏิรูประบบการปกครอง รวมอีสานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสยาม ก็ส่งผลต่อภาพความเป็นอีสานที่เปลี่ยนแปลงไป ดังจะอธิบายต่อไป

ระลอกที่ 2 อีสานกับการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นไทยในสมัยรัชกาลที่ 5

อีสานเป็นดินแดนที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา ทั้งบริบทสังคม ระบบการปกครองประเทศก็ทำให้อีสานเปลี่ยนโฉมหน้าอยู่ทุกโมงยามทั้งในเชิงของความเป็นภูมิภาค ความรู้สึกของผู้คนอีสาน และอีกหนึ่งจุดเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ของแผ่นดินที่เรียกว่าอีสาน นั่นคือ ในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่เป็นยุคเปลี่ยนผ่านจากความเป็นลาว ผู้การรวมอำนาจและถูกทำให้กลายเป็นไทย ยุคนี้จึงทำให้เห็นภาพการต่อสู้ต่อรองของคนอีสานอย่างน่าสนใจ

บรรพบุรุษของชาวอีสานมีหลายพวก มีตั้งแต่พวกก่อนประวัติศาสตร์ จนถึงชา เขมร ฉวน แกว จีน จาม ฯลฯ แต่ที่แน่คือ ลาว และต่อมาด้วยเหตุผลทางการเมือง ทำให้ผู้คนเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ กลายเป็น “ไทย” หมด ต้นเหตุมาจากการปฏิรูปการปกครองในรัชกาลที่ 5 ดังที่มหาสิลา วีระวงส์ ได้เรียบเรียงประวัติศาสตร์ลาวว่า ถึงปี พ.ศ. 2442 หลังจากสยามเสียดินแดนลาวทางฝั่งซ้ายให้แก่

ฝรั่งเศสแล้ว 6 ปี พระเจ้าแผ่นดินสยามรัชกาลที่ 5 จึงทรงปรารภว่า (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2549, น. 463-465)

“ลักษณะการปกครองแผ่นดิน ที่นิยมให้เป็นอย่างราชาธิปไตย (Empire Monarchique) โดยปกครองแบบคนต่างชาติต่างภาษาเป็นเมืองขึ้น จึงถือหัวเมืองมณฑลชั้นนอก 3 มณฑลนั้น เป็นเมืองลาวและเรียกชาวเมืองซึ่งอันที่จริงเป็นชนชาติไทย ว่าลาว เนื่องเพราะลักษณะการปกครองดังกล่าว เป็นอันพ้นเวลาพอสมควรแล้ว ถ้าคงไว้จะกลับให้โทษแก่บ้านเมือง จึงทรงพระราชดำริให้แก้ไขการปกครองเปลี่ยนเป็นพระราชอาณาจักรประเทศสยาม เลิกประเพณีเมืองประเทศราช ถวายดอกไม้เงินดอกไม้ทองตั้งแต่ก่อน”

จากนั้นจึงมีพระบรมราชโองการตรัสเหนือเกล้าฯ สั่งว่าให้เรียก ชื่อมณฑลตามพื้นที่ที่จัดการปกครองแบบเทศาภิบาล เช่น

“มณฑลลาวเฉียง” แลบเมืองเชียงใหม่และเมืองใกล้เคียง ให้เรียกว่ามณฑลตะวันตกเฉียงเหนือ

“มณฑลลาวพวน” แลบเมืองหนองคายและเมืองใกล้เคียง ให้เรียกว่า มณฑลฝ่ายเหนือ โดยเฉพาะ “มณฑลลาวกาว” มีเมืองนครจำปาสัก เมืองอุบลราชธานี เมืองศรีสะเกษ และเมืองอื่น ๆ ให้เรียกว่า “มณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ”

อาศัยพระราชโองการฉบับนี้ และในปีเดียวกันนี้ กรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ข้าหลวงต่างพระองค์จึงโปรดให้มีสารตราตั้งเป็นทางราชการไปว่า

“แต่นี้สืบไป ให้เจ้าหน้าที่แต่ละแผนกทุกหัวเมืองใหญ่น้อย ในมณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อจะมีการสำรวจสำมะโนครัว หรือหากว่ามีราษฎรมาติดต่อที่จะต้องใช้แบบพิมพ์ของทางราชการ ให้ปฏิบัติใหม่โดยลงในของสัญชาตินั้นว่า “ชาติไทยบังคับสยาม” ทั้งหมดห้ามมิให้ลงหรือเขียนในของสัญชาติว่า ชาติลาว ชาติเขมร ด้วย ผู้ไทย ฯลฯ ดังที่ได้ปฏิบัติมาแต่ก่อนเป็นอันขาด”

และนั่นก็เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ส่งผลให้ชนชาติลาวที่อยู่ทางฝั่งขวาแม่น้ำโขงกลายเป็นชาติไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2442 เป็นต้นมา และในสมัยรัชกาลที่ 5 มหาอำนาจยุโรปออกล่าอาณานิคมในภูมิภาคนี้ ทำให้ราชอาณาจักรสยามต้องระมัดระวังและต้องจัดการปกครองราชอาณาจักรให้รัดกุมขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการรุกราน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5

(พ.ศ. 2411-2453) จึงโปรดให้จัดแบ่งอีสาน และลาวที่ (ขณะนั้น) อยู่ในพระราชอาณาจักรสยามให้เหมาะสมเป็นระยะ ๆ โดยใช้การศึกษาของสุจิตต์ วงษ์เทศ (2549, น. 463-465) เป็นพื้นฐาน สามารถอธิบายการจัดแบ่งการปกครองของแผ่นดินอีสานที่ส่งผลกระทบต่อความร่วมมือกันจะก่อเกิดเป็นภาคอีสานในปัจจุบัน ดังนี้

พ.ศ. 2433 แบ่งการปกครองเป็น 4 เขต

1. หัวเมืองลาวฝ่ายตะวันออก มีเมืองเอก 11 เมืองคือ เมืองนครจำปาสัก (อยู่ในลาว) เมืองสีทันดอน (อยู่ในลาว) เมืองคำทองใหญ่ (อยู่ในลาว) เมืองสุรินทร์ เมืองสังขะ เมืองขุขันธ์ เมืองเชียงแตง (อยู่ในเขมร) เมืองแสนปาง (อยู่ในเขมร) เมืองอัตตะปือ (อยู่ในลาว) เมืองสาละวัน (อยู่ในลาว) และเมืองเดชอุดม แต่ละเมืองเอกมีเมืองขึ้นจำนวนไม่เท่ากัน รวมได้ 26 เมือง มีที่ทำการอยู่ นครจำปาสัก ข้าหลวงคนแรกชื่อ พระยามหาอำมาตยาธิบดี

2. หัวเมืองลาวฝ่ายตะวันออกเฉียงเหนือ มีเมืองเอก 12 เมือง คือ เมืองอุบลราชธานี เมืองร้อยเอ็ด เมืองสุวรรณภูมิ เมืองกาฬสินธุ์ เมืองมหาสารคาม เมืองกมลาไสย เมืองศรีสะเกษ เมืองเขมราฐ เมืองสองคอนคอนดง (อยู่ในลาว) เมืองนอง (อยู่ในลาว) เมืองยโสธร และเมืองภูแล่นช้าง แต่ละเมืองเอกมีเมืองขึ้นจำนวนไม่เท่ากัน รวมได้ 30 เมือง มีที่ทำการอยู่เมืองอุบลราชธานี ข้าหลวงคนแรกชื่อพระยาราชเสนา

3. หัวเมืองลาวฝ่ายเหนือ มีเมืองเอก 16 เมืองคือ เมืองหนองคาย เมืองเชียงขวาง (อยู่ในลาว) เมืองบริคัณนิคม (อยู่ในลาว) เมืองคำม่วน (อยู่ในลาว) เมืองมุกดาหาร เมืองนครพนม เมืองสกลนคร เมืองขอนแก่น เมืองหล่มสัก เมืองบุรีรัมย์ เมืองคำเกิด (อยู่ในลาว) เมืองท่าอุเทน เมืองไชยบุรี เมืองโพนพิสัย เมืองกุมทาทาพิสัย และเมืองหนองหานใหญ่ แต่ละเมืองเอกมีเมืองขึ้นจำนวนไม่เท่ากัน รวมได้ 30 เมือง มีที่ทำการอยู่เมืองหนองคาย ข้าหลวงคนแรกชื่อพระยาสุริยเดชวิเศษ

4. หัวเมืองลาวฝ่ายกลาง มีเมืองเอก 3 เมืองคือ เมืองนครราชสีมา เมืองชนบท และเมืองภูเขียว แต่ละเมืองเอกมีเมืองขึ้นจำนวนไม่เท่ากัน รวมได้ 12 เมือง มีที่ทำการอยู่เมืองนครราชสีมา ข้าหลวงคนแรกชื่อพระพิเรนทรเทพ ข้าหลวงที่ประจำอยู่ฝ่ายต่าง ๆ ขึ้นต่อข้าหลวงใหญ่ คือ พระยามหาอำมาตยาธิบดี ที่เมืองจำปาสัก

พ.ศ. 2434 เปลี่ยนแปลงเขตการปกครองใหม่

1. หัวเมืองลาวกาว รวมเอาเมืองลาวฝ่ายตะวันออกกับเมืองลาวฝ่ายตะวันออกเฉียงเหนือเข้าเป็นเขตเดียวกัน มีข้าหลวงใหญ่อยู่เมืองอุบลราชธานีคือ กรมหลวงพิชิตปรีชากร
2. หัวเมืองลาวพวน มีข้าหลวงอยู่เมืองหนองคายคือ กรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม (เมื่อฝรั่งเศสได้ลาวฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงแล้วจึงย้ายไป ตั้งอยู่เมืองอุดรธานี)
3. หัวเมืองลาวพุงขาว รวมเอาเมืองหลวงพระบาง ลิบสองพันนา ลิบสองจุไท และหัวพันทั้งห้าทั้งหกเข้าเป็นเขตเดียวกัน มีข้าหลวงอยู่ เมืองหลวงพระบางคือ พระยาฤทธิรงค์ธรรมาธิบดี
4. หัวเมืองลาวกลาง มีข้าหลวงอยู่เมืองนครราชสีมาคือ กรมหมื่นสรรพสิทธิประสงค์

พ.ศ. 2436 เสียดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง

ดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงตกเป็นของฝรั่งเศส ส่วนฝั่งขวายังอยู่ในพระราชอาณาจักรสยาม ประชาชนที่อยู่ฝั่งขวาถูกเรียกจากกรุงเทพฯ ว่า “ชาตลาวบังคับสยาม” (มหาศิลา วีระวงศ์, สมหมาย เปรมจิตต์ แปล, 2535, น. 169)

พ.ศ. 2437 เปลี่ยนเขตการปกครองเป็น “มณฑล”

พ.ศ. 2434 ราชสำนักกรุงเทพฯ ได้รวมหัวเมืองต่าง ๆ มาเป็นมณฑล แต่ยังไม่จัดเป็นแบบเทศาภิบาล จนถึง พ.ศ. 2437 จึงได้ตั้งเป็นมณฑลเทศาภิบาล โดยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 3 มณฑล คือ (คารารัตน์ เมตตาริกานนท์, 2563)

1. มณฑลลาวกลาง พระยาประสิทธิศิลปการ เป็นข้าหลวงเทศาภิบาล มีที่บัญชาการมณฑลอยู่ที่เมืองนครราชสีมา ประกอบด้วย 3 เมือง คือ นครราชสีมา ชัยภูมิ และบุรีรัมย์
2. มณฑลลาวกาว มีพระเจ้าน้องยาเธอ กรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ เป็นข้าหลวงต่างพระองค์สำเร็จราชการมณฑล มีที่บัญชาการมณฑลอยู่ที่เมืองอุบลราชธานี ประกอบด้วย 7 เมือง คือ อุบลราชธานี นครจำปาศักดิ์ ศรีสะเกษ สุรินทร์ ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และกาฬสินธุ์
3. มณฑลลาวพวน มีพระเจ้าน้องยาเธอ กรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม เป็นข้าหลวงต่างพระองค์ ก่อน พ.ศ. 2436 มีหัวเมืองทางฝั่งซ้ายรวมอยู่ด้วย และมีแคว้นพวนเป็นแคว้นใหญ่ มีเมืองเชียงขวางเป็นเมืองสำคัญ และทรงตั้งชื่อมณฑลลาวพวนตามชื่อ เมืองพวน ภายหลัง พ.ศ. 2436 เมืองในมณฑลนี้จึงเหลือเพียง 6 เมือง คือ อุดรธานี ขอนแก่น นครพนม สกลนคร เลย หนองคาย ตั้งที่บัญชาการอยู่ที่เมืองอุดรธานี (เดิมอยู่ที่หนองคาย)

นโยบายรวมศูนย์อำนาจดังกล่าวนี้ อำนาจการปกครองตนเองของบรรดาเจ้าเมืองท้องถิ่นเดิม ถูกแทนที่โดยพวกเจ้าและ “ข้าราชการ” ตามระบบใหม่จากส่วนกลาง อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2442 ได้โปรดฯ ให้แก้ไขชื่อมณฑลในอีสานใหม่ ดังเหตุผลที่สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ได้ทรงอธิบายในนิทานโบราณคดีไว้ว่า

“ลักษณะการปกครองแต่เดิม นิยมให้เป็นอย่างประเทศราชาธิราช (Empire) อันมีเมืองคนต่างชาติต่างภาษาเป็นเมืองขึ้นอยู่ในพระราชอาณาเขต จึงถือว่าเมืองชายพระราชอาณาเขต มณฑลนั้นเป็นเมืองลาว และเรียกชาวเมืองซึ่งอันที่จริงเป็นชนชาติไทยว่าลาว แต่ลักษณะการปกครองอย่างนั้นพ้นเวลาอันควรแล้ว ถ้าคงไว้จะกลับให้โทษแก่บ้านเมือง จึงทรงพระราชดำริให้แก้ไขลักษณะการปกครองเปลี่ยนเป็นอย่างพระราชอาณาเขต (Kingdom) ประเทศ ไทยรวมกัน”

จึงโปรดเกล้าฯ ประกาศให้เรียกชื่อตามทิศและตามพื้นที่ ให้เป็นระเบียบเดียวกัน คือ มณฑลลาวกลาง เรียกว่า มณฑลนครราชสีมา มณฑลลาวพวน เรียกว่า มณฑลฝ่ายเหนือ ต่อมา พ.ศ. 2443 เรียกว่า มณฑลอุดร ส่วนมณฑลลาวกาวใน พ.ศ. 2442 นั้น เรียกว่า มณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ และ พ.ศ. 2443 เรียกว่ามณฑลอิสาน

จะเห็นได้ว่า “อิสาน” หรือ “อีสาน” เป็นคำใหม่ที่ราชสำนักกรุงเทพฯ สร้างขึ้นและเริ่มนำมาใช้แทนที่เป็นครั้งแรกในปีดังกล่าว และจะพบว่า มณฑลอิสานหรืออีสานในช่วงนี้ก็ถือการรวมหัวเมืองห้าหัวเมืองเข้าด้วยกัน คือ อุบลราชธานี จำปาศักดิ์ ขุขันธ์ สุรินทร์ และร้อยเอ็ด เป็นที่น่าสังเกตว่า คำว่า “อิสาน” และ “ตะวันออกเฉียงเหนือ” ทั้งสองคำนี้ได้ถูกนำมาใช้เรียกแทนคำว่า “ลาว” ที่มีเมืองอุบลฯ เป็นศูนย์กลาง และต่อมาพบว่า “อิสาน” หรือ “อีสาน” ได้เริ่มถูกนำมาใช้ในการตั้งชื่อพงศาวดารของหัวเมืองแถบนี้ด้วย ดังปรากฏในงานของหม่อมอมรวงศ์วิจิตร (ม.ร.ว.ปฐุม กเนจร) เรื่องพงศาวดารหัวเมืองมณฑลอิสาน แต่งขึ้นเมื่อครั้งดำรงตำแหน่งปลัดมณฑลอิสานนั้นเคยพิมพ์รวมอยู่ในหนังสือประชุมพงศาวดารภาคที่ 4 และพิมพ์ครั้งแรกในงานพระราชทานเพลิงศพ พระยาศรีสารวง (ชื่น ภัทรนาวิก) เมื่อ พ.ศ. 2458 (दारาร์ตัน เมตตาริกานนท์, 2563)

จะเห็นได้ว่าราชสำนักกรุงเทพฯ ได้มีความพยายาม สร้างสำนักแบบใหม่ในอีสานและความพยายามนี้มีผลต่อการลดทอนความเป็นลาวลงด้วย ต่อมาใน พ.ศ. 2455 ได้ตั้งมณฑลอีกหนึ่งมณฑลคือ มณฑลร้อยเอ็ด โดยแบ่งท้องที่มาจากมณฑลอิสาน ส่วนมณฑลอิสานได้เปลี่ยนชื่อเป็นมณฑลอุบล นโยบายการรวมอำนาจเข้าสู่ศูนย์กลางนี้ไม่เพียงก่อให้เกิดการสถาปนาความมั่นคงของ

พระราชอำนาจ ซึ่งส่งผลต่อนโยบายสร้างชาติแล้ว แต่ยังส่งผลต่อการเกิดสำนึกในท้องถิ่นอีกด้วย (โดยท้องถิ่นในความหมายนี้เป็นความหมายในเชิงพื้นที่) ดังเช่น ภายหลังจากมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 หลวงวรนิติปรีชา ภูมิลำเนาอยู่มณฑลอุดร และได้รับราชการอยู่ที่มณฑลนั้น (ใน พ.ศ. 2476 ได้รับเลือกเป็น ส.ส. คนแรกของจังหวัดสกลนคร) ได้มีบันทึกความเห็นทางด้านการปรับปรุงการปกครองเกี่ยวกับมณฑลอุดรมายัง เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี ประธานสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2475 ว่า (ดาร์รัตน์ เมตตาริกานนท์, 2563)

“...1 การคมนาคม ข้าพเจ้าเห็นว่า ถ้ารัฐบาลสามารถทำได้ ควรต้องให้เริ่มก่อสร้างทางรถไฟจากขอนแก่น ไปอุดรธานี และนครพนม โดยทันทีตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป ... เพราะทางรถไฟสายอื่นที่จำเป็นรัฐบาลได้ทำเสร็จไปหมดแล้ว เหลืออยู่แต่สายนี้เป็นสายเดียวเท่านั้น เป็นสายสุดท้าย...

2 การศึกษาข้าพเจ้าเห็นว่า ควรจัดตั้งให้ มีการสอนชั้นมัธยม 7-8 ชั้นที่มณฑลนี้และตามจังหวัดต่างๆ ของมณฑลนี้ควรให้มีถึงชั้นมัธยม 6 ทุกแห่ง เหตุไรจึงว่าดังนั้น ก็เพราะเหตุว่ามณฑลภาคเหนือคือพายัพ มณฑลภาคใต้คือนครศรีธรรมราช รัฐบาลได้จัดให้มีถึงชั้น 8 มานานหลายปีแล้ว จึงนับได้ว่ามณฑลที่ห่างไกลจากกรุงเทพฯ ยังมีเพียงมัธยม 6 ก็แต่อุดรเท่านั้น จึงคิดว่าควรหรือไม่...”

จากข้อความข้างต้นนี้ชี้ให้เห็นได้ประการหนึ่งก็คือ สำนึกท้องถิ่นนิยมที่มีความเกี่ยวข้องกับมณฑลที่ตนอยู่อาศัยได้เกิดขึ้น แล้วในอีสานในช่วง พ.ศ. 2475 ซึ่งก่อนหน้านั้นจะพบว่า หน่วยการปกครองส่วนภูมิภาคที่มีขนาดถดถอยไปจากมณฑลเทศาภิบาล ได้แก่ เมือง กล่าวคือ ก่อนการปฏิรูปการจัดระเบียบการปกครองในสยามประเทศ “เมือง” เป็นหน่วยการปกครองที่มีความสำคัญที่สุดและมีบทบาทมากที่สุด และนับได้ว่าเป็นหน่วยการปกครองหลักเพียงหน่วยเดียวในการปกครองส่วนภูมิภาค ดังนั้น เมื่อรัฐไทยส่วนกลางได้เข้ามาจัดการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาลขึ้น จึงมีผลต่อการเริ่มต้นของสำนึกแบบภูมิภาคนิยม

ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการเปลี่ยนแปลงบางประการเกี่ยวกับการจัดส่วนราชการบริหารส่วนภูมิภาค ซึ่งแต่เดิมมณฑลเทศาภิบาลเป็นหน่วยการปกครองที่ใหญ่ที่สุด แต่การเปลี่ยนแปลงใหม่นี้ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้รวมอาณาเขตของมณฑลเทศาภิบาลหลาย ๆ มณฑลเข้าด้วยกันเป็นเขตการปกครองที่เรียกว่า “ภาค” และในครั้งนี้ก็ให้ทรงประกาศรวมมณฑลอุดร มณฑลร้อยเอ็ด และมณฑลอุบลราชธานี ขึ้นเป็น “ภาคอีสาน” ในปี พ.ศ.

2465 โดยมีอุปราชภาคประจำ และมีที่บัญชาการภาค ณ เมืองอุดรธานี และโปรดเกล้าฯ ให้พระยาราชนิกุลวิบูลย์ภักดี (อวบ เปาโรหิตย์) เป็นอุปราชภาค

และต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทวีความรุนแรงขึ้น พระองค์จึงทรงปลดข้าราชการ และยุบตำแหน่งทางการปกครองที่ไม่จำเป็นลงเพื่อประหยัดรายจ่ายของแผ่นดิน โดยในพ.ศ. 2468 พระองค์ทรงประกาศยกเลิกตำแหน่งอุปราชภาค เป็นผลให้การปกครองแบบภาคถูกยุบไปโดยปริยาย พร้อมกันนั้นมณฑลอุดรราชธานี มณฑลร้อยเอ็ดก็ถูกยุบลง การปกครองจังหวัดในมณฑลดังกล่าวไปขึ้นกับมณฑลนครราชสีมา และพ.ศ. 2476 ได้ยุบมณฑลอุดรและมณฑลนครราชสีมา อันเป็นผลมาจากใน พ.ศ. 2476 รัฐบาลได้ออก “พระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบการบริหารราชการแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2476” ส่งผลให้ระบบการปกครองแบบเทศาภิบาลสิ้นสุดลง และได้จัดแบ่งการปกครองเป็นจังหวัดต่าง ๆ แล้วรวมจังหวัดในแต่ละภูมิภาคเข้าเป็นภาค มีผู้ว่าราชการภาคเป็นผู้บริหารสูงสุด ขึ้นกับกระทรวงมหาดไทย ดังนั้น หลัง พ.ศ. 2476 เป็นต้นมาบริเวณที่เคยเป็นมณฑลต่าง ๆ ในอีสานได้ถูกรวมกันเรียกว่า “ภาคอีสาน” อีกครั้งหนึ่ง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า หน่วยการปกครองที่เรียกว่า “ภาค” ในอีสานนั้น ได้รับการสถาปนาขึ้นใน พ.ศ. 2465 คำว่า “ภาคอีสาน” หรือ “อีสาน” เป็นความหมายใหม่ที่รัฐไทยเป็นผู้สร้างขึ้น ซึ่งมีผลต่อท้องถิ่นนิยมและภูมิภาคนิยมมีความชัดเจนขึ้น และเป็นที่น่าสังเกตว่า สำนักความเป็น “ภาค” ก่อน พ.ศ. 2475 ก็ได้เริ่มเกิดขึ้น สังเกตได้จากดั่งที่มีปรากฏ มีผู้ใช้นามว่า “แม่น้ำโขง” เขียนวิจารณ์เรื่อง “สภาพการณ์แห่งภาคอีสาน” ลงหนังสือพิมพ์ติดต่อกัน โดยเฉพาะในช่วง 8-13 เมษายน พ.ศ. 2472 และถือว่าเป็นงานเขียนเกี่ยวกับภาคอีสานช่วงก่อน พ.ศ. 2475 ที่ดีที่สุดชิ้นหนึ่งเท่าที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ โดย “แม่น้ำโขง” ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาอีสานหลายด้านด้วยกัน เช่น ธรรมการกับอีสานภาค เสนาบดีกับเทศาฯ ศึกษาพลี กระทรวงเกษตรราชการ พาณิชย์และคมนาคม เป็นต้น (ดรรรัตน์ เมตตาริกานนท์, 2563)

การดำเนินนโยบายปฏิรูปอีสานในปี พ.ศ. 2436 นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคมท้องถิ่นครั้งสำคัญวาระหนึ่ง (ไพฑูริย์ มิกุล, 2517 และอุทัยทิศ บุญชู, 2536) จนกระทั่งถึงการพยายามรวมศูนย์อำนาจการปกครองโดยยกเลิกการปกครองแบบประเทศราช ทำให้อีสานกลายเป็นส่วนหนึ่งของสยามประเทศในปี พ.ศ. 2442 พร้อมกับความพยายามที่จะหลอมรวมสำนึกทางวัฒนธรรม ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ของชาติให้ยึดถือร่วมกัน เพื่อให้ตระหนักถึง “ความเป็นไทย” และพยายามที่จะผลิตซ้ำเพื่อสร้างความเป็นอื่นที่ไม่ใช่พวกเรา (วัฒนธรรมไทย) ให้กับวัฒนธรรมอีสานผ่านปฏิบัติการทางอำนาจใน 3 รูปแบบที่สำคัญ คือ

รูปแบบแรก การกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่ปรับเปลี่ยนประเพณีท้องถิ่นให้เป็นแบบแผนเดียวกับส่วนกลาง เริ่มจากปฏิรูปองค์กรสงฆ์ ซึ่งมีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้วยการประกาศใช้พระราชบัญญัติลักษณะปกครองคณะสงฆ์ ร.ศ. 121 ในปี พ.ศ. 2445 รวมทั้งการให้พระสงฆ์ทุกระดับชั้นมีหน้าที่ในการบำรุงการศึกษา ความรู้แบบสมัยใหม่และความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจึงแพร่หลายลงสู่ท้องถิ่นภายใต้การดำเนินงานของคณะสงฆ์ นอกจากนี้บางเมืองที่ผู้นำท้องถิ่นมีสถานภาพสูง รัฐยังได้สั่งยกเลิกประเพณีบางอย่าง เพื่อลดทอนสถานภาพให้เป็นราษฎรของกษัตริย์เฉกเช่นประชาชนทั่วไป เช่น ที่เมืองอุบลราชธานีสั่งให้ประชาชนยกเลิกการนับถือผีมหัศจรรย์ที่เป็นผีประจำตระกูลของเจ้าเมือง ยกเลิกบุญบั้งไฟ ซึ่งเจ้าเมืองมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดประเพณี และให้ยกเลิกประเพณีการเผาศพตระกูลเจ้าเมืองที่ทุ่งศรีเมือง เนื่องจากคล้ายพระราชพิธีออกพระเมรุที่ท้องสนามหลวงของพระราชวงศ์กรุงเทพฯ (เยี่ยมมกล จันทะประเทศ, 2538, น. 115-117) เป็นต้น

รูปแบบที่สอง คือการสร้างความเป็นเอกภาพผ่านนโยบายการจัดการศึกษาด้วย “ประกาศจัดการเล่าเรียนในหัวเมือง ร.ศ. 117” ในปี พ.ศ. 2441 ตามนโยบายนี้ได้ประกาศจัดให้มีการศึกษาขึ้นทั่วทั้งราชอาณาจักร และด้วยการเรียนวิชาภาษาไทยและวิชาพงศาวดารทำให้คนอีสานได้เรียนรู้และรับรู้ถึง “ความเป็นไทย” ที่มีภาษา วัฒนธรรม และความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ร่วมกับกลุ่มคนอื่น ที่อยู่ภายใน “ชาติ” ดังจะเห็นได้จากการเริ่มมีผู้แสดงออกถึงความ “รักชาติ” ผ่านทางหนังสือพิมพ์ ฎีการ้องทุกข์ หรือหนังสือต่าง ๆ เช่น พระครูอุบาลีคุณูปมาจารย์ (จันทร์ สิริจันโท) เขียนเรื่อง “หลักชูชาติ” ว่าด้วยการประกอบอาชีพที่เป็นการสร้างชาติให้เจริญ อันได้แก่ การเพาะปลูก การช่าง และการค้าขาย เป็นต้น (วิระศักดิ์ จารุแพทย์, 2533, น.64) ดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงการจัดการศึกษาในมณฑลอีสานในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (สมปอง คามุงกุล, 2531) และการปฏิรูปการศึกษาในมณฑลอีสาน พ.ศ. 2442-2475 (พิรุฬห์ สวัสดิ์รัมย์, 2530) รัฐไทยได้มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับภาษาโดยบังคับให้นักเรียนทั่วประเทศเรียนภาษาไทยกลางและใช้ภาษาไทยกลางในการสื่อสาร เพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในชาติ หรือการสร้างชาตินิยมเป็นสำคัญ

รูปแบบที่สาม ได้แก่ การกีดกันคูหมิ่นวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยพบการคูหมิ่นและกีดกันพื้นที่ในการแสดงออกของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน “สมัยรัชกาลที่ 5 ประกาศห้ามมิให้มีการเล่นแอ่วลาว (หมอลำ) หรือว่าจ้างการแอ่วลาวในเมืองหลวงเพราะทำให้เกิดข้าวยากหมากแพง” (ประยูร วรรณอุดม, 2549, น.32)

ยุคสร้างรัฐชาติสยามสมัยรัชกาลที่ 5 การประกอบสร้างความเป็นอีสานมีความสำคัญต่อความมั่นคงของชาติ ขณะเดียวกันภาพแทนความเป็นอีสานก็ส่งอิทธิพลอย่างสูงทั้งต่อคนอีสานและ

คนภายนอก รัชกาลที่ 5 ทรงปฏิรูปด้านการปกครอง การคลัง ระบบรักษาความปลอดภัย การศึกษา และการคมนาคมขนส่ง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการเมืองของอีสานให้ใกล้ชิดกับกรุงเทพมหานครมากขึ้น (ชาร์ลส์ คายส์, 2556 อ้างถึงในมณีนัย ทองอยู่, 2546) ถือเป็นยุคที่อีสานเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ขณะที่นักมานุษยวิทยาท่านหนึ่งอธิบายว่าเป็นการแผ่ขยายอำนาจของสยามเพื่อสร้าง “ระบบอาณานิคมภายใน” (internal colonialism) (สุเทพ สุนทรเกตุช, 2548) เวลานั้นกลุ่ม ชนชั้นนำสยามประกอบสร้างความเป็นอีสานจากการเดินทางมาตรวจเยี่ยมราษฎร โดยบันทึกเป็นเรื่องราว “ชุมชนในอุดมคติ” อยู่กันอย่างเรียบง่าย ทั้งที่ชาวบ้านเดือดร้อนทุกข์ยาก เพื่อสร้างความกลมกลืนให้กับคนในชาติ (พัฒนา กิติอาษา, 2557) แต่อีกด้านหนึ่งการประกอบสร้างอัตลักษณ์อีสานเวลานี้กลายเป็นอัตลักษณ์อีสานที่ผลิตซ้ำอยู่บ่อยครั้ง ดังที่ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช (2555) อธิบายไว้ในบทนำหนังสือ *ฟ้าปกกัน* ฉบับพิมพ์ใหม่ ถึงอัตลักษณ์อีสานที่ยึดกุมความคิด ความรู้สึก และจินตนาการของคนในเมือง ไม่ว่าจะเป็ “คนเช่า คนเถื่อน” รวมถึง “ความเป็นคนหัวอ่อนว่านอนสอนง่าย ล้าหลัง และ โง่เขลา” การประกอบสร้างความเป็นอีสานให้เป็นส่วนหนึ่ง ของรัฐสยามทำให้ความเป็นอีสานอยู่ชายขอบของอำนาจอย่างชัดเจน หมายถึง ความเป็นอีสานเป็นขั้วตรงกับข้ามแนวคิดกับความเป็นเมือง (อำนาจศูนย์กลาง) ขณะที่ภาพแทนความเป็นอีสานดังกล่าวก็ผลิตซ้ำเรื่อยมา กระทั่งเป็นภาพที่คนทั่วไปเข้าใจว่า ภาพแทนความเป็นอีสานดังกล่าวเป็นความจริงที่ไม่แปรเปลี่ยน

สุริยา สมุทคุปต์ และคณะ (2538) พบว่า การต่อรองความเป็นอีสานเกิดขึ้นตั้งแต่ยุคการรวมอีสานเป็น ส่วนหนึ่งของสยาม ในสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2434-2435 เกิด “กบฏผู้มีบุญอีสาน” ซึ่งชาวนาอีสานนำความเชื่อเกี่ยวกับพระศรีอาริย์มาใช้จัดความความทุกข์ยาก โดยต่อต้านอำนาจรัฐสยามที่ต้องการรวมอำนาจเข้าสู่ ศูนย์กลาง นอกจากนั้นภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่สองจนถึงยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จากภาคอีสาน เสนอปัญหาความเป็นอยู่ของคนอีสาน พร้อมชูแนวความคิด “อีสานนิยม” ขึ้นมาท้าทายอำนาจรัฐไทย ขณะที่พัฒนา กิติอาษา ได้ประมวลงานศึกษาของนักมานุษยวิทยาอีสานศึกษาในยุคสงครามเย็น และพบว่าอัตลักษณ์ของคนอีสานเป็น “กลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ ทางชาติพันธุ์ ภูมิภาคหรือท้องถิ่นนิยม และอุดมการณ์ทางการเมืองที่โดดเด่นเฉพาะตัว” (2557, น. 90) ซึ่งแนวความคิดอีสานนิยมไม่ได้ต้องการแยกอีสานจากรัฐไทย แต่เพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ของคนอีสานภายในกรอบของประเทศไทย ดังที่คนอีสานมองว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของรัฐไทยโดยใช้วัฒนธรรมอีสานเมื่ออยู่ในท้องถิ่น และใช้วัฒนธรรมของชนชั้นนำสยามในสังคมระดับชาติ (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2556) นอกจากนั้น แนวความคิด “อีสานนิยม” ยังขยายพื้นที่สู่การศึกษาสังคมวัฒนธรรมอีสาน โดยคนอีสาน แม้จะเป็นงานศึกษาค้นคว้า โรแมนติกและ โหยหาอดีต (พัฒนา กิติอาษา, 2546) จะเห็นว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนอีสานกับรัฐไทย ส่งผลให้คน

อีสานพยายามช่วงชิงนิยามความเป็นอีสาน โดยสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมจากการใช้แนวความคิด “อีสานนิยม” เคลื่อนไหวเรียกร้องนิยามความเป็นอีสานแทนที่จะยอมรับการประกอบสร้างความเป็นอีสานจากคนภายนอก

การรวมศูนย์อำนาจ (Centralization) การปกครองโดยยกเลิกการปกครองแบบพระราช ทำให้อีสานถูกรวมอำนาจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสยามประเทศ อีสานถูกบังคับให้สลัดทิ้งความเป็นลาวออกไป และทำทุกอย่างให้ชาวหมจดศด้วยความเป็นไทย ดังเช่น คนอีสานต้องเรียนรู้ภาษาไทยกลาง เพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกับคนในชาติ ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ของชาติให้ยึดถือร่วมกัน ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า อีสานในระลอกยุคนี้ จึงถูกทำให้เป็นเพียงชายขอบ เป็นพื้นที่ที่ห่างไกลความเจริญและเกิดภาพจินตนาการของคนเมือง มองว่าคนอีสานคือ ภาพของความล้าสมัย เป็น เหย และในยุคนี้ความเป็นอีสานเองก็ถูกกดทับอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนของคนอีสานเพราะถูกทำให้ทุกอย่างกลายมาเป็นไทย ส่งผลให้คนอีสานเองมีความระแวงระวังตัวเป็นอย่างมาก และสร้างความไม่ไว้วางใจ เกิดเป็นการปะทะ หรือการต่อสู้ระหว่างอีสานกับรัฐส่วนกลาง หรือในการศึกษาครั้งนี้เรียกว่า “อีสานตั้งการ์ด” จนเกิดเป็นการต่อสู้ต่อรองของคนอีสาน ยกตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของ “กบฏผู้มีบุญอีสาน”

ระลอกที่ 3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติสู่อีสานพัฒนาในยุคสงครามเย็น

การเปลี่ยนแปลงของภาพอีสานในตั้งแต่ยุคสงครามเย็น (ระหว่างทศวรรษ 2490 - 2520) การประกอบสร้างความเป็นอีสานด้วย “การพัฒนา” เวลานั้นภาคอีสานเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทางการเมืองระหว่างฝ่ายเสรีประชาธิปไตยกับฝ่ายคอมมิวนิสต์ เห็นได้จากสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ เป็นต้นมา มีแผนพัฒนาภาคอีสาน 5 ปี พ.ศ. 2504 เกิดเขื่อน ถนนสายสำคัญ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และโครงการพัฒนาด้านการเกษตรและอุตสาหกรรม นโยบายและโครงการพัฒนาภาคอีสานของรัฐไทยส่งผลให้อัตลักษณ์อีสานเชื่อมโยงกับความต่ำต้อยทางเศรษฐกิจและสังคม (พัฒนา กิติอาษา, 2557) คล้ายกับทวิศลิปป์ สืบวัณณะ (2554) กล่าวถึงนโยบายต่อต้านคอมมิวนิสต์ของรัฐไทยส่งผลให้คนอีสานไม่อยากแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง เพราะรับรู้ว่าเป็นดินแดนแห่งความยากจนกันดาร และคนภายนอกมักดูถูก ขณะเดียวกันอัตลักษณ์อีสานก็ยังสร้างระยะห่างกับความเป็นลาว ทั้งที่มีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม เนื่องจากลาวก็เชื่อมโยงไว้กับความด้อยพัฒนา (Phatharathananunth, 2007, Hesse-Swain, 2006, อนุชิต สิงห์สุวรรณ, 2553) กล่าวได้ว่า “การพัฒนา” เป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐไทยในการประกอบสร้างความเป็นอีสานให้เป็นชั่วคราวข้ามแนวคิ่งกับความเป็นเมืองชัดเจนมากขึ้น

ในปี พ.ศ. 2504 รัฐบาลได้ประกาศแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในแผ่นดินอีสาน กับแผนพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาในภาคอีสาน ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยโครงการพัฒนาที่สำคัญโครงการแรกในภาคอีสานเริ่มต้นขึ้น ในปีพ.ศ. 2504 เมื่อรัฐบาลได้ประกาศแผนพัฒนาภูมิภาคอีสาน 5 ปีโดยมีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้ (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 123-126)

1. ปรับปรุงแหล่งเก็บกักน้ำและจัดหาแหล่งน้ำ
2. ปรับปรุงการคมนาคมขนส่งและการติดต่อสื่อสาร
3. ช่วยเหลือชาวบ้านในการเพิ่มผลผลิตและการตลาด
4. จัดหาพลังงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาคและเพื่อการไฟฟ้าชนบท
5. สนับสนุนอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ของเอกชนในภาคอีสาน
6. ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน การจัดการศึกษา และสาธารณสุขในท้องถิ่น

แผนพัฒนาฉบับนี้เป็นความพยายามครั้งแรกของรัฐบาลไทยในการจัดการปัญหาภาคอีสานและเป็นแผนพัฒนาพิเศษที่สร้างขึ้นเพื่อพัฒนาภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะที่ไม่ได้อยู่ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเมื่อแผนพัฒนาฉบับนี้ประกาศออกสู่สาธารณชนรัฐบาลได้แจ้งว่ามีที่ตั้งงบประมาณ 300,000,000 ดอลลาร์สหรัฐสำหรับแผนพัฒนา 5 ปี (ปี พ.ศ. 2505-2509) ส่วนใหญ่ของเงินงบประมาณมาจากการสนับสนุนงบประมาณความช่วยเหลือของสหรัฐอเมริกา

นับตั้งแต่แผนพัฒนาภาคอีสานฉบับแรกตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2504 คณะกรรมการพัฒนาภาคอีสานภายใต้คณะกรรมการสภาพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้รับการมอบหมายให้กำกับดูแลประสานงานทำวิจัยในภาคอีสานเพื่อที่จะทำให้โครงร่างข้อเสนอจากแผนพัฒนาสอดคล้องไปกับความเป็นจริงอย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติโครงการต่าง ๆ ภายใต้แผนพัฒนาได้ถูกแบ่งระหว่างหน่วยงานตามกระทรวงทบวงกรมต่างๆ โดยในทางหลักการกระทรวงพัฒนาการแห่งชาติและสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นหน่วยประสานงานหน่วยย่อย (The United States Operations Mission, USOM) (เป็นส่วนหนึ่งขององค์การความช่วยเหลือด้านการพัฒนาระหว่างประเทศแห่งสหรัฐอเมริกา) The United States Agency for International Development, USAID) ได้จัดสรรทรัพยากรเป็นจำนวนมากมาช่วยเหลือหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลไทยในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาภูมิภาคอีสาน

ผลของการพัฒนาที่โดดเด่นในภาคอีสานคือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานถนนสายมิตรภาพสร้างแล้วเสร็จด้วยงบประมาณ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (งบประมาณเกือบทั้งหมดมาจากสหรัฐอเมริกา) เชื่อมโยงกรุงเทพฯกับโคราชไปจนถึงหนองคายและจัดทำเส้นทางสายอื่น ๆ ที่ไม่เด่นเท่าถนนมิตรภาพตลอดจนการติดต่อสื่อสารซึ่งเป็นไปตามความประสงค์ที่ได้แสดงออก

ตั้งแต่สมัยการปกครองในรัชกาลที่ 5 ที่มุ่งหวังจะลดความห่างไกลของภาคอีสานจากภาคกลาง ภายในปี พ.ศ. 2505 มียานพาหนะมากกว่า 65,000 คันในประเทศไทยและจำนวน 50,000 คัน ลงทะเบียนนอกเขตกรุงเทพฯ ถึงแม้ว่าไม่มีตัวเลขปรากฏภาคอีสานน่าจะมีจำนวนยานพาหนะเพื่อการพาณิชย์ที่มากพอสมควรที่ลงทะเบียนอยู่หัวเมือง เนื่องจากการค้าพาณิชย์ในภาคกลาง ส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะที่ลงทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ ข้อเปรียบเทียบเชิงปริมาณนี้แตกต่างอย่างมากกับช่วงก่อนสงครามโลก (ปี พ.ศ. 2482) ที่จำนวนยานพาหนะเพื่อการพาณิชย์มีเพียง 5,100 คัน ซึ่งน่าจะอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เป็นส่วนมาก ในปี พ.ศ. 2503 เส้นทางคมนาคมสู่ภาคอีสานเพิ่มมากขึ้น โดยการเปิดบริการเส้นทางการบินของสายการบินไทยไปยังหลายเมืองในภาคอีสานในปีพ.ศ. 2506 มีเส้นทางการบินเป็นประจำระหว่างกรุงเทพฯ นครพนม อุบลราชธานี ขอนแก่น และอุดรธานี เครื่องขยายการติดต่อสื่อสารก็ขยายตัวไปมาก ยกตัวอย่าง ระบบการสื่อสารทางไกลด้วยวิทยุระหว่าง กรุงเทพฯ และอุบลราชธานี จัดตั้งขึ้นเป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2506

นอกจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจจะเปลี่ยนแปลงภาคอีสานแล้ว ผลกระทบของเศรษฐกิจ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ต่อเศรษฐกิจไทยและสังคมไทย ถือเป็นอีกจุดเปลี่ยนสำคัญที่เริ่มส่งผลต่อการกระตุ้นในเรื่องสำนึกท้องถิ่นภาคอีสาน ขึ้นมาเช่นกัน ในขณะที่กรุงเทพมหานครได้ขยายตัว เป็นเมืองใหญ่แลพื้นที่ภาคกลางทั่วไปได้พัฒนาสู่วงจรของเศรษฐกิจ ภาคอีสานเองยังคงอยู่ในระบบ การผลิตแบบพอยังชีพ อีกทั้งในเรื่องการขาดแคลนน้ำทำให้เกษตรกรในภาคอีสานเองไม่สามารถ ขยายพื้นที่เพาะปลูกในภาคอีสานได้ ทำให้ชาวอีสานต้องพลัดถิ่นไปหางานทำชั่วคราวในกรุงเทพฯ และพื้นที่ต่าง ๆ ความด้อยพัฒนาทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการอพยพไปขายแรงงานชั่วคราวที่กรุงเทพฯ ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมของคนอีสานในการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานนิยมด้วยเช่นกัน ดังเช่นที่ (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 84-88) อธิบายไว้ว่า

ในระยะภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ใหม่ ๆ การผลิตข้าวส่งออกของภาคกลางขยายตัว อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศเพื่อนบ้านที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจาก สงครามและการปฏิวัติภายในประเทศภาคอีสานแตกต่างไปจากภาคกลางตรงที่ผลิตข้าวส่วนเกินได้ เพียงจำนวนน้อยและข้าวที่ผลิตได้ส่วนมากก็ขายไม่ได้ง่ายนักเพราะนิยมปลูกข้าวเหนียวไว้ เพื่อรับประทานมากกว่าการผลิตข้าวเจ้า นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่จำกัด และระบบการ เชื่อมโยงการขนส่งสื่อสารที่ยังไม่เพียงพอแล้วแต่เป็นอุปสรรคในการฝึกฝนสานชานจาก ภูมิภาคอีสานเข้าสู่ระบบการผลิตการเกษตร เพื่อการค้าพาณิชย์ในช่วงต้นคริสต์ทศวรรษที่ 1950 ความต่างในเรื่องรายได้ระหว่างประชากรในภูมิภาคอีสานกับภาคกลางเห็นได้อย่างชัดเจนไม่เพียง เฉพาะในสายตาของคนภายนอก แต่ยังเป็นที่ยึดถือได้ในหมู่ชาวอีสานด้วย ยกตัวอย่าง ในปี พ.ศ. 2496 รายได้เฉลี่ยต่อปีต่อครัวเรือนของเกษตรกรในภูมิภาคอีสานมีเพียง 954 บาท เมื่อเทียบกับ

2,888 บาทของครัวเรือนเกษตรกรในภาคกลาง นอกจากนี้รายได้ของครัวเรือนเกษตรกรอีสานยังน้อยกว่าครัวเรือนเกษตรกรในภูมิภาคอื่น ๆ (Thailand, Ministry of Agriculture 1955, น. 26 อ้างถึงในชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 84-85)

ขณะที่ประชากรในภูมิภาคอีสานยังคงไม่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเศรษฐกิจใหม่กรุงเทพฯกลับพัฒนาไปอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลาก่อนหน้าการขยายตัวในกรุงเทพฯ ชาวจีนที่อพยพเข้ามาประกอบกันเข้าเป็นแรงงานไร้ฝีมือส่วนใหญ่ในสังคมไทยเป็นกลุ่มผู้อพยพที่สามารถเลื่อนระดับชั้นทางสังคม ในเวลาต่อมาจากเดิมซึ่งเป็นกลุ่มอพยพใหม่ที่มีสถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจอยู่ที่บันไดขั้นล่างสุดของสังคมเมือง อย่างไรก็ตามภายหลังปีพ.ศ. 2492 การอพยพเข้าประเทศไทยของคลื่นมนุษย์จากประเทศจีนได้ยุติลงและตามมาด้วยมาตรการของรัฐบาลไทยในการจำกัดโควตาผู้อพยพเข้าจากแต่ละประเทศไม่ให้เกิน 200 คนต่อปี (Skinner, 1957, pp. 117-118 อ้างถึงในชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 85) ความต้องการแรงงานในเขตเมืองหลวงที่กำลังขยายตัวมาพร้อมกับมาตรการปิดกั้นการอพยพเข้าของแรงงานจากนอกประเทศทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานในเขตเมืองหลวงช่องว่างนี้ถูกเติมเต็มโดยแรงงานจากกลุ่มคนท้องถิ่นต่าง ๆ ภายในสังคมไทยเฉลี่ยประมาณ 37,800 คนต่อปีภายในช่วงระยะเวลาจากปี ค.ศ. 2490-2497

ในจำนวนผู้อพยพที่หลั่งไหลเข้ามาทำงานในเมืองหลวงมีชาวนาจากภาคอีสานจำนวนมากเข้ามาทำงานเป็นแรงงานรับจ้างเพื่อหารายได้เสริมจากการเกษตรกรรมแบบพอยังชีพของครอบครัวในชนบท ถึงแม้ว่าชาวนาจากภาคอีสานจะไม่ใช่อพยพเข้ามาหางานทำในกรุงเทพฯเพียงกลุ่มเดียว แต่ตำแหน่งแห่งที่ของชาวนาอีสานในมหานครของประเทศไทยก็มีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ ลักษณะประการหนึ่งคือชาวบ้านจากภาคอีสานส่วนใหญ่อพยพเข้ามาในกรุงเทพฯ แบบ “ชั่วคราว” หมายความว่าผู้อพยพส่วนใหญ่อพยพเข้ากรุงเทพฯตามฤดูกาล โดยมากเข้ามาระหว่างช่วงเก็บเกี่ยวข้าวแล้วจนถึงก่อนช่วงการปลูกข้าวใหม่ในปีถัดไปหรืออพยพเข้ามาทำงานอยู่ในกรุงเทพฯประมาณ 2-3 ปี ก่อนจะกลับไปตั้งถิ่นฐานที่หมู่บ้านเกิดอย่างถาวร ประการที่สองผู้อพยพชาวชนบทส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาวมีอายุระหว่าง 20-29 ปี ประเด็นสุดท้ายชาวนาอีสานที่อพยพเข้ามาทำงานในเขตกรุงเทพฯส่วนใหญ่เป็นประเภทแรงงานไร้ฝีมือประกอบอาชีพเป็นคนถือรถสามล้อรับจ้าง (จนกระทั่งมีกฎหมายยกเลิกการถือรถสามล้อรับจ้างในพื้นที่สาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2503) เป็นกรรมกรก่อสร้างกรรมกรโรงสีข้าวหรือโรงงานที่คนจีนเป็นเจ้าของ ถึงแม้ไม่ปรากฏจำนวนที่ชัดเจนของชาวนาจากภาคอีสานที่อพยพมาทำงานชั่วคราวในเมืองหลวง อย่างไรก็ตามมีหลักฐานเพียงพอที่จะระบุได้ว่า ผู้ชายจากหลายแห่งในภาคอีสานที่เติบโตในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นผู้ที่มิประสบการณณ์เกี่ยวข้องกับการอพยพยกตัวอย่างที่หมู่บ้านหนองต้นจังหวัดมหาสารคามที่ ชาร์ล เอฟ คายส์ ได้ทำวิจัยภาคสนามพบว่า 49 เปอร์เซ็นต์

ของชายที่มีอายุ 20 ปี และมากกว่าหรือ 67 เปอร์เซ็นต์ ของชายที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ล้วนมีประสบการณ์ทำงานในกรุงเทพฯ (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 86-87)

ในกรุงเทพฯ มีผู้อพยพจากภาคอีสาน พบว่า พวกเขาถูกคนไทยในเมืองหลวงมองว่า ค่อนข้างด้อยกว่า ไม่เพียงเพราะว่าถูกจ้างทำงานในอาชีพที่ใช้แรงงาน มีค่าตอบแทนน้อย พวกเขายังพบว่า คนที่เมืองหลวงคิดว่าพวกเขาเป็นกลุ่มคนบ้านนอก จากต่างจังหวัดที่มีการศึกษาต่ำ ยังไม่ค่อยพัฒนาและด้อยในทางวัฒนธรรม การเผชิญกับสภาพเช่นนี้ ทำให้คนอีสานมีแนวโน้มที่จะรวมกลุ่มกันเมื่อมาอยู่กรุงเทพฯ เนื่องจากมีความรู้สึกร่วมในวัฒนธรรมย่อยภาษาถิ่น รสนิยมเรื่องอาหาร คนตรีและอื่น ๆ ที่กรุงเทพฯ แรงงานอพยพจากภาคอีสานปรากฏตัวขึ้นในรูปลักษณะของชนชั้น ผู้ใช้แรงงานที่การรวมตัวและความปรารถนาของพวกเขา มักได้รับการนำไปใช้ประโยชน์ โดยสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) จากภาคอีสาน (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 86-88)

ประสบการณ์การใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ ทำให้แรงงานอพยพจากภาคอีสานรู้สึกได้ถึง การถูกทางชนชั้นและชาติพันธุ์จากคนไทยที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง ซึ่งช่วยยกระดับสำนึกของพวกเขา ในเรื่องวัฒนธรรมและปัญหาที่คนจากภูมิภาคนี้เผชิญร่วมกัน กล่าวโดยสรุป แบบแผนของการ อพยพเข้ามาทำงานชั่วคราวในกรุงเทพฯ ของชาวบ้านจากภาคอีสานที่เริ่มต้นตั้งแต่ภายหลัง สงครามโลกครั้งที่สองได้สร้างกระแสและพัฒนาสำนึกในเรื่อง “เรา-เขา” ให้เกิดขึ้นในหมู่ ชาวอีสานและคำว่า “เรา” ยังได้เริ่มที่จะมีลักษณะที่เชื่อมโยงกับภูมิภาคมากยิ่งขึ้น (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2556, น. 89)

สอดคล้องกันกับที่พัฒนา กิติยา (2557, น. 84-88) ได้กล่าวว่า สงครามเย็นได้ผลิต สร้างความหมายใหม่และอัตลักษณ์ใหม่ให้กับดินแดนและกลุ่มประชากรที่ประกอบกันขึ้นเป็น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของประเทศไทยหลายประการ กล่าวคือ

ประการแรก ในช่วงสถานการณ์สงครามเย็นดังกล่าว “อีสาน” ได้กลายมาเป็นดินแดน ยุทธศาสตร์ที่สำคัญในทางการเมืองการทหารเศรษฐกิจและสังคม กล่าวคือ สหรัฐอเมริกาผู้นำแห่ง ค่ายเสรีประชาธิปไตยภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลไทยได้ทุ่มงบประมาณมหาศาลเพื่อพัฒนา ระบบโครงสร้างสาธารณูปโภค เช่น เขื่อนผลิตไฟฟ้าถ่านหินก่อตั้งสถาบันการศึกษาชั้นสูง (เช่นมหาวิทยาลัยขอนแก่นในปี พ.ศ. 2507) และโครงการพัฒนาการเกษตรและอุตสาหกรรม จำนวนมากเพื่อยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านอีสาน ในขณะที่จีนแผ่นดินใหญ่ซึ่งเป็นหนึ่งใน ผู้นำค่ายคอมมิวนิสต์ก็สนับสนุนพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย (พคท.) และพรรค คอมมิวนิสต์ในประเทศอินโดจีนเพื่อนบ้านให้สร้างฐานมวลชนและทำสงครามแบบกองโจรในเขต ปฏิบัติงานพื้นที่ชนบททั่วประเทศโดยเฉพาะฐานที่มั่นในเขตภูเขาและชนบทของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ

ประการที่สอง สงครามเย็นและนโยบายการพัฒนาประเทศอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลทางการเมืองและการทหารของสหรัฐอเมริกาได้ผลิตสร้างความหมายของภาคอีสานในฐานะที่เป็น “ปัญหา” ด้านความมั่นคงและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศซึ่งเรียกว่า “ปัญหาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ในทัศนะของรัฐบาลกลางที่กรุงเทพฯเวลานั้นเชื่อว่า “ดินแดนในเขตชนบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ถูกคุกคามจากการแทรกแซงของฝ่ายที่ถือว่าเป็นปฏิปักษ์ต่อรัฐบาล” (สุเทพ สุนทรเกสัช, 2548, น.6) นอกจากนี้ ภาคอีสานยังมีลักษณะพิเศษหลายประการ เช่น คนอีสานมีลักษณะคล้ายคลึงกับคนลาวในประเทศลาวมีพรมแดนติดกับประเทศลาวที่ตั้งห่างไกลจากเจ้าหน้าที่รัฐบาลไทยมีการแทรกซึมจากฝ่ายตรงข้ามรวมทั้งมีประวัติศาสตร์การเมืองที่ไม่ลงรอยกับประเทศไทย

ประการที่สาม “การพัฒนา” เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการต่อสู้เพื่อเอาชนะพคท. และแก้ปัญหาคะวันออกเฉียงเหนือ” ในช่วงสงครามเย็นยุคสมัยแห่งการพัฒนาได้ดำเนินไปอย่างเข้มข้นในภาคอีสานนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 2500 เป็นต้นมา โดยเฉพาะรัฐบาลของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์และจอมพลถนอม กิตติขจร (สุเทพ สุนทรเกสัช 2548, น. 36-38) ในปี พ.ศ. 2504 รัฐบาลได้ประกาศแผนพัฒนาภาคอีสาน 5 ปีโดยมีวัตถุประสงค์ใน “การปรับปรุงแหล่งเก็บกักน้ำและจัดหาแหล่งน้ำปรับปรุงการคมนาคมขนส่งและการติดต่อสื่อสารช่วยเหลือชาวบ้านในการเพิ่มผลผลิตและการตลาดจัดหาพลังงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาคและการไฟฟ้าชนบท สนับสนุนอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ของเอกชนและส่งเสริมการพัฒนาชุมชนการจัดการศึกษาและสาธารณสุขในระดับท้องถิ่น” (ชาร์ล เอฟ คายส์, 2552, น. 135)

ประการที่สี่ ผลผลิตอย่างหนึ่งของวาทกรรมการพัฒนา ก็คือการผลิตซ้ำหรือตอกย้ำภาพลักษณ์ความด้อยพัฒนา ล้าหลัง ของอีสานสภาพอีสาน ในเวลานั้น คือ สภาพของความยากจนแห้งแล้งทุรกันดารและด้อยพัฒนาทางด้านสาธารณสุขไปทุกต่าง ๆ ฟรานซิสกริปส์ (Francis Grips) ครุอาสาสมัครหนุ่มน้อยชาวอังกฤษถูกส่งไปประจำที่โรงเรียนฝึกหัดครูมหาสารคามในปี พ.ศ. 2505 ได้บันทึกภาพลักษณ์อีสานที่ท่านได้รับรู้จากคนกรุงเทพฯและผู้คนที่มองอีสานจากสายตาของคนภายนอกภูมิภาคว่า

“บางคนพูดเสียน่ากลัวว่า [แห้งแล้งร้อนและทุรกันดาร] ยิ่งกับทะเลทรายล้าหลังที่สุดในประเทศ. มหาสารคาม? อยู่ไหนคือ ... อีสาน เขามองผมอย่างเห็นอกเห็นใจไหนจะอันตรายจากผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ไหนจะแห้งแล้งไหนจะต้องกินข้าวเหนียวกลืนแทบไม่ลง” (กริปส์, 2514, น.2 อ้างถึงในพัฒนา กิตติอาษา, 2557, น. 86)

ประการที่ห้า วาทกรรมการพัฒนาขงผลิต “ความเป็นอื่น” (otherness) ให้กับคนอีสาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แรงงานอพยพที่มีฐานะต่ำต้อยทางเศรษฐกิจและสังคม ชาวชนบทผู้ที่มีชีวิต ครอบครัวยู่กับความยากจน ด้อยโอกาสทางการศึกษา และการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ สาธารณูปโภคและบริการอื่น ๆ จากหน่วยงานของรัฐรวมทั้งปรากฏการณ์ทางสังคมที่ผู้หญิงอีสาน จำนวนมากได้กลายเป็นเมียเช่าและผู้หญิงขายบริการทางเพศในช่วงที่มีกองทัพอเมริกันประจำการ อยู่ตามฐานทัพต่าง ๆ ในภาคอีสาน เช่น นครราชสีมา อุดรธานี นครพนม และอุบลราชธานี เป็นต้น ฉากชีวิตดังกล่าวปรากฏในสื่อวัฒนธรรมสมัยนิยมของช่วงทศวรรษนั้นอย่างแพร่หลายยกตัวอย่าง เช่น ในนวนิยายเรื่องข้าวนอกนาของ สีฟ้า (2519) ได้สะท้อนชีวิตของผู้หญิงเช่าของทหารจีไอ ซึ่งต้องแบกรับภาระถูกสังคามตราหน้าประณามว่าเป็นโสเภณีหรือผู้หญิงหากิน “หล่อน” ต้องคอย หาวิธีตอบโต้คำพูดที่ถูกเหยียดหยามจากผู้คนรอบข้างดังที่ปรากฏในบทสนทนาต่อไปนี้

“ บางทีเมื่อมีหนุ่มปากเปราะกระเซ้าหล่อนว่าเฮ้ย ... อีนั่นมันควงนิโกรไว้ ... หล่อนก็ร้องตอบไปว่า.. อเมริกานนิโกรไว้เขาเป็นอเมริกันเหมือนกันมาช่วยรบคอมมิวนิสต์ให้เราเหมือนกันไว้ ... ” (สีฟ้า 2519, น. 40)

หรือในเพลงลูกทุ่งที่พัฒนา กิตติอาษา ได้อธิบายไว้เพิ่มเติมว่า “ผู้ใหญ่วลี” นับว่าเป็นหนึ่งในผลผลิตวัฒนธรรมสมัยนิยมที่สะท้อนภาพของการพัฒนาชนบทไทย โดยเฉพาะหมู่บ้านอีสานยุคพัฒนาได้อย่างชัดเจนเพลงจังหวะร่าวกอดนิยมนี้นี้ ขับร้องโดยศักดิ์ศรี ศรีอักษร นักร้องลูกทุ่งยอดนิยมาจากอุบลราชธานี

“ พ.ศ.สองพันห้าร้อยสี่ ผู้ใหญ่วลีตีกลองประชุม ชาวบ้านเขามาชุมนุมมาประชุมที่บ้าน ผู้ใหญ่วลี ต่อ ไปนี้ผู้ใหญ่วลีจะขอกล่าวถึงเรื่องราวที่ได้ประชุมมา ทางเขาสั่งมาให้ ชาวนาเลี้ยงเป็ดและสุกร ฝ่ายตาสีหวักลอนถามว่าสุกรนั่นคืออะไ รผู้ใหญ่วลีลุกขึ้นตอบ ทันใดสุกรนั่น ไชร์หมาน้อยธรรมดา หมาน้อย ๆ ธรรมดา... ” (แวง พลังวรรณ 2545, น. 641)

ความเป็นเซยของผู้ใหญ่วลีเกิดจากความที่ไม่คุ้นเคยกับภาษาไทยกลางและวัฒนธรรม ราชการไทยซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพฯ ทำให้ผู้ใหญ่วลีเข้าใจว่าสุกร คือ สุนัขตัวน้อยหรือหมาน้อย ธรรมดา ผู้ใหญ่วลีคงได้ยินคำนี้เป็นครั้งแรกจากการเข้าร่วมประชุมที่อำเภอก็เป็นได้เลยไม่รู้ว่สุกร นั้นเป็นภาษาทางราชการแปลว่าหมู ความขบขันแบบตลกร้ายจากเพลงลูกทุ่งร่าวกดังกล่าว สะท้อน

ให้เห็นถึงความจริงที่ว่าชุมชนหมู่บ้านอีสานต้องปรับตัวขนานใหญ่ ผู้นำชาวบ้านดั้งเดิมถูกบีบบังคับให้ร่วมงานกับส่วนราชการต่าง ๆ อย่างใกล้ชิดมากขึ้นชาวบ้านและชุมชนหมู่บ้านต้องเปิดตัวเองเพื่อรองรับโครงการพัฒนาต่าง ๆ ที่รัฐบาลไทยภายใต้การสนับสนุนด้านงบประมาณและเทคนิคต่าง ๆ จากรัฐบาลสหรัฐอเมริกาผู้นำโลกเสรีประชาธิปไตยที่ต้องการต่อสู้เพื่อเอาชนะการคุกคามของโลกคอมมิวนิสต์ภายใต้การนำของสหภาพโซเวียตและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน

จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานในยุคนี้ ถึงแม้ว่าจะมีจุดหมายสำคัญเพื่อการพัฒนาและการแก้ไขปัญหาของภาคอีสาน แต่อีกด้านหนึ่งของการพัฒนาก็กลับตอกย้ำแผ่นดินอีสานในจินตภาพของคนอีสานเพราะกลับถูกมองว่าเป็นพื้นที่แห่งความล้าหลังเป็นแผ่นดินที่ยังเข้าไม่ถึงการพัฒนา ไม่ทันสมัย ความเป็นอีสานถูกกดทับจากมุมมองของส่วนกลางเป็นภาพคู่ตรงข้ามกับสังคมเมืองอย่างสิ้นเชิง แต่ก็ยังเป็นช่วงเวลาที่ส่งผลต่อการก่อตัวให้เกิดสำนึกรักท้องถิ่นของคนอีสานอย่างเข้มข้นด้วยเช่นกัน

ระลอกที่ 4 ภาพร่างอีสานใหม่ในยุคหลังสงครามเย็น

หลังจากที่สงครามเย็นล่มสลาย ทำให้ความขัดแย้งด้านอุดมการณ์ระหว่างประเทศหมดไป แต่ละภูมิภาคได้เข้าสู่การบูรณาการระหว่างประเทศมากขึ้น ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศที่หลากหลายตามมา ดังนั้น นโยบายต่างประเทศของไทยในช่วงยุคหลังสงครามเย็นจึงมุ่งเน้นบทบาทนำทางการทูต และการมีบทบาทระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของทวิภาคีและพหุภาคี โดยรูปแบบของนโยบายที่ให้ความสำคัญกับเพื่อนบ้านและกลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งนี้เป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความเป็นอนุภูมิภาคนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญต่อการฟื้นฟูความสัมพันธ์กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่เคยมีความขัดแย้งในช่วงสงครามเย็น (ชนาใจ หมั่นไธสง, 2562, น. 124)

ระบบโลกหลังยุคสงครามเย็นขยายตัว ทั้งแนวคิดและวิถีปฏิบัติในความเป็นโลกาภิวัตน์รัฐก็เริ่มถูกขับเคลื่อนด้วยกระแสของกลุ่มทุนเอกชนมากขึ้น เพื่อให้ผ่อนปรนเขตแดนในลักษณะที่ให้รัฐเปลี่ยนความหมายของเขตแดนจากพื้นที่เฝ้าระวังเพื่อความมั่นคงไปเป็นพื้นที่ผลประโยชน์ทางการค้าข้ามแดน ดังเช่น นโยบาย “เปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า” ในยุคของพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ในปีพ.ศ.2531 ที่ผู้แทนในสภาจำนวนมากมีอาชีพเป็นนักธุรกิจมาก่อน ส่งผลให้การผลักดันนโยบายต่าง ๆ ผ่านหอการค้าจังหวัดได้รับความเห็นชอบและพยายามผลักดันไปสู่การปฏิบัติได้ (Laothamatas, 1988 อ้างถึงในปฐมพงษ์ มโนหาญ, 2558, น. 74)

ในสมัยรัฐบาลชุดนี้ รัฐเป็นผู้ริเริ่มเรื่องการใช้การทูตเชิงเศรษฐกิจในนโยบายต่างประเทศ ซึ่งนับเป็นการเริ่มต้นการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่แตกต่างไปจากเดิม ใช้นโยบายการทูตเชิงเศรษฐกิจภายใต้ต้นนโยบาย เปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า โดยชูประเด็นด้านเศรษฐกิจให้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินและส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน โดยสาเหตุสำคัญที่ผลักดันให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องใช้เศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อนความร่วมมือ มาจากสถานการณ์ทางการเมืองกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกรณีปัญหาแก้มพูชา ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณต่อภูมิภาคนี้ว่า แม้จะมีอุดมการณ์ที่ต่างกัน ระบบการปกครองที่ต่างกันก็สามารถไปมาหาสู่กันได้ ร่วมกันพัฒนาได้ ซึ่งผลสำเร็จในทางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับเพื่อนบ้าน กล่าวได้ว่า สามารถพลิกให้ไทยมีบทบาทเชิงรุก ทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอินโดจีน ทำให้เกิดการขยายความร่วมมือและการมีปฏิสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศในหลากหลายมิติ เช่น เกิดความร่วมมือกับองค์การระหว่างประเทศโดยนำไปสู่ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (APEC) เกิดความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในเรื่องการสร้างสะพานแม่น้ำโขงแห่งแรกในปี พ.ศ. 2532 ซึ่งได้รับสนับสนุนทางการเงินจากออสเตรเลียและเป็นจุดเริ่มต้นที่จะนำไปสู่การสร้างสะพานมิตรภาพไทย – ลาว (Friendship Bridge) เชื่อมเวียงจันทน์กับหนองคาย เกิดการพัฒนาสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ และมีการริเริ่มโครงการพัฒนาพิเศษเพื่อรองรับการลงทุนจากนานาชาติในโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก มีการริเริ่มโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจ 5 จังหวัดภาคเหนือ โครงการเมืองแฝดทางอุตสาหกรรมขอนแก่น นครราชสีมา และโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลภาคใต้ รวมทั้ง เกิดการประสานการพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมขนส่งทางบกในภูมิภาค ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นแนวความคิดที่จะพัฒนาเรื่องการเชื่อมโยงในอาเซียน (สิรินทร์ สุรทินนท์, 2557, น. 16) ซึ่งทำให้ภาคอีสานกลับเป็นภูมิภาคที่ได้รับความสนใจและเป็นเมืองเปิดการค้า รวมทั้งส่งผลให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในสังคมอีสานอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงของระบบสังคมในยุคหลังสงครามเย็น (post-cold war era) ส่งผลให้ภาคอีสานเองก็เกิดการพัฒนา และอีสานกลายเป็นพื้นที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจ เปิดพื้นที่ให้สังคมภายนอกให้รู้จักมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้อีสานในช่วงทศวรรษที่ 1980 หรือราวปี พ.ศ. 2523 จนถึงทศวรรษที่ 2010 หรือในปี พ.ศ. 2553 ภาคอีสานในยุคหลังสงครามเย็นก็หมุนเวียนภาพทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงจากภาพเก่าเป็นใหม่ ซึ่งอธิบายถึงการผุดขึ้นของความเป็นอีสานรูปแบบใหม่ ความรู้สึกใหม่ ๆ หรือดังที่พัฒนา กิตติอาษา เรียกว่า “วิถีอีสานใหม่” โดยนำเสนอให้เห็นข้อมูลจากบริบทสังคมอีสานที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสภาพแวดล้อมกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม ซึ่งวิถีอีสานใหม่ได้เกิดขึ้นและกำลังดำเนินต่อไปในยุคหลังสงคราม

เย็น โดยวิธีดังกล่าว ประกอบด้วยลักษณะ 11 ประการ สามารถสรุปได้ ดังนี้ (พัฒนา กิติอาษา, 2557, น. 126-139)

ประการที่หนึ่ง ในช่วงหลายทศวรรษหลังสงครามเย็นดินแดนที่เรียกว่า“ อีสาน” ได้รับการพลิกเปลี่ยน โฉมหน้าครั้งใหญ่จากดินแดนที่เต็มไปด้วยความแห้งแล้ง ก้นดาร์ ยากจน ด้อยพัฒนาและเป็นดินแดนยุทธศาสตร์ซึ่งพื้นที่หลายจังหวัดอยู่ภายใต้อิทธิพลของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยได้กลายมาเป็นดินแดนของยุทธศาสตร์ การพัฒนาของภูมิภาคอินโดจีนอีสานเป็นภูมิภาคหน้าด่านของการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้านในอินโดจีนเช่น กัมพูชา ลาว เวียดนามและภาคใต้ของจีน แผ่นดินใหญ่ ตัวอย่างดังเช่น การสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงเพื่อเปิดพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับลาว ส่งผลให้การค้าขายและการเดินทางท่องเที่ยวข้ามพรมแดนในระดับท้องถิ่นขยายตัวขึ้น

ประการที่สอง การขยายตัวของสาธารณูปโภคครั้งใหญ่ สาธารณูปโภคพื้นฐานที่รัฐบาลไทยได้ลงทุนในภาคอีสานเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพลิกเปลี่ยน โฉมหน้าภูมิภาคอีสาน สาธารณูปโภคช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตถนนสายหลัก เครือข่ายถนนชนบท เครือข่ายไฟฟ้าและโทรศัพท์ โครงการพัฒนาน้ำประปา โครงการสร้างเขื่อนและฝายกั้นน้ำขนาดเล็ก ฯลฯ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการทำมาหากินของผู้คนทั่วภูมิภาค การคมนาคมขนส่งสะดวกสบายมากขึ้น การติดต่อกับเมืองและตลาดเป็นไปได้ในเวลาที่รวดเร็ว ทำให้ผู้คนได้รับประโยชน์ทั่วถึง เชื่อมโยงสัมพันธ์กับเมืองและประชาคมโลกได้ ช่วยให้อีสานสลัดภาพความด้อยพัฒนาของตัวเองออกไปผู้คนก็พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนเองให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ตามมา

ประการที่สาม โครงสร้างประชากรใหม่ประชากรภาคอีสานหลังทศวรรษ 2523 เป็นประชากรใหม่ที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนชัดเจน เป็นกลุ่มประชากรที่กล่าวได้ว่า เป็นผลผลิตของยุคสมัยแห่งการพัฒนาทั้งในช่วง สงครามเย็นและหลังสงครามเย็น แม้ว่าการณ์รณรงค์ลดอัตราการเกิดและการวางแผนครอบครัวของกระทรวง สาธารณสุขและหน่วยงานเอกชน เช่น สมาคมประชากรและการวางแผนครอบครัวจะเป็นไปอย่างได้ผล อัตราการ เกิดลดลงอย่างเห็นได้ชัด แต่อีสานยังคงเป็นภูมิภาคที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศ ขณะที่บริการสุขภาพต่าง ๆ ทำให้ผู้คนมีชีวิตยืนยาวมากขึ้นและมีการศึกษาหรือคุณภาพชีวิตที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนหน้า โดยเฉพาะประชากรในเขตเมือง ประชากรอีสานเพิ่มขึ้น มีรายได้ต่อหัวมากขึ้น มีสินค้าและเครื่องอำนวยความสะดวกมากขึ้นและมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ประชากรใหม่ของอีสานเป็นผลผลิตของยุคพัฒนาและเป็นประชากรที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัยทั้งที่มาเยือนอีสานเองและที่ต้องเดินทางออกไปแสวงหานอกหมู่บ้าน เช่น กรุงเทพฯ และต่างประเทศ

ประการที่สี่ ในรอบหลายทศวรรษหลังสงครามเย็นจังหวัดใหม่ในภาคอีสานเพิ่มขึ้นอีก 4 จังหวัด ได้แก่ ยโสธร มุกดาหาร อำนาจเจริญ และบึงกาฬ ซึ่งมากกว่าการเพิ่มจังหวัดใหม่ในภูมิภาคอื่นของประเทศพื้นที่ในเขตเทศบาลระดับต่าง ๆ ก็เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่การเปลี่ยนรูปแบบการปกครองท้องถิ่นจากสภาตำบลไปเป็นองค์การบริหารตำบล (อบต.) ทำให้หมู่บ้านทุกหนทุกแห่งทั่วภูมิภาคตกอยู่ภายใต้การบริหารแบบใหม่ที่เน้นการเลือกตั้งการมีส่วนร่วมและการดูแลตนเองในท้องถิ่นมากขึ้น ลักษณะความเป็นเมืองขยายตัวอย่างรวดเร็ว เช่น ชีวิตที่ต้องพึ่งพิงตลาดและสื่อสารมวลชน รวมทั้งการบริโภคสินค้าบริการและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเมืองตัวจังหวัดกรุงเทพฯ และประชาคมโลกเพิ่มขึ้นไม่แพ้หมู่บ้านในภูมิภาคอื่นของประเทศ

ประการที่ห้า การขยายตัวของระบบการศึกษาในโรงเรียนบริการสุขภาพบริการสินเชื่อและบริการต่าง ๆ จากภาครัฐ นำไปสู่การพลิกเปลี่ยนโฉมหน้าหมู่บ้านภาคอีสาน เช่น คนรุ่นใหม่มีการศึกษามากขึ้น อัตราการไม่รู้หนังสือลดลง คนหนุ่มสาวที่มีการศึกษาในระบบโรงเรียนทั้งสายสามัญและสายอาชีวะเพิ่มจำนวนมากขึ้น ชาวบ้านเข้าถึงบริการสุขภาพตามสถานีนอามัธยมศึกษา ตำบล โรงพยาบาลประจำอำเภอ และจังหวัดรวมทั้งสถานพยาบาลของเอกชนในขณะที่สินเชื่อเพื่อการเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สหกรณ์และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) มีบทบาทสำคัญในภาคการผลิตของชุมชนหมู่บ้านมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวบ้านอีสาน

ประการที่หก พัฒนาการของเกษตรกรรมรูปแบบใหม่ภาคชนบทหรือภาคเกษตรกรรมในภูมิภาคได้เปลี่ยนแปลงตัวเองไปอย่างมาก กล่าวคือ สินเชื่อเทคโนโลยีและการจัดการแรงงานเปลี่ยนไปสินเชื่อมีความจำเป็นที่ขาดไม่ได้เครื่องมือการผลิตเช่น รถไถ รถดำนา รถเกี่ยวข้าว เครื่องพ่นฉีดยาฆ่าแมลง แม้กระทั่งรถบรรทุกขนาดเล็กมีความสำคัญมากขึ้น ภาคเกษตรกรรมมีพัฒนาการในเรื่องของการจัดการสินเชื่อและแรงงานและการเปลี่ยนไปใช้เครื่องจักรกล (machinization) ในขณะที่แรงงานคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ย้ายถิ่นแรงงานออกจากหมู่บ้านมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำงานใน ไร่ นา ไปหางานทำในภาคอุตสาหกรรมและบริการในเมือง

ประการที่เจ็ด ในระยะแรกการย้ายถิ่นแรงงานและการเดินทางรูปแบบต่าง ๆ เป็นงานหลักของคนหนุ่มผู้หญิงยังอยู่เหี่ยวฟ้าเรือน ไม่เข้าร่วมขบวนแรงงานอีสานพลัดถิ่น จนกระทั่งทศวรรษหลังสงครามเย็น การศึกษาปรากฏการณ์การย้ายถิ่นแรงงานผู้หญิงจากภาคอีสานเข้าไปเป็น “สาวโรงงาน” ของนักมานุษยวิทยาอเมริกัน เบ็ท มิลส์ (Mary Beth Mills) ชี้ให้เห็นว่า กองทัพสาวโรงงานจากภาคอีสานในเขตอุตสาหกรรมส่งออกไปบริเวณพื้นที่ชานเมืองเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างเศรษฐกิจของประเทศไทยและเศรษฐกิจโลก แรงงานผู้หญิงราคาถูกกว่า ควบคุมได้ง่ายกว่า และมีทักษะฝีมือละเอียดอ่อน เหมาะ

สำหรับงานหลายประเภทที่แรงงานผู้ชายไม่สามารถทำได้ อย่างไรก็ตามการศึกษาภาคสนามทางมานุษยวิทยาชี้ให้เห็นว่าเงื่อนไขที่ทำให้ผู้หญิงชนบทกลายเป็นสาวโรงงานในเมืองไม่ใช่เป็นเรื่องทางเศรษฐกิจหรือรายได้ที่ต้องส่งให้กับทางบ้านล้วน ๆ หากแต่เป็นเรื่องของอุดมการณ์ความทันสมัยและสิ่งเข้าวนจากสิ่งแวดล้อมในเมือง และอิสระเสรีของชีวิตที่อยู่ห่างไกลจากการควบคุมของพ่อแม่ผู้ปกครองซึ่งคนในวัยหนุ่มสาวค้นหาสาวโรงงาน จึงมักจะมีชีวิตที่อยู่กึ่งกลางระหว่างระบบคุณค่าของชีวิตแบบดั้งเดิมที่หล่อหลอมพวกเขา เช่น ความกตัญญูรู้คุณค่านิยมรักษาวลิตรงตน และความผูกพันกับครอบครัวและหมู่บ้านท้องถิ่น กับระบบคุณค่าแบบใหม่ที่มาพร้อมกับวิถีชีวิตคนในเมืองความทันสมัยและวัฒนธรรมบริโภคนิยม

อย่างไรก็ตามรูปแบบของการเคลื่อนย้ายแรงงานทุกวันนี้เปลี่ยนไปจากเดิมแรงงานผู้หญิงเพิ่มมากขึ้นเป็นสัดส่วนที่แทบจะไม่ต่างจากแรงงานผู้ชาย รูปแบบการเคลื่อนย้ายก็เปลี่ยนไปจากการย้ายถิ่นแรงงานตาม “วัฏจักรฤดูกาล” มาเป็นการย้ายถิ่นแรงงานตาม “วัฏจักรชีวิต” ดังข้อสังเกตของอัมมาร สยามวาลา (2539) ที่ว่า

“หลังสงครามเมื่อถนนหนทางดีขึ้นเกษตรกรทำงานเกษตร 6 เดือนทำงานนอกภาคเกษตร 6 เดือน หมุนเวียนกันไป แต่เดี๋ยวนี้สังเกตว่าการโยกย้ายถ่ายเทแรงงานไม่ได้เป็นไปตามวัฏจักรแต่ละปี แต่เป็นวัฏจักรชีวิตลูกหลานเกษตรกรจะออกไปทำงานในวัยหนุ่มสาว 17-18 ปี โดยมีการคาดหมายว่าพออายุ 25-30 ปีแล้วจะแต่งงานมีสามีกลับมาอยู่บ้าน แต่ส่วนใหญ่ก็อยู่ในเมืองต่อไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งบั้นปลายของชีวิต (อัมมาร สยามวาลา 2539, น. 163)

นอกจากนี้ปลายทางของการเคลื่อนย้ายแรงงานก็เปิดกว้างอย่างมาก ไม่ได้จำกัดเฉพาะกรุงเทพฯอีกต่อไปแรงงานอีสานกลายเป็นส่วนหนึ่งของกำลังแรงงานของโลก โดยเฉพาะในทศวรรษหลังสงครามเย็นคลื่นแรงงานไทยในตะวันออกกลาง ในประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งคลื่นของผู้หญิงไทยที่แต่งงานหรือทำงานในอุตสาหกรรมทางเพศและอุตสาหกรรมบริการอื่น ๆ ในยุโรปหรือประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ล้วนแต่มีแรงงานคนหนุ่มสาวจากภาคอีสานเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ประการที่แปด การแต่งงานข้ามชาติข้ามวัฒนธรรม ในคริสต์ทศวรรษที่ 2000 และ 2010 การแต่งงานข้ามชาติข้ามวัฒนธรรมดังกล่าว ได้กลายมาเป็นปรากฏการณ์สำคัญในบริบทของหมู่บ้านอีสานสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2545, น. 1) ได้รายงานเมื่อปี พ.ศ. 2545 ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีหญิงไทยที่สมรสอยู่กับชาวต่างชาติใน

ลักษณะสามีภรรยาประมาณ 14,063 คนโดย 3 จังหวัดแรกที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ อุดรธานี ขอนแก่น และหนองคาย

ประการที่เก้า ผลกระทบจากการขยายตัวของสื่อมวลชนทางเลือก กล่าวคือ สื่อมวลชนสมัยใหม่ได้พลิกเปลี่ยนวิถีชีวิตของชุมชนหมู่บ้านอีสานเข้าไปมีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนอีสาน เมื่อโครงการไฟฟ้าชนบทขยายตัวครอบคลุมพื้นที่ชนบท โทรทัศน์ก็ได้เข้ามามีบทบาทกับผู้ชมทั้งภาพและเสียง มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งข่าวสาร ละคร โฆษณาสินค้า การ์ตูน รายการกีฬา ฯลฯ และในช่วงหลังทศวรรษที่ 2543 เป็นต้นมา การสื่อสารผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ออนไลน์ และเครือข่ายโทรทัศน์ตามสายที่แพร่ภาพผ่านดาวเทียม คนในชุมชนอีสานก็สามารถรับชมรายการได้ หมู่บ้านอีสานจึงสามารถเชื่อมโยงติดต่อกับโลก แทบจะไม่แตกต่างไปจากชุมชนเมืองหรือชุมชนลักษณะอื่นในประเทศและประชาคมโลกอีกต่อไป

ประการที่สิบ พลังของการประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมสมัยนิยมดินแดนภาคอีสานได้ชื่อว่าร่ำรวยด้วยศิลปวัฒนธรรมและศิลปะการแสดงร่วมสมัย ผู้คนและชุมชนอีสานให้ความสำคัญกับศิลปะการแสดงของตนเองอย่างจริงจัง ข้อเขียนของวง พลังวรรณ (2545) ไพบูลย์ พงเงิน (2534) พัฒนา กิติอาษา (2553) และสุริยา สมุทคุปดี และคณะ (2544) ได้ยืนยันว่า คนอีสานให้ความสำคัญกับศิลปะการแสดงเช่น หมอลำ ลูกทุ่งอีสาน และหมอลำซิ่ง ในระดับที่สามารถผูกติดอัตลักษณ์ทางสังคมของตนเองไว้กับศิลปะการแสดงร่วมสมัยประจำภูมิภาคอย่างเต็มภาคภูมิ นอกจากนี้ ยังมีศิลปินจากดินแดนที่ราบสูงจำนวนมากสามารถสร้างสรรค์ผลงานการแสดงจากท้องถิ่นภาคอีสานให้ฝังคในเวทีหรือตลาดบันเทิงระดับชาติ คนอีสานมีตัวแทนของตัวเองเสมอในแทบทุกวงการบันเทิงของประเทศไทย

การผลิตซ้ำวัฒนธรรมสมัยนิยมของชาวอีสานเป็นพลังทางเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมที่สำคัญศิลปะการแสดงแขนงต่าง ๆ มีรากฐานที่มาจากหมู่บ้านสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นและปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมระดับโลก ในวงการโทรทัศน์วิทยุและดนตรีแนวลูกทุ่งและหมอลำระดับชาติต่างก็รู้ดีว่า มิตรรักแฟนเพลงชาวอีสานเป็นตลาดใหญ่ที่สุดและอาจมีพลังทางการตลาดมากที่สุดในประเทศชาวอีสานไม่เคยขาดศิลปินที่เป็นตัวแทนของพวกเขา ซึ่งนำเสนอรูปแบบและฐานวัฒนธรรมของภูมิภาคในแวดวงบันเทิงระดับชาติ เช่น ดาราตลก ดาราละครโทรทัศน์ ดารานักร้องลูกทุ่งหมอลำ ฯลฯ

ประการที่สิบเอ็ด อัตลักษณ์ทางสังคมใหม่ของคนอีสานตัวตนและอัตลักษณ์ใหม่ของคนอีสานยุคหลังสงครามเย็นเปลี่ยนแปลงจากการถูกกล่าวหาว่าล่าหลังด้อยพัฒนาหรือได้รับการดูถูกเหยียดหยาม เป็นผู้คนหรือชุมชนที่เต็มไปด้วยความมั่นใจ ยืนหยัดเพื่อที่จะยืนยันความเป็น

ตัวของตัวเองทั้งในทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมวัฒนธรรม ปรีชา พิณทอง (2534ก) ผู้อาวุโสในแวดวงอีสานศึกษาเคยกล่าวถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ว่า

“ คนอีสาน ... มีลักษณะพิเศษอยู่อย่างหนึ่งคือรักที่น่องรักเผ่าพันธุ์รักบ้านเกิดเมืองนอนของตนเองและไม่แล้งน้ำใจ ” ผู้คนในดินแดนอีสานใหม่ไม่ลังเลที่จะแสดงออกซึ่งความคิดเห็นทางการเมืองความสามารถทางศิลปวัฒนธรรมและความสามารถอื่น ๆ ที่บ่งบอกความเป็นคนอีสานทั้งในบริบทท้องถิ่นอีสานหรือบริบทอีสานข้ามแดนคนอีสานรุ่นใหม่มีแบบแผนในการบริโภคสันทนิยมและสไตส์ชีวิตที่ใกล้เคียงกับเมืองมากขึ้นจนแทบจะไม่แตกต่างกัน

อนิจลักษณะทั้ง 11 ประการของวิถีอีสานใหม่เป็นเพียงรูปธรรมส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชนหมู่บ้านอีสานยุคหลังสงครามเย็นในความเป็นจริงยังมีตัวอย่างหรือรูปธรรมอื่น ๆ อีกมากที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคมของชุมชนหมู่บ้านอีสานความตั้งใจของผู้เขียนก็คือลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้เป็นตัวชี้วัดที่เตือนเราว่าวิถีอีสานใหม่ได้เกิดขึ้นเพราะกระบวนการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงเชิงกระบวนการต่าง ๆ ที่ซับซ้อนและมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในตัวเอง

กล่าวคือ อีสานใหม่ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจการเมืองและสังคมวัฒนธรรมของโลกยุคโลกาภิวัตน์อย่างเต็มตัว อีสานใหม่ไม่ใช่อีสานด้อยพัฒนา อีสานใหม่ไม่ใช่อีสานที่เป็นดินแดนชายขอบ ล้าหลังยากจนหรือแห้งแล้งทุรกันดารอีกต่อไป หากแต่อีสานใหม่ได้กลายมาเป็นดินแดนยุทธศาสตร์และศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระดับภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เป็นแหล่งอาหารสำคัญของโลก (อุ๊ยข้าวหอมมะลิ) และเป็นแหล่งต้นทางที่ส่งออกแรงงานทั้งชายหญิงที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก อีสานใหม่ได้กลายมาเป็นทำเลที่ตั้งของกระบวนการพลวัตทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรมที่ผู้คนรุ่นใหม่เต็มไปด้วยความมั่นใจและภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมรัฐชาติไทยและประชาคมโลกจากรากเหง้าความเป็น “ท้องถิ่นนิยม” ของตนเอง (พัฒนา กิติยาษา 2557, น. 32)

ความเป็นจริงเชิงประจักษ์ที่ภาคอีสานรวมทั้งคนอีสานมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาในช่วงหลังสงครามเย็น ดังที่พัฒนา กิติยาษา ได้กล่าวมานั้น ทำให้เห็นถึงการพลวัตที่เคลื่อนไหวของอัตลักษณ์อีสานด้วยเช่นกัน อีสานเองก็ไม่ได้เป็นพื้นที่ที่ปิดตาย หากเป็นพื้นที่ที่เปิดรับและปรับรูปแบบอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน ทั้งการร้อง การรำ การละเล่น ประเพณี คนตรี วิถีชีวิต ก็ถูกนำเสนอในสื่อมวลชนประจักษ์สู่สาธารณะ และนำมาเป็น

ส่วนหนึ่งของธุรกิจบันเทิงที่นับวันจะมีกระแสการตอบรับที่ดีขึ้นจากคนในสังคมส่วนใหญ่ที่นอกเหนือจากคนอีสานด้วยกันเอง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ภาพของความเป็นอีสานก่อเกิดเป็นอีสานในความหมายรูปแบบใหม่ ๆ ความรู้สึกใหม่ ๆ ของผู้คนในสังคมด้วยเช่นกัน พลังของอีสานในธุรกิจบันเทิงหลาย ๆ แขนงทั้งภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ เพลงลูกทุ่ง ก็มีพัฒนาการและกระแสการยอมรับที่น่าสนใจ

วัฒนธรรมของคนอีสานถูกนำเสนอเป็นเรื่องเล่าในธุรกิจบันเทิง ทั้งภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ และเพลงลูกทุ่งอยู่ทุกขณะ ซึ่งมีพัฒนาการและการต่อสู้ทางวัฒนธรรมที่เข้มข้น หลักฐานสำคัญที่แสดงให้เห็นว่า คนอีสานถูกกดขี่ในเรื่องการแสดงออก นับตั้งแต่การโยกย้ายคนลาวคนอีสานเข้ามาอยู่เป็นส่วนกลางของสยาม และความพยายามของสยามที่จะพยายามลบล้างความเป็นลาวออกไปให้เกลี้ยงขาวเป็นสยาม ดังจะเห็นได้จากการที่สยามได้บังคับด้วยกฎหมายห้ามไม่ให้ลาวเป่าแคน ดังระบุในจดหมายเหตุสยาม ในวันศุกร์ เดือนสิบสอง แรมสิบสี่ค่ำ ปีฉลู พ.ศ. 2408 ได้บันทึกไว้ความว่า

“ลาวเป็นข้าสยาม สยามไม่เคยเป็นข้าลาว จะเอาอย่างลาวมาเป็นพื้นเมืองสยามไม่สมควร ตั้งแต่พากันเล่นลาวเป่าแคนอย่างเดียวก็น่าจะสิบปีมาแล้ว จนกลายเป็นพื้นเมือง และสังเกตเห็นการเล่นลาวแคนชุกชุมอยู่ที่ไหนฝนก็ตกน้อยรวงโรยไป ในปีนี้ข้าวนารอดตายก็เพราะได้น้ำป่ามาช่วย เมืองที่ลาวเล่นแคนมากเมื่อฤดูฝนฝนก็น้อยทำนาทก็เสียหายไม่งาม ... ให้งดเล่นลาวแคนเสียอย่าหามาดูและฟังและอย่าเล่นเองเสีย.. ประกาศอันนี้ถ้าไม่ฟังยังขึ้นเล่นลาวแคนอยู่จะให้เรียกภาษีให้แรง ใครเล่นอยู่ที่ไหนจะเรียก แต่เจ้าของที่และผู้เล่น ถ้าลักเล่นจะต้องจับปรับให้เสียภาษีสองต่อสามต่อ” (แพร่พิทยา, บางกอก, 2513, น. 203 อ้างถึงใน ไผท ภูธา, 2556, น.195-196)

แต่เสียงเพลงพิณแคนก็ยังครวญคำว่าแคนแคน ... กระดุ่มดังทอดเสียงมายาวนานกว่าสองร้อยปี จนภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 นักดนตรีผู้มีจิตใจเสรีชาวลุ่มน้ำเจ้าพระยาได้สร้างทำนองดนตรีจากเสียงแคนคร่ำครวญนั้นเช่นเพลงลาวดวงเดือนลาวสวยลาวคำหอมลาวเจริญศรี ฯลฯ ด้วยเครื่องดนตรีที่ตนถนัดและก็เป็นที่ขัดหูของผู้นำคลัง “ชาติไทยยิ่งใหญ่” บางคนจนศิลปินผู้มีจิตใจเสรีบางท่านถูกจับไปขัง (ไผท ภูธา, 2556, น. 196)

เมื่อประมาณ พ.ศ. 2489 หมอลำอีสาน ได้มีที่เหยียบยืนอยู่บนใจกลางของกรุงเทพมหานคร เช่น คณะสุนทราภรณ์ ที่เกิดจากการรวมตัวของหมอลำชั้นปรมาจารย์เข้าไปอัดแผ่นเสียงให้ บริษัท ต. เจริญวัน ติดตามด้วยท่านปรมาจารย์หมอลำอีกหลายคน ไม่ว่าจะเป็นเคน

คาเหลา แม่บุญเพ็ง ฯลฯ เปิดช่องทางให้คนอีสานในเมืองใหญ่ได้สัมผัสถึงเขื่อนขานบ้านนอก เกียงนาและหอมห้วย กล้วยน้อย คันแทนา ปลาช่อน ผักกะโดนโอ้หนอ ... งามหลายเดื่อ ยามเมื่อดอกจางานบานทุ่งเป็นสีแดง...เสียงโอ้ละนอคือ ดังเสียงแมงหวี่งยามแลง ตะวันแดงใกล้ค่ำ ... ผ่านทางสถานีวิทยุ มั่นร่ำ ๆ พลอยให้น้ำตาจะไหลหลัง โดยเฉพาะกลอนลำของฉวีวรรณ ดำเนิน ที่เลือกสะท้อนภาพวิถีชีวิตมากกว่าสะท้อนภาพและแนวคิดทางการเมือง (ไพฑูริย์ ภูธา, 2556, น. 196)

ตั้งแต่ พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา เกิดโฆษกรายการวิทยุเพลงหมอลำของคนอีสานขึ้นอย่างกว้างขวางในกรุงเทพมหานคร นักร้องที่ร้องเพลงเนื้อความกล่าวถึงคนลาวคนอีสานก็เกิดขึ้นในยุคนั้น ไม่ว่าจะเป็นชัยชนะ ปุณยะโชติ ปอง ปรีดา เบญจมินทร์ ก้าน แก้วสุพรรณ สุรพล สมบัติเจริญ ฯลฯ หลังจากนั้นก็เกิดเครือข่ายนักแต่งเพลงที่มีคำร้องเป็นภาษาอีสานสะท้อนภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมคนอีสาน เช่น พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา เบญจมินทร์ สุรินทร์ ภาคศิริ ลพ บุรีรัตน์ ฯลฯ เกิดนักร้องลูกทุ่งอีสานที่กระทั่งบางคนมีชื่อเสียงลวกวาคดอันในอดีต ถือกำเนิดอยู่ภาคกลาง เช่น ไหวพจน์ เพชรสุพรรณ เพลิน พรหมแดน และต่อ ๆ มาในรุ่นหลัง ๆ กระทั่งถึงปัจจุบันซึ่งนั่นเป็นตัวชี้วัดอย่างชัดเจนว่าคนอีสานไม่เคยเปลี่ยนไปในอดีตในคง แม้เมื่อการเผยแพร่ถ่ายทอดวัฒนธรรมเพื่อกล่อมจิตกล่อมใจได้กลายเป็นธุรกิจบันเทิง คนอีสานในเมืองใหญ่เมื่อกว่าสามสิบปีก็ถักทอกันเป็นเครือข่ายสายใยอีสานแบบอิสระ อย่างเช่น มนต์ เมืองเหนือ (บ้านเกิดอยู่ท่าไห อ.เขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี) ในบริษัทอาร์สยาม กลายเป็นที่พึ่งของนักร้องรุ่นใหม่ชาวอีสานคนแล้วคนเล่าไม่ว่าจะเป็นดาว บ้านดอน สนธิ สมมาตร เทพพร เพชรอุบล ฯลฯ หรืออย่างเช่น เมื่อ พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา เครือข่ายโฆษกอีสาน นำโดยสุรินทร์ ภาคศิริที่มีผู้ฟังรายการเป็นหนุ่มสาวชาวอีสานในกรุงเทพฯ นับล้านคน ก็โอบอุ้มภาพยนตร์เรื่อง “มนต์รักแม่น้ำมูล” ที่พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา กำกับการแสดง ให้ทำรายได้ในกรุงเทพฯ สูงมากกว่าสามล้านบาท นั้นรวมถึงภาพยนตร์เรื่อง “ครูบ้านนอก” ที่สุรสิทธิ์ ชาญรรณกำกับการแสดงทำรายได้ในเมืองหลวงกว่าสิบล้านสมัยนั้น และเครือข่ายนี้ก็เคลื่อนไหวเชิงวัฒนธรรมในเรื่องอื่น ๆ ต่อเนื่องมาจนกระทั่งปัจจุบัน (ไพฑูริย์ ภูธา, 2556, น. 196-198)

ในยุคหลังสงครามเย็นมีการขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อนิยามความเป็นอีสานมากขึ้น ดังที่มีการนำเสนอความเป็นอีสาน “ใหม่” ซึ่งสื่อถึงความแตกต่างจากอีสานแบบ “เก่า” (พฤกษ์ เถาวิล, 2555; พัฒนา กิติอาษา, 2557) ภาคอีสานยุคหลังสงครามเย็นเกิดการต่อรองและนิยามความเป็นอีสานสูงขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม Terry Miller (2005 อุกฤษฏ์ เฉลิมแสน, 2561, น. 127) กล่าวถึงการเปลี่ยนภาพลักษณ์อีสานจากความเป็นบ้านนอกมาเป็นความทันสมัยเมื่อต้น ค.ศ. 1970 เนื่องมาจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เฟื่องฟู ดังที่เกิดพื้นที่การนำเสนอความเป็นอีสานในแวดวงดนตรีและภาพยนตร์

สิริขญา คอนกรีต (2558) ได้ศึกษาการต่อรองความเป็นอีสานในเพลงลูกทุ่งอีสาน ซึ่งใช้ดนตรี เทศกาล และอาชีพ เป็นตัวบ่งชี้ทางอัตลักษณ์ (identity marker) โต้ตอบกับ “มายาคติ” ของคน ภายนอกที่มีต่อคนอีสาน เช่น การนำเสนออัตลักษณ์นักสู้ของคนอีสานแทนการมองว่าเกียจคร้าน ขณะที่งานศึกษาภาพยนตร์ก็แสดงถึงการต่อรองความเป็นอีสาน โดยทำทนายชั่วคราวข้ามระหว่าง ความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง

พลังอีสานก่อตัวในรูปแบบของธุรกิจบันเทิงผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างน่าสนใจ อย่างเช่น ภาพการเปลี่ยนผ่านของความเป็นอีสานในสื่อภาพยนตร์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลใน *นิตยสาร A DAY ฉบับที่ 236 อีสาน (2563, น. 66-67)* ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับพลังอีสานในมิติต่าง ๆ รวมทั้ง การนำเสนอความเป็นอีสานในสื่อภาพยนตร์ สามารถสรุปให้เห็นพลังอีสานในพื้นที่สื่อภาพยนตร์ ดังนี้ ภาพยนตร์เรื่องแรกที่เปิดฉากประตูดีสานอยู่ในราวปี พ.ศ. 2483-2484 ตามหลักฐานที่บันทึกไว้ในหอภาพยนตร์ พบว่า เลียง ไชยกาล คือ ผู้คิดทำภาพยนตร์อีสานที่พูดเรื่องท้องถิ่นและคนในพื้นที่ เป็นคนแรกในภาพยนตร์เรื่อง แม่ศรีเมือง หากแต่ว่าช่วงนั้นเป็นช่วงหลังจากช่วงสงครามโลก ครั้งที่ 2 ก็ส่งผลให้วงการภาพยนตร์ซบเซาด้วยเช่นกัน แต่จุดที่สามารถสร้างกระแสความเป็นอีสาน ช่วงปีพ.ศ. 2520 เกิดภาพยนตร์เรื่องมนต์รักแม่น้ำมูล ภาพยนตร์เพลงแนวอีสานเรื่องแรกของผู้กำกับ พงศ์ศักดิ์ จันทร์อุษา ที่มีคนตีตัวเข้ามาดูกันหมดเกลี้ยงทุกรอบจนได้รับเงินล้าน และในปีถัดมาก็ได้ เกิดภาพยนตร์ที่ปลุกกระแสภาพยนตร์อย่างเรื่องครูบ้านนอก ที่มีเนื้อหาสะท้อนปัญหาของสังคม ชนบทและนำเสนอภาพความแร้นแค้นของคนอีสานในยุคนั้น จนกระทั่งช่วงทศวรรษ 2530 เกิด กระแสความเป็นอีสานกับภาพนักบุญในภาพยนตร์เรื่องเกิดมาลุย ของการทำงานของพินนา ฤทธิไกร ถึงแม้ว่าตัวละครจะไม่ได้พูดภาษาอีสาน แต่เรื่องราวเกิดขึ้นในอีสาน เป็นมิติใหม่ในการเล่าเรื่อง อีสานโดยไม่ต้องนำเสนอความเป็นอีสานเพื่อชีวิต ซึ่งพินนา ก็ยังเป็นที่จดจำในฐานะผู้ปลุกปั้น จา พนม หรือโทนี่จา นักบุญไทยที่ดังไปไกลถึงฮอลลีวูด ชัยมาที่ พ.ศ. 2547 ภาพอีสานในสื่อ ภาพยนตร์เริ่มเข้าสู่ยุคใหม่กับอีสานแบบสนุกสนานในภาพยนตร์เรื่องแหยมยโสธร ที่ใช้ความเป็น อีสานเป็นแกนหลักของเรื่อง บวกกับความสนุกสนานสื่อบันเทิง ทำให้ภาพยนตร์แหยมฯ ทั้ง 3 เรื่อง ประสบความสำเร็จด้านรายได้ เรื่อยมาถึงอีกจุดเปลี่ยนสำคัญสู่การเปลี่ยนภาพอีสาน ในปี พ.ศ. 2555 กับภาพยนตร์เรื่อง ลิ่นเมษา ฝนตกมาปรอยปรอย จากภาพลักษณ์ของคนอีสานที่มักนำเสนอ ผ่านบทบาททรอง หรือคนชนชั้นล่าง แต่ภาพยนตร์เรื่องนี้เล่าถึงคนอีสานในมุมมองของคนชนชั้น กลางและเชื่อมโยงกับประเด็นทางการเมือง และในช่วงที่เป็นจุดเปลี่ยนอีกโกลแม็กซ์สำคัญผ่าน ภาพยนตร์อีสานคือ ในปีพ.ศ. 2557 ภาพยนตร์อีสานเรียกได้ว่ากลับมารุ่งเรื่องอีกครั้งจากความสำเร็จ ของภาพยนตร์เรื่อง ผู้บ่าวไทยบ้าน ที่บอกเล่าชีวิตและเรื่องราวความรักของวัยรุ่นอีสาน ได้รับความ นิยมจากท้องถิ่นอย่างล้นหลามจนสามารถเคลื่อนตัวมาฉายในกรุงเทพฯ ได้อย่างสง่างาม และ

ก่อเกิดผู้กำกับหน้าใหม่หลายคน รวมทั้งกระแสความเป็นอีสานก็ดูได้รับการเปิดรับจากคนเมืองมากขึ้น ดูได้จากการเกิดภาพยนตร์อีสานหลายเรื่องตามมา เช่น ไทบ้านเดอะซีรีส์ ฮักแพง ฮักมัน In My Hometown หน้าฮ่าน และสานต่อความนิยมของวงการภาพยนตร์อีสานที่เกิดการร่วมมือของทีมไทบ้านกับ BNK 48 ในภาพยนตร์ ไทบ้าน x BNK48 ในปี พ.ศ. 2563 ก็ทำให้ภาพของความเป็นอีสานเปลี่ยนแปลงไป และผู้วิจัยยังสังเกตเห็นอีกว่า ภาพยนตร์เรื่องนี้ยังส่งต่อความนิยมให้เพลงประกอบภาพยนตร์ในมิวสิกวิดีโอเพลง “โคตคุดัง” ที่สาว ๆ วง BNK48 ถ่ายทอดการร้องเพลงด้วยภาษาอีสานกับดนตรีแบบสดริงผสมผสานผสานความเป็นอีสานให้ดูโมเดิร์นยิ่งขึ้น ซึ่งวันนี้มิวสิกวิดีโอเพลงนี้ก็ขึ้นแท่นเพลงดังที่มียอดวิวเกิน 100 ล้านวิวในยูทูปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จะเห็นได้ว่าในพื้นที่ของสื่อภาพยนตร์ อีสานก็ถูกนำไปเป็นเรื่องเล่า วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เรื่องราวของคนอีสาน อีกทั้งยังผูกติดอัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ด้วยผ่านทั้ง ตัวละคร สถานที่ วิถีชีวิต ภาษา ประเพณี วัฒนธรรมที่น่าสนใจ และช่วงตั้งแต่หลังสงครามเย็นเรื่อยมาจนถึงยุคที่เปลี่ยนผ่านความเป็นอีสานใน พ.ศ. 2557 สื่อภาพยนตร์เองก็กลับได้รับความสนใจในวงกว้างมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการยอมรับของคนอีสานเอง แต่อีสานในวันนี้ดูเหมือนจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของส่วนกลางสู่ใจกลางกรุงเทพฯ ที่หลายคนอ้าแขนยอมรับมากยิ่งขึ้น และภาพการเปลี่ยนผ่านของแผ่นดินอีสานเอง หากสังเกตจะพบว่า ภาพอีสานเองก็มีการเปลี่ยนแปลงเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลา ทั้งภาพอีสานแบบเก่าที่นำเสนอถึงความเร้นแค้น สู่การพัฒนา ในสังคมเมืองและอีกด้านหนึ่งก็เป็นภาพของวิถีชีวิตของคนอีสานแบบดั้งเดิมที่ดูเหมือนว่าในวันนี้กลับไม่ได้สื่อความหมายในด้านลบ หากแต่เป็นพื้นที่ที่มีความสนุกสนาน และอุดมไปด้วยความภาคภูมิใจในการนำเสนอถึงความเป็นอีสานมากยิ่งขึ้น

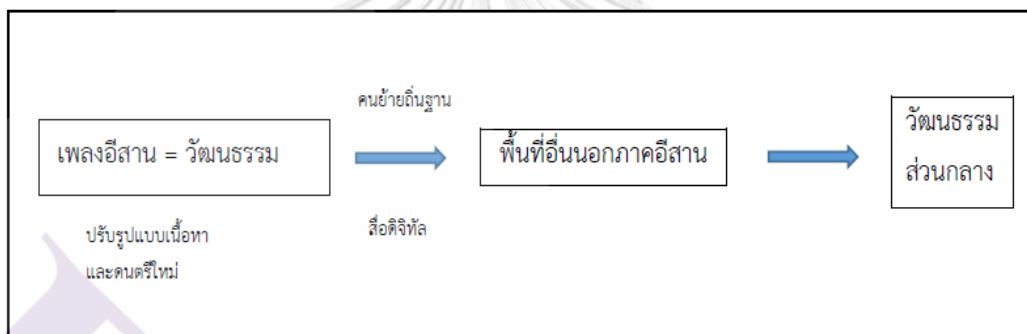
นอกจากนี้ นิตยสาร A DAY ฉบับที่ 236 อีสาน (2563, น. 45) ยังได้อธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์อีสานในพื้นที่ของเพลงลูกทุ่งไว้อย่างน่าสนใจอีกว่า เมื่ออำนาจที่เคยอยู่ในมือของค่ายเพลงขนาดใหญ่ถูกท้าทายด้วยการเข้ามาของโซเชียมมีเดียช่องทางยูทูปเข้ามาทำลายช่องว่างมหาศาลของการขายเทปคาสเซตต์และแผ่นซีดี จากที่นักร้องต้องเดินทางเข้ามาออกอัลบั้มกับค่ายเพลง ก็สามารถทำเพลงได้เองที่บ้านและเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มนานาชาติของตัวเองมีคำหยอกล้อที่ว่า ถ้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ค่ายเพลงขนาดใหญ่มาเห็นมิวสิกวิดีโอเพลงผู้สาวขาละของลำไย ไททองคำคงต้องกุมหัวเพราะทั้งเพลงมีแค่ภาพผู้หญิง 2 คนนั่งเท้ากางยืมบนมอเตอร์ไซค์และยื่นถ่ายรูปหน้าป้ายบ้าน โศกเถาเท่านั้นเอง ความสดและแปลกใหม่เหล่านี้ไม่ได้มีแค่ในเพลงของลำไย แต่ในช่วงเดียวกันเพลงไสว่าสิบด๋มิ่กัน ของก้องห้วยไร่ ก็โด่งดังมากหลายเพลงของก้องมีการหยิบเอาเปียโนไวโอลิน เข้ามาใช้ในเพลงเช่น กู่กอง เพลงประกอบละครเรื่องนาคี และเพลงกำแพงของแซ็ค ชุมแพ ที่ว่ากันตรง ๆ เนื้อเพลงของเขาถ้าไม่ใช่คนอีสานก็ยากที่จะเข้าใจ แต่ยังได้รับความนิยมมากจนถูก

นำไปคัฟเวอร์ในหลายเวอร์ชัน ไล่เรียงมาจนถึงเนื้อเพลงฟังยาก แต่ห้ามให้ลูกขึ้นเตียงยากกว่าอย่าง ห่อหมกฮวกไปฝากป้า บักจีเหลิน บักแดงโม มะล่องก่องแก่ง รถแห่รถตู้ (ปีะโล้งโป้งนึ่ง) ฯลฯ จนเนื้อเพลงที่ชื่อว่า “ขอโทษที่เข้าไปเป็นมะริงกิงกองสระระนองกองแก่งมะนองมะเนงมับปะล่อง ปองแปงจ้องแง้งจ้องแง้งในชีวิตเธอ” กลายมาเป็นประโยคทดสอบสมาธิคู่กับ “กินมันคิดเห็งือก กินเผือกคิดพิน” เพลงเหล่านี้ตั้งอยู่บนรถลอย อยู่บนท้องถนน สร้างสีสันอยู่บนรถขายส้มตำ ไค่ดั่ง บนหน้าเวทีและสร้างรอยยิ้มในออฟฟิศกลางเมืองใหญ่ เพลงอีสานเหล่านี้ขับตัวเองออกไปจาก พื้นที่ของคนอีสานกลายเป็นเพลงที่ทุกคนร้องได้และทำความรู้จักโดยไม่เงินอายุ ไม่ใช่แค่เส้น พรหมแดนในประเทศเท่านั้น แต่ยังมีศิลปินที่หยิบเอาหมอลำและสำเนียงอีสานไปประยุกต์กับดนตรี แนวโซลหรือฮิปฮอปเช่น รัสมิ้อีสาน โซล, VKL, The Paradise Bangkok Molam International Band จนเปลี่ยนภาพเพลงหมอลำแบบเดิม ๆ ให้มีกลิ่นและรสแบบใหม่อย่างในเพลงลำควนของรัสมิ้อีสาน โซล ที่มีคนให้นิยามว่าฟังแล้วเหมือนนั่งกินปลาร้าที่ลาสเวกัส เพลงอีสานป๊อปเหล่านี้ไม่ใช่แค่ดนตรีที่เปลี่ยนไป แต่เนื้อหาของเพลงก็เข้าถึงความยากลำบากน้อยลงลดการตอกชกตัวแต่เลือกที่จะเสนอความเป็นอีสานด้วยความภูมิใจ แม้บางครั้งจะเข้าถึงความทุกข์ระทมจากความรักและฐานะ แต่ก็เล่าผ่านนักร้องที่สวมเสื้อหนังหรือใส่สูทในมิวสิกวิดีโอ ขณะเดียวกันก็ไม่ลืมหยิบเอา วัฒนธรรมอื่น ๆ มาได้อย่างไม่เคอะเขิน ทั้งภาษาและดนตรี ในโลกนอกเพลง สังคมอีสานก็พัฒนาขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทั้งคนรุ่นใหม่ที่มีโอกาสเสกสื่อหลากหลายและฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของผู้คน รวมทั้งเทคโนโลยีที่นับวันยิ่งทำให้เส้นแบ่งของทุ่งนาและตึกสูงลดลงไปทุกที ทั้งหมดนี้เป็นหนึ่งในเหตุผลสำคัญที่ทำให้เพลงอีสานเป็นอิสระ

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยใช้ การศึกษาของปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุค อีสานใหม่” เพื่อศึกษาการเคลื่อนไหวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง ซึ่งผล การศึกษาพบว่า การเคลื่อนไหวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง ว่ามี องค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ กล่าวคือ

- 1) การเปลี่ยนรูปแบบดนตรีและการร้อง ทำให้เข้าถึงผู้คนง่ายขึ้น คนเสกเพลงง่ายขึ้น
- 2) การย้ายถิ่นฐาน ทำให้เพลงติดตัวคนไปในหลายพื้นที่

3) สื่อดิจิทัล ช่องทางการสื่อสารที่แพร่หลาย และใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยสามารถอธิบาย ดังภาพนี้



ภาพที่ 4.1 ลักษณะการเคลื่อนตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง

ที่มา : ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย. (2561). *อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่*

อีกทั้งปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย ยังได้สรุปเพิ่มเติมอย่างน่าสนใจถึงลักษณะการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ที่มีสื่อยุคดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อน ดังสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ เกิดจากอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนไปของคนอีสานรุ่นใหม่เอง ทั้งการผสมผสานภาษา การหยิบเอาดนตรี และเรื่องราวที่เล่าแตกต่างจากคนอีสานยุคก่อนซึ่งมีชีวิตคนละแบบ ศิลปินอีสานยุคใหม่ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว มีถิ่นฐานบ้านเกิดอยู่ในชนบท ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และฟังเพลงที่แตกต่างหลากหลาย ทั้งเพลงลูกทุ่งที่ซึมซับจากบ้านเกิด และเพลงแนวอื่น ๆ ที่หาฟังได้ในอินเทอร์เน็ตทั่วไป กลุ่มศิลปินอีสานวัยหนุ่มสาวเหล่านี้เติบโตมาในอีสานยุคใหม่ ที่มีการพัฒนาทั้งสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน มีสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาอยู่ทุกจังหวัด เส้นแบ่งระหว่างความเป็นชนบทกับเมืองพรางเลือน เพราะการคมนาคมสะดวกสบายขึ้น ทั้งการเข้าถึงยานพาหนะเช่น รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และถนนหนทางที่เชื่อมจากหมู่บ้านเข้าสู่ตัวเมืองเทศบาลได้ง่ายขึ้น ทำให้หนุ่มสาวอีสานที่อยู่ในชนบทสามารถเห็นวิถีชีวิตได้ทั้งสองแบบ นอกจากนี้พวกเขาเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ผ่านโทรศัพท์ ทุกที่ทุกเวลา จึงทำให้โลกของคนหนุ่มสาวในชนบทยุคโลกาภิวัตน์กว้างกว่าโลกของหนุ่มสาวอีสานยุคก่อน ด้วยองค์ประกอบเหล่านี้จึงทำให้ศิลปินอีสานส่วนมากผลิตเพลงใช้ชีวิต มีการสลับสับเปลี่ยนวัฒนธรรมที่หลากหลาย และแปลกแตกต่างไปจากเพลงอีสานแบบเดิม ทั้งต่างด้วยวิสัยมองโลก และวิธีการเลือกนำเสนอออกมาดังจะเห็นได้จากอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ เช่น การเล่าวิถีชีวิตแบบหนุ่มสาว

วัยรุ่นชนบท การแสดงออกความรู้สึกลึกอย่างตรงไปตรงมา ไม่อ้อมค้อม ทั้งจากน้ำเสียงของผู้หญิง และผู้ชาย การหยิบเอาความทันสมัยมาใส่ในเพลง มีการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมโลกอยู่เสมอการ หยิบเอาเครื่องดนตรีที่หลากหลาย และสร้างท่วงทำนองที่แตกต่างจากหมอลำลูกทุ่งอีสานแบบดั้งเดิม เป็นต้น (ปานิส โพธิ์ศรีวังชัย , 2561, น. 70-71)



ภาพที่ 4.2 ลักษณะการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ที่มีสื่อยุคดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อน

ที่มา : ปานิส โพธิ์ศรีวังชัย. (2561). *อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่*

จากการทบทวนงานที่เกี่ยวข้องกับบริบทของสังคมอีสานจะเห็นการเปลี่ยนผ่านของความเป็นอีสานในระลอกยุคที่เห็นถึงประวัติศาสตร์ การต่อสู้ของคนอีสาน รวมทั้งการนำเสนอวัฒนธรรมอีสานผ่านสื่อ แต่เดิมวัฒนธรรมอาจถูกกีดกันให้เป็นเพียงชายขอบ ความเป็นอีสานในยุคแรก ๆ จึงนำเสนอด้วยความของความแห้งแล้ง บ้านนอก ล้าสมัย หรือ โง่งนเจ็บ แต่เมื่อสังคมเปลี่ยนไปวันนี้ความเป็นอีสานกลับได้รับการต้อนรับจากสังคมไทยยกมาเป็นวัฒนธรรมหนึ่งที่ชวนหลงใหล ถูกนำมาผลิตในธุรกิจสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทั้งละคร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลงลูกทุ่ง เห็นถึงการเคลื่อนที่ของวัฒนธรรมอีสานผ่านสื่อต่าง ๆ ที่กลายมาเป็นวัฒนธรรมส่วนกลางได้อย่างเฉิดฉาย และโดยเฉพาะในประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการนำเสนอ และการเปลี่ยนแปลงภาพของอีสานแบบใหม่ ในยุควัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ในธุรกิจสื่อนี้เอง จะเห็นได้ว่า ภาพของความอีสานผลิตอัตลักษณ์อีสานในแบบย้อนแย้ง กล่าวคือ มีทั้งภาพ

อีสานที่บอกเล่าถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม และภาพของอีสานที่คู่กันสมัยผสมผสานกันอย่างน่าสนใจ แสดงให้เห็นถึงพลวัตที่สำคัญของแผ่นดินอีสานที่ลื่นไหล อีสานไม่ใช่สังคมที่ปิดตาย แต่อีกด้านหนึ่งก็ยังสื่อสารความหมายเพื่อรักษาอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมของอีสานไว้ด้วยเช่นกัน และสิ่งที่น่าสนใจต่อการตั้งคำถามต่อภาพการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์อีสานเหล่านี้คือบริบทความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเหล่านี้หรือไม่ที่อาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อการก่อตัวการเปลี่ยนภาพจากอีสานแบบดั้งเดิมสู่การก่อร่างภาพอีสานแบบใหม่ และอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่นี้จะส่งผลอย่างไรต่อการรับรู้ของผู้คนในสังคม ความเปลี่ยนแปลงของภาพอีสานในตั้งแต่ยุคหลังสงครามเย็นที่มีการพัฒนา ทั้งการย้ายถิ่นฐานของคนอีสาน การพัฒนาในเรื่องสาธารณูปโภค การขนส่ง การสื่อสารที่ส่งผลให้ดินแดนอีสานเป็นพื้นที่เปิด และเชื่อมโยงโลกภายนอกมากขึ้น รวมทั้งการเกิดขึ้นของคนอีสานในยุคใหม่ วิธีการมองโลกแบบใหม่ของคนอีสานยุคใหม่ ส่งผลให้การสื่อสารผ่านโลกสัญลักษณ์ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเองก็นำเสนอความหมายอีสานแบบใหม่ไว้อย่างไรบ้าง และพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเองก็เป็นเสมือนห้องจำลองที่สื่อสารความหมายและสร้างอัตลักษณ์อีสานไว้อย่างน่าสนใจเช่นกัน



บทที่ 5

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่ : การวิเคราะห์ตัวบท

การสื่อสารความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน คือ กล่องบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุหรือการจำลอง และแสดงความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ภายใต้พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ยิ่งกระแสโลกาภิวัตน์ กระแสท้องถิ่นนิยม และเทคโนโลยีพัฒนาขึ้นมากเท่าไร เพลงลูกทุ่งอีสานก็นำวัฒนธรรมของท้องถิ่นอื่น ๆ เข้ามาผสมผสานและปรับโฉมหน้ามากยิ่งขึ้นเช่นกัน มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงเปรียบเสมือนเป็น “ตัวบทที่เปิด” (open text) ที่ถูกสร้างสรรค์รูปร่างหน้าตา เป็นพื้นที่ในการสื่อสารความหมาย และผูกติดเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสานสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคม เพราะฉะนั้นการศึกษาตัวบท (text) ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม แนวคิดเพลงลูกทุ่ง แนวคิดเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอ แนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง แนวคิดการเข้ารหัส และแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความหมายและการสร้างอัตลักษณ์อีสานใหม่ โดยผู้วิจัยสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ด้วยทฤษฎีดังกล่าวนี้เองในการศึกษาเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” จึงเป็นการศึกษาถึงกระบวนการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ เพราะในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเป็นโลกสัญลักษณ์ที่ถูกปรุงรสใส่ความหมายขึ้นมา ดังนั้น อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ก็เป็นการเข้ารหัสความหมายของอัตลักษณ์อีสานขึ้นมา จากการหยิบยกเอาลักษณะต่าง ๆ ทางสังคมเข้ามาประกอบกัน เพื่อที่จะนำเสนอความหมายหรือติดตั้งความคิดบางอย่างเกี่ยวกับ “อีสาน” สู่การรับรู้ของผู้คนในสังคมนั้นเอง ซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อที่จะได้คำตอบว่า ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นมีการเข้ารหัสความหมาย “อัตลักษณ์อีสานใหม่” ขึ้นมาอย่างไร

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ ตีความถึงการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ผู้วิจัยศึกษาจากตัวบทหรือเนื้อหาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่บนยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 โดยคัดเลือกมิวสิกวิดีโอที่มีเนื้อหานำเสนอ

อัตลักษณ์อีสาน และเข้าเกณฑ์การวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยได้สร้างไว้ทั้ง 4 ด้าน มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 30 มิวสิกวิดีโอ และวิเคราะห์ตามองค์ประกอบต่าง ๆ ของมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

5.1 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

5.2 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

5.3 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

5.4 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

5.1 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ภาษาเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น และมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ ตั้งแต่อดีตมาจนปัจจุบัน การเกิดขึ้นของภาษายังไม่มีหลักฐานปรากฏที่แน่นอน แต่มีนักวิชาการบางคนคาดว่า ภาษาของมนุษย์คงจะเริ่มขึ้นพร้อมกับมนุษย์ในยุคหิน และบางคนก็คาดว่า การรู้จักใช้ภาษาของมนุษย์ คงเกิดขึ้นมาประมาณ 100,000 ปีมาแล้ว ซึ่งตรงกับระยะที่มันสมองของมนุษย์เติบโตมาถึงขีดสุด และมนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ขึ้นมาใช้เพื่อความอยู่รอดในธรรมชาติของตนเอง (บุญจันทร์ เพชรเมืองเลย, 2562) สอดคล้องกันกับที่สราภรณ์ สุวรรณแสง และรัตนา จันทร์เทาว์ (2559, น.74) อธิบายว่า ภาษาถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการที่เรียนรู้ อัตลักษณ์และวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ เพราะนอกจากจะเป็นเครื่องมือสื่อสารแล้ว ภาษายังสรรค์สร้าง ถ่ายทอดถึงการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคม ดังนั้น การคงอยู่ของภาษาจึงเชื่อมโยงกับการคงอยู่ของอัตลักษณ์วัฒนธรรมด้วย

ภาษาเป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้สื่อสารกัน มนุษย์ในทุกสังคมมีภาษาเฉพาะของตน เนื่องจากภาษามีคุณสมบัติคือ มีความเป็นระบบ เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดจากรุ่นอายุหนึ่งไปสู่อีกรุ่นอายุหนึ่ง เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เป็นสิ่งที่ยอมรับโดยสมาชิกของสังคม และที่สำคัญที่สุด คือ เป็นสมบัติของมนุษย์ โดยทั่ว ๆ ไปภาษาแต่ละภาษามีผู้พูดที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปอาจจะอยู่ในรูปของประเทศ หรือภาษาอาจพูดกันในกลุ่มชนที่

เล็กกว่าประเทศก็ได้ เช่น ในจังหวัด อำเภอ ตำบล หรือแม้แต่หมู่บ้าน โดยอาจเป็นภาษาเดียวกันหรือคนละภาษา แต่มีความแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นไปตามท้องถิ่นตามกลุ่มชนนั้น ๆ จึงเรียกได้ว่า “ภาษาถิ่น” (สุทธากรณ์ ตาลกุล ,สุทธากรณ์ ศรีดี และไพบูรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์, 2559, น. 170-171)

รัตนา จันทร์เทาว์ (2550, น. 17-18) อธิบายเกี่ยวกับภาษาถิ่นไว้ว่า นอกจากภาษาจะมีหน้าที่หลักในการสร้างความเข้าใจระหว่างกันแล้ว ภาษายังสร้างบุคลิกลักษณะของบุคคลด้วย เพราะภาษาเป็นสมบัติ เป็นส่วนประกอบ เป็นตัวตนประการหนึ่งของแต่ละบุคคล เป็นเครื่องบ่งชี้บอกความรู้สึกนึกคิดของคน และลักษณะนิสัยที่แตกต่างกัน ซึ่งพิจารณาได้จากภาษาที่เขาใช้ ทั้งนี้ ภาษาที่พูดยังบ่งบอกที่อยู่อาศัยของผู้พูดด้วย ดังเช่น ภาษาไทยเรามีภาษาถิ่นที่ใช้พูดในท้องถิ่นต่าง ๆ ที่สำคัญอยู่ 4 ถิ่น ได้แก่ ภาษาไทยถิ่นเหนือ ภาษาไทยถิ่นกลาง ภาษาไทยถิ่นอีสาน และภาษาไทยถิ่นใต้ นอกจากนี้ยังมีภาษาถิ่นย่อย (sub-dialects) ที่พูดอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของแต่ละภูมิภาค เช่น ภาษาไทยถิ่นอีสานมีสำเนียงภาษา ตลอดจนการใช้คำศัพท์ที่แตกต่างกันระหว่างภาษาไทยถิ่นอีสานที่พูดในจังหวัดชัยภูมิ เลย อุดรธานี ร้อยเอ็ด หรืออุบลราชธานี ฯลฯ ซึ่งท้องถิ่นต่าง ๆ ล้วนมีลักษณะเฉพาะของภาษาที่แตกต่างกัน จึงไม่แปลกใจเลยที่คนอีสานด้วยกันเองจะรู้ได้ว่าผู้ที่เราพูดด้วยนี้ไม่ใช่หรือใช่คนในจังหวัดหรือในท้องถิ่นเดียวกันกับเรา โดยฟังจากภาษาและสำเนียงที่พูดฉะนั้นแล้ว ภาษาถิ่นจึงเป็นเครื่องสร้างความเป็นพวกพ้องความรักและสามัคคีกันในระดับท้องถิ่นภูมิภาค จากการใช้ภาษาเดียวกันนำไปสู่การมีจิตสำนึกในการอยู่ร่วมกัน

สำหรับการวิเคราะห์อัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอผลการศึกษา เพื่อให้เห็นภาพของการเปลี่ยนผ่านด้านอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1.1 อัตลักษณ์อีสานด้านภาษา ภาษาอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

5.1.2 อัตลักษณ์อีสานด้านภาษาอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่ง

อีสาน

5.1.1 อัตลักษณ์อีสานด้านภาษา ภาษาอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

คนอีสานมีวัฒนธรรมภาษาที่แตกต่างจากคนกรุงเทพฯ และลักษณะความแตกต่างทางวัฒนธรรมภาษานี้ก็เกิดขึ้นเช่นเดียวกันกับคนที่ใช้ภาษาถิ่นในภูมิภาคอื่น ๆ ดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้วว่า ภาษาเป็นคุณสมบัติของบุคคล ท้องถิ่นที่พูด ภาษาที่แตกต่างกันย่อมแสดงวิถีคิดและลักษณะเฉพาะของคนที่แตกต่างกันตามไปด้วย (รัตนา จันทร์เทาว์, 2550, น.18) การศึกษาภาษาอีสานจึงจะทำให้เข้าใจวัฒนธรรม และอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสานเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ภาษาอีสานเป็นภาษาถิ่น (Dialect) หลักและภาษาแม่ (Mother tongue) ของคนอีสานในภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผู้พูดประมาณ ร้อยละ 95 ของประชากรทั้งภูมิภาค (ไพฑูริย์ มีกุศล, 2517, น. 1) ภาษาอีสานหรือ บางคนเรียกว่า ภาษาลาวนั้น มีความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ของผู้ใช้ภาษา ดังที่ คารารัตน์ เมตตาริกานนท์ (2548, น. 86 อ้างถึงในบำเพ็ญ ไชยรักษ์, 2562) กล่าวถึงประวัติการย้ายถิ่นฐานของชาวอีสานในอดีต กล่าวคือ ชาวลาวที่อพยพเข้ามาอยู่ทางฝั่งขวาของแม่น้ำโขง ตั้งแต่ในพุทธศตวรรษที่ 21 และได้อพยพเข้ามาอยู่ในแถบตอนกลางของอีสานในปี พ.ศ. 2261 ได้แก่ บริเวณอำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เหตุการณ์อพยพที่สำคัญอีกครั้งในช่วงสมัยที่เกิดความขัดแย้งทางการเมืองการปกครองของกษัตริย์ลาว คือ พระเจ้าศิริบุญสาร และเสนาธิบดีหรือ พระวอ พระตา เป็นผลให้เกิดการอพยพชาวลาวจำนวนมากมาตั้งถิ่นฐานและกระจายตามฝั่งขวาแม่น้ำโขง ทำให้ภาษาอีสานมีลักษณะทางภาษาหลายประการคล้ายคลึงกับภาษาลาวที่ใช้อยู่ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในปัจจุบัน

ภาษาที่พูดในชีวิตประจำวันของชาวอีสาน คือ ภาษาลาว อยู่ในตระกูลภาษาไทย-ลาว เป็น 1 ใน 5 ของตระกูลภาษาไทยของสุวรรณภูมิ (หรือภูมิภาคอุษาคเนย์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ทั้งยังเป็นต้นเค้าภาษาไทยและฉันทลักษณ์ในวรรณคดีไทย ตลอดจนท่วงทำนองร้องรับขับลำ เช่น รำ-โคลง โองการแข่งน้ำ สวด-เทศน์มหาชาติ เจริญใจน ขับเสภา ฯลฯ ภาษาลาวเป็นภาษาเก่าแก่ตระกูลหนึ่งมีอายุไม่น้อยกว่า 3,000 ปี คนที่พูดภาษาลาวมีหลายกลุ่ม ล้วนตั้งหลักแหล่งกระจายกระจายปะปนอยู่กับคนพูดภาษาตระกูลอื่น ทำให้ถ้อยคำสำนวนภาษาของตระกูลภาษาอื่น ๆ จึงมีเคล้าคละปะปนอยู่ในภาษาลาวด้วย (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2546, น. 84)

ภาษาอีสาน หรือไทยอีสาน นับเป็นภาษา ไท-ลาว Laotian ตระกูลภาษาไทย-กะได (Tai-Kadai Language Family) กลุ่มไทยลาวหรือทั่วไปเรียกว่า “ชาวอีสาน” ที่เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดมีประชากรมากที่สุดในอีสานซึ่งชาวภาคกลางมักจะเรียกชนกลุ่มนี้ว่า “ลาว” เพราะว่ามีภาษาพูดเป็นภาษาเดียวกับคนลาวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) มีตัวอักษรของตนเองใช้มาแต่สมัยอยุธยาเป็นอย่างน้อย และอาจจะร่วมสมัยสุโขทัย ตัวอักษรที่ใช้มี 2 แบบ คือ อักษรไทยน้อย และอักษรไทยธรรม (บำเพ็ญ ไชยรักษ์, 2562)

ตัวอักษรไทยน้อย เป็นอักษรสุโขทัยสาขาหนึ่ง ส่วนอักษรตัวธรรม เป็นอักษรที่ได้ต้นแบบอักษรมอญโบราณ คล้ายอักษรตัวเมืองของภาคเหนือ มีวรรณกรรมท้องถิ่นของตนเอง เช่น เรื่องสินไซ (สังข์ศิลป์ชัย) จำปาสีตัน ท้าวกำกาดำ นางम्मหอม ไก่แก้ว ลิ่นทอง กำพร้าวฝ้าย ชูนางอ้าว ท้าวผาแดงนางไอ่ ฯลฯ อาจจะกล่าวได้ว่า กลุ่มไทยลาว เป็นกลุ่มผู้นำทางด้านวัฒนธรรมภาคอีสาน ฉะนั้นภูมิปัญญาสังคม เช่น ฮีต คอง ตำนาน อักษรศาสตร์ จาริตประเพณี กลุ่มลาวจะเป็นกลุ่มที่สืบทอด และถ่ายทอดให้ชนกลุ่มอื่น ๆ ด้วย (บำเพ็ญ ไชยรักษ์, 2562)

ธวัช ปุณโณทก และวิมล เขตตะดำรง (2548 อ้างถึงในบำเพ็ญ ไชยรักษ์, 2562) ได้กล่าวถึงประวัติตัวอักษรของภาษาอีสานมีชื่อเรียกว่า “อักษรไทยน้อย” ซึ่งเป็นอักษรที่ใช้ควบคู่มา กับอักษรธรรมในสังคมลุ่มแม่น้ำโขงแต่โบราณ กล่าวคือ อักษรไทยน้อยใช้เป็นอักษรราชการของ อาณาจักรล้านช้างใช้ในการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เช่น หนังสือราชการ กฎหมาย วรรณกรรมนิทาน ฯลฯ ส่วนอักษรธรรมใช้ในการบันทึกพระคัมภีร์ ตำราวิชาการ ชาติก อาถาอาคม จึงถือว่าเป็นอักษร ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งตัวอักษรอีสาน ที่ใช้กันอยู่เดิมนั้นคืออักษรไทยน้อย อันเป็นอักษรที่พัฒนาจาก อักษรไทยสุโขทัยและพัฒนาสืบเนื่องต่อมากลายเป็นอักษรลาวในปัจจุบัน ตามหลักฐานต่าง ๆ ทาง ประวัติศาสตร์ คือ ศิลาจารึกในภาคอีสานประกอบด้วยหลักฐานทางด้านประวัติศาสตร์สันนิษฐาน ได้ว่าอักษรไทยน้อยพัฒนามาจาก อักษรไทยสุโขทัยเป็นต้นแบบ (Prototype) เพราะในจารึกหลาย ชิ้นที่ผนังถ้ำนางอัน ห่างจากหลวงพระบางไปทางทิศตะวันออก 25 กิโลเมตร พบรูปแบบ ตัวอักษรและอักษรวิจิตรลักษณะเดียวกับอักษรสมัยพระเจ้าลิไทแห่งสุโขทัย (พ.ศ.1890-1911) แต่ ไม่ปรากฏศักราชจึงลงความเห็นว่าเป็นตัวอักษรแบบอย่างจากลายสือไทยแต่หลังจาก พ.ศ. 2000 พบศิลาจารึกจำนวนมากที่เขียนด้วยอักษรไทยน้อย และมีรูปสัณฐานตัวอักษรใกล้เคียงกับ อักษรไทยฝักขามของอาณาจักรล้านนา (ภาคเหนือ) อันเป็นผลมาจากการที่ดินแดนลุ่มน้ำโขงได้รับ วัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาจาก อาณาจักรล้านนาไทยเนื่องด้วยความสัมพันธ์ใกล้ชิดเหมือน เครือญาติของเจ้าครองนครทั้งสองอาณาจักร ทำให้ตัวอักษรในดินแดนลุ่มน้ำโขงได้รับอิทธิพลจาก อักษรไทยฝักขามของอาณาจักรล้านนา กอปรกับชาวล้านช้างมีอักษรธรรมที่มีสัณฐานเดียวกับ อักษรยวนล้านนาเมืองเชียงใหม่จึงทำให้รับอักษรไทยฝักขามได้ง่ายขึ้น ดังนั้น อักษรไทยสุโขทัย อักษรไทยฝักขาม และอักษรธรรมจึงเกิดการรวมตัวกันและพัฒนาารูปแบบอักษรเฉพาะขึ้นที่เรียกว่า “อักษรไทยน้อย” ที่กลายเป็นอักษรของภาษาอีสานและพัฒนาเป็นอักษรลาวในปัจจุบัน สาเหตุบาง ประการทำให้ตัวอักษรไทยน้อยมีลักษณะคล้ายคลึงและใกล้เคียงกับอักษรไทยปัจจุบัน และอักษร ลาวปัจจุบัน

ในการอธิบายประเด็นอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา ภาษาอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) นั้น ผู้วิจัย จะอธิบายประเด็นเรื่องอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา ออกเป็น 2 ประเด็น คือ 1. ภาษาถิ่นอีสาน 2. สำเนียงอีสาน ดังนี้

1. ภาษาถิ่นอีสาน

ภาคอีสานนั้นเป็นภาคที่มีประชากรหลายวัฒนธรรมซึ่งแบ่งตามภาษาพูดได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือกลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาว กลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย (กูย) และกลุ่มวัฒนธรรมไทย ไคราชหรือไทยเบิ้ง ทั้งสามกลุ่มนี้มีภาษาพูดตัวอักษรที่ใช้ในประชาคมแตกต่างกันไป ซึ่งนั่นก็คือ กลุ่มไทย-ลาว ใช้ภาษาถิ่นอีสานใช้อักษรธรรม (อักษรสกุล อักษรมอญ) และอักษรไทยน้อย (อักษร

สกุลพ่อขุนรามคำแหง) ส่วนวรรณกรรมนั้นมีรูปแบบและเนื้อหาเหมือนวรรณกรรมในล้านช้าง (ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในปัจจุบัน) กลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ลาว (ญ) ใช้ภาษาเขมรอักษรขอมส่วนพวกลาว (ญ) นั้นไม่มีอักษรของตนเอง กลุ่มวัฒนธรรมไทยโคราชใช้ภาษาถิ่นภาคกลาง มีสำเนียงเหนือเพี้ยนบ้างและใช้อักษรไทยอักษรขอมเหมือนกับภาคกลาง (เอกวิทย์ ฌ กลาง, 2540, น. 154)

ภาษาถิ่นที่ชาวอีสานใช้พูดจากันมีหลายภาษา แต่ภาษาที่ชาวอีสานส่วนใหญ่พูดจากันคือ ภาษาลาว ซึ่งเป็นภาษาพูดที่ใช้ในจังหวัดอุบลราชธานี ชัยภูมิ หนองคาย ร้อยเอ็ด ยโสธร อุตรดิตถ์ มหาสารคาม ขอนแก่นฯ ชาวอีสานประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ พูดจากันด้วยภาษาลาว เหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะบรรพบุรุษของชาวอีสานเป็นคนกลุ่มเดียวกันกับบรรพบุรุษของพลเมืองในประเทศลาว ซึ่งอพยพย้ายข้ามลำโขงเข้ามาสู่ประเทศไทยในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ภาษาลาวที่ใช้พูดกันในแต่ละท้องถิ่น จะแตกต่างกันบ้างในเรื่องสำเนียง ซึ่งอาจจะแปร่งหรือเพี้ยนกันไป นอกจากภาษาลาวแล้วชาวอีสานที่อาศัยอยู่ตามชายแดนติดต่อกับประเทศเขมรจะพูดภาษาลาวและภาษาสุรินทร์ เช่น ชาวอีสานบางกลุ่มในจังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ ชาวอีสานที่อาศัยอยู่ตามชายแดนติดต่อกับประเทศลาว และแถบเทือกเขาภูพานจะพูดภาษาภูไท ชาวภูไทจะเป็นชนพื้นเมืองอีกกลุ่มหนึ่งที่มีศิลปะ วัฒนธรรม ศาสนา ภาษาพูดเป็นเอกลักษณ์ของตนโดยเฉพาะ นอกจากนี้ชาวอีสานในจังหวัดนครราชสีมาจะพูดภาษาถิ่นโคราช (จารุวรรณ ธรรมวัตร, 2539, น. 122)

วิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2551, น. 38-53) สามารถสรุปได้ว่า ระบบเสียงของภาษาไทยถิ่นอีสานแบ่งออกเป็นระบบเสียงพยัญชนะ ระบบเสียงสระ และระบบเสียงวรรณยุกต์ ระบบเสียงวรรณยุกต์และระบบเสียงสระในบางถิ่นบางจังหวัดอาจแตกต่างกันออกไป โดยอธิบายว่าลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับระบบเสียงของภาษาไทยถิ่นอีสานมีดังต่อไปนี้ หน่วยเสียงพยัญชนะของภาษาไทยถิ่นอีสานเมื่อเทียบกับภาษาไทยมาตรฐานปรากฏว่า มีหน่วยเสียงไม่เกิดในภาษาไทยถิ่นอีสานก็คือหน่วยเสียง /ซ/ และ /ร/ หน่วยเสียงพยัญชนะ (ญ) เกิดขึ้นในภาษาไทยถิ่นอีสาน แต่ไม่เกิดขึ้นในภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาไทยถิ่นอีสานมีหน่วยเสียงสระทั้งหมด 21 หน่วยเสียง แบ่งเป็นหน่วยเสียงสระเสียงสั้น 9 เสียง หน่วยเสียงสระเสียงยาว 9 เสียงและหน่วยเสียงสระประสม 3 เสียง (บางถิ่นมีเพียง 2 เสียง) เสียงวรรณยุกต์ที่ใช้พูดกันในภาษาถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่างไปจากเสียงวรรณยุกต์ในภาษาไทยมาตรฐาน และคนต่างท้องถิ่นที่กันก็ออกเสียงต่างกัน ไปพยัญชนะไทยในภาษากลางมีหน่วยเสียงที่ใช้เขียนแทนสำเนียงพูด 20 หน่วยเสียง หน่วยเสียงพยัญชนะอีสานที่ออกเสียงตรงกับหน่วยเสียงพยัญชนะไทยกลางมีอยู่ 14 หน่วยเสียง คือ

ตารางที่ 5.1 หน่วยเสียงพยัญชนะอีสาน

หน่วยที่ 1	จ	หน่วยที่ 2	ช ศ ษ ส
หน่วยที่ 3	ค ฎ	หน่วยที่ 4	ต ฏ
หน่วยที่ 5	ฐ ถ ท ฑ	หน่วยที่ 6	ณ น
หน่วยที่ 7	บ	หน่วยที่ 8	ป
หน่วยที่ 9	ฝ พ ภ	หน่วยที่ 10	ฝ ฟ
หน่วยที่ 11	ม	หน่วยที่ 12	ล พ
หน่วยที่ 13	ว	หน่วยที่ 14	ห ฮ

หน่วยเสียงพยัญชนะอีสานที่ออกเสียงต่างจากหน่วยเสียงภาษาไทยกลาง 6 หน่วยเสียง คือ

ตารางที่ 5.2 หน่วยเสียงพยัญชนะอีสานออกเสียงต่างจากหน่วยเสียงภาษาไทยกลาง

หน่วยที่ 1	ก	หน่วยที่ 2	ข ค ฅ
หน่วยที่ 3	ย ญ	หน่วยที่ 4	ฝ ฟ
หน่วยที่ 5	ฉ ช	หน่วยที่ 6	ร

ตัวอย่างการเทียบเสียงในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน

เสียง /ฃ/ ในภาษาอีสานและภาษาภูไทเป็นเสียงพยัญชนะต้นตะนาสิก แต่ในภาษาไทยกลางจะเขียนด้วย/ญ/ แต่ออกเสียงเป็น/ย/ ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 5.3 การเทียบเสียง /ฃ/ ในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน

ภาษาไทยกลาง	ภาษาไทยอีสาน
หญ่า	หญ่า
ย่า	ญา
ยก	ญก
ใหญ่	ญู

ตารางที่ 5.4 การเทียบเสียง /จข/ ในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน เสียง /จข/ ในภาษาไทยกลางไม่มีในภาษาไทยอีสานใช้/จข/แทน ดังตัวอย่าง

ภาษาไทยกลาง	ภาษาไทยอีสาน
จัน	จัน
จก	สาก
จิ่ง	ซิง
จ่าง	ซ่าง

สระในภาษาไทยกลางมี 21 รูป 32 เสียง หน่วยเสียงสระในภาษาไทยอีสานส่วนใหญ่จะตรงกับเสียงสระในภาษาไทยกลาง ยกเว้นเสียงเอียและเอือะภาษาไทยอีสานจะออกเสียงเอียในบางท้องถิ่นดังตัวอย่าง

ตารางที่ 5.5 การเทียบเสียงสระในภาษาไทยกลางกับภาษาไทยอีสาน

ภาษาไทยกลาง	ภาษาไทยอีสาน
เดือน	เดือน
เปลือก	เป็ยก
เรียน	เฮียน
เรือด	เฮียด

ประชิด สกฤษณ์พัฒน์ และอุดม เขยกิจวงศ์ (2548, น. 36-37) ได้กล่าวไว้ว่าเนื่องจากภาษามาตรฐานและภาษาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่างก็เป็นภาษาย่อยของภาษาไทยจึงมีคำใช้ร่วมกันเป็นจำนวนมาก แต่ภาษาพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นซึ่งมีความแตกต่างจากภาษามาตรฐานทั้งในด้านเสียงคำและความหมาย ดังนี้

1. การเปรียบเทียบเสียงระบบเสียงของภาษาพื้นบ้านอีสานกับภาษามาตรฐานที่ประกอบด้วยเสียงพยัญชนะ สระ และวรรณยุกต์เหมือนกัน
2. การเปรียบเทียบคำในภาษาพื้นบ้านอีสานที่มีความหมายแตกต่างจากภาษามาตรฐานดังนี้

2.1 คำโดยปกติแล้วภาษาไทยส่วนใหญ่จะมีพยางค์เดียว แต่มีคำบางคำที่ภาษามาตรฐานใช้มากกว่าหนึ่งพยางค์ในขณะที่ภาษาพื้นบ้านอีสานใช้พยางค์เดียวเช่น จมูกภาษาพื้นบ้านอีสานพูดว่าคั้ง หรือรองเท้าพูดว่าเกิบ เป็นต้น

2.2 คำประสมภาษาพื้นบ้านอีสานได้นำเอาคำมากกว่า คำขึ้น ไปมาประสมกันให้เกิดเป็นคำใหม่ เช่นเดียวกับคำประสมในภาษามาตรฐาน

2.3 คำภาษาต่างประเทศในภาษาพื้นบ้านอีสานจะมีการนำคำภาษาต่างประเทศมาใช้โดยมักจะสืบทอดมาจากภาษามาตรฐาน เช่น เทคนิค ทิวี ฟุตบอล ฯลฯ

3. การเปรียบเทียบความหมายหมายถึงคำที่ใช้ในภาษามาตรฐานและภาษาพื้นบ้านอีสานต่างกัน แต่มีความหมายเดียวกันเช่น ไม่ออกรส ภาษาพื้นบ้านจะพูดว่า เลี่ยนจิ้น หรือแหลกละเอียด ภาษาพื้นบ้านจะพูดว่า กะต้อน ม่อนแมน เป็นต้น

จากการทบทวนความรู้เกี่ยวกับภาษาอีสาน ในส่วนของภาษาถิ่นของอีสานดั้งเดิมนั้นจะพบว่า ด้วยภูมิภาคอีสานถูกล้อมรอบด้วยผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ ภาษาอีสานจึงแบ่งตามกลุ่มวัฒนธรรม ใน 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาว 2. กลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย (กูย) 3. กลุ่มวัฒนธรรมไทยโคราชหรือไทยเบ็ง โดยทั้ง 3 กลุ่มนี้ก็มีอัตลักษณ์ด้านภาษาเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน แต่ถึงแม้ว่าภาษาถิ่นที่ชาวอีสานใช้พูดจากันจะมีหลายภาษา แต่ภาษาที่ชาวอีสานมากที่สุด คือ ภาษาลาว ประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ เพราะเหตุที่ว่าบรรพบุรุษของชาวอีสานเป็นคนกลุ่มเดียวกันกับบรรพบุรุษของพลเมืองในประเทศลาวนั่นเอง อีกทั้งในเรื่องของการออกเสียงพยัญชนะ -สระ ของภาษาอีสานนั้นก็มีการออกเสียงเป็นลักษณะที่เฉพาะตัวที่แตกต่างจากภาษาถิ่นภาคอื่น ๆ รวมถึงภาษาไทยภาคกลางด้วย ชาวอีสานจึงใช้ภาษาอีสานเป็นเครื่องบ่งชี้ทางวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงเลือดอีสาน

2. สำเนียงอีสาน

ภาษาถิ่นอีสาน เป็นภาษาท้องถิ่นที่ใช้พูดกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นภาษาลาวสำเนียงหนึ่ง ในสำเนียงภาษาถิ่นของภาษาลาว โดยเรื่องเดช ปันเขื่อนขันธ์ (2531) ได้จำแนกภาษาถิ่นอีสานออกเป็น 6 สำเนียงใหญ่ ๆ ได้แก่

1) ภาษาลาวเวียงจันทน์ ใช้ในประเทศลาวท้องถิ่นที่เมืองเวียงจันทน์ บอลิคำไซ และในประเทศไทยท้องถิ่นที่จังหวัดชัยภูมิ หนองบัวลำภู หนองคาย (อ.เมือง ศรีเชียงใหม่ ท่าบ่อโพนพิสัย) ขอนแก่น (อ.ภูเวียง ชุมแพ สีชมพู ภูผาม่าน หนองนาคำ เวียงเก่า หนองเรือบางหมุ่มบ้าน) ยโสธร (อ.เมืองทรายมูล กุดชุม บางหมุ่มบ้าน) อุดรธานี (อ.บ้านผือ เพ็ญ บางหมุ่มบ้าน) ศรีสะเกษ (ในบางหมุ่มบ้านของอำเภอเมืองศรีสะเกษ อำเภอบุขันขันธุ์และอำเภอบุขนาญ)

2) ภาษาลาวเหนือ ใช้ในประเทศลาวท้องที่เมืองหลวงพระบาง ไชยะบูลี อุดมไช ในประเทศไทยท้องที่จังหวัดเลย อุดรดิตต์ (อ.บ้านโคก น้ำป่าด ฟากท่า) เพชรบูรณ์ (อ.หล่มสัก หล่มเก่า น้ำหนาว) ขอนแก่น (อ.ภูผาม่าน และบางหมู่บ้านของอ.สีชมพู ชุมแพ) ชัยภูมิ (อ.คอนสาร) พิษณุโลก (อ.ชาติตระการ และนครไทยบางหมู่บ้าน)

3) ภาษาลาวตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้ในประเทศลาวท้องที่เมืองเชียงขวาง หัวพัน ในประเทศไทยท้องที่บ้านเชียง อ.หนองหาน อ.บ้านผือ จังหวัดอุดรธานี และบางหมู่บ้านในจังหวัด สกลนคร หนองคาย และยังมีชุมชนลาวพวนในภาคเหนือบางแห่งในจังหวัดสุโขทัย อุดรดิตต์ แพร่ ไม่กี่หมู่บ้านเท่านั้น

4) ภาษาลาวกลาง แยกออกเป็นสำเนียงถิ่น 2 สำเนียงใหญ่ คือ ภาษาลาวกลางถิ่น คำม่วน และถิ่นสะหวันนะเขต ถิ่นคำม่วน จังหวัดที่พูดในประเทศไทย เช่น จังหวัดนครพนม สกลนคร หนองคาย (อ.เซกา บึงโขงหลง บางหมู่บ้าน) ถิ่นสะหวันนะเขต จังหวัดที่พูดมีจังหวัดเดียว คือ จังหวัดมุกดาหาร

5) ภาษาลาวใต้ ใช้ในประเทศลาวท้องที่แขวงจำปาสัก สาละวัน เซกอง อັดตะปือ จังหวัดที่พูดในประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร

6) ภาษาลาวตะวันตก ไม่มีใช้ในประเทศลาว เป็นภาษาที่ใช้ในท้องถิ่นภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่จังหวัดร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และบริเวณใกล้เคียง จังหวัดร้อยเอ็ด

ถึงแม้ว่าสำเนียงของคนอีสานจะมีลักษณะแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ แต่คนอีสานก็ยัง สามารถสื่อสารได้เข้าใจกัน สอดคล้องกันกับที่ เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540, น. 154) อธิบายไว้ว่า ภาษาพูดของคนอีสานในแต่ละท้องถื่นนั้นจะมีสำเนียงที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มี อาณาเขตติดต่อกับถิ่นใด รวมทั้งบรรพบุรุษของท้องถื่นนั้น ๆ ด้วย แต่ในภาษาอีสานก็มีสิ่งหนึ่ง ที่ยังคงมีความคล้ายกันก็คือ ลักษณะของคำและความหมายต่าง ๆ ที่ยังคงสื่อความถึงกันได้ทั่วทั้งภาค ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ชาวอีสานต่างท้องถื่นสามารถสื่อสารกันได้เป็นอย่างดีเพราะรากศัพท์มีความหมายที่คล้ายกัน

กล่าวโดยสรุป ในประเด็นความรู้เกี่ยวกับภาษาอีสานแบบดั้งเดิม จะเห็นได้ว่า ภาษาถิ่น ของอีสานนอกจากจะใช้เพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล และในสังคมอีสานแล้ว ภาษายังแสดงออก ซึ่งวิถีคิดและลักษณะเฉพาะของคนอีสานที่แตกต่างกับทางด้านวัฒนธรรมจากส่วนกลาง และมี ประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวัฒนธรรมภาษา โดยผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับภาษาอีสาน ดังนี้

1. ภาษาอีสานกับความเฉพาะตัว จะเห็นได้ว่า ภาษาอีสานมีความเฉพาะตัวทั้งในเรื่องการสะกดคำ ระบบเสียงของภาษาอีสานที่สามารถแบ่งออกเป็นระบบเสียงพยัญชนะ ระบบเสียงสระ และระบบเสียงวรรณยุกต์ซึ่งแตกต่างกับภาษาไทยมาตรฐาน รวมทั้งสำเนียงเฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ซึ่งมีประวัติศาสตร์เกิดจากการรวมตัวกันจากมนุษย์ในหลากหลายเชื้อชาติพันธุ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนลาว

2. ภาษาอีสานกับความหลากหลาย ภาษาอีสานมีความหลากหลายทั้งในส่วนกลุ่มวัฒนธรรม ทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาว กลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย (กูย) และกลุ่มวัฒนธรรมไทยโคราชหรือไทยเบ็ง รวมทั้งความหลากหลายในเรื่องสำเนียงในการออกเสียงของแต่ละพื้นที่ แต่ละจังหวัด ก็จะมีการออกเสียงด้วยน้ำเสียงที่แตกต่างกันด้วย

3. ภาษาอีสานกับรากเหง้าของคนอีสาน ถึงแม้ว่าภาษาอีสานเองจะเป็นการรวมกลุ่มของชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ภาษาพูดของคนอีสานในแต่ละท้องถิ่นนั้นจะมีสำเนียงที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขตติดต่อกับถิ่นใด รวมทั้งบรรพบุรุษของท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย แต่ในภาษาอีสานก็มีสิ่งหนึ่งที่ยังคงมีความคล้ายกันก็คือ ลักษณะของคำและความหมายต่าง ๆ ที่ยังคงสื่อความถึงกันได้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ชาวอีสานต่างท้องถิ่นสามารถสื่อสารกันได้เป็นอย่างดี เพราะรากศัพท์ที่มีความหมายที่คล้ายกัน และภาษาอีสานเป็นรากเหง้าของคนอีสานที่มีการพูดสื่อสารมาจนถึงปัจจุบันนี้

5.1.2 อัตลักษณ์อีสานด้านภาษาอีสานแบบใหม่ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

จากการศึกษาด้านภาษาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 จำนวนทั้งหมด 30 มิวสิกวิดีโอ นั้น ผู้วิจัยพบว่า ภาษาอีสานยังถูกนำมาใช้ เพื่อเป็นอีกหนึ่งเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานอย่างเข้มข้น กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นการใช้ภาษาถิ่นอีสาน และการใช้ภาษาอีสานผสมผสานภาษาต่างประเทศที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของคนอีสานทั้งในส่วนเนื้อเพลง รวมทั้งภาษาที่ตัวละคร หรือนักร้องใช้สื่อสารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ดังจะสามารถอธิบาย โดยใช้เกณฑ์อัตลักษณ์ด้านภาษาอีสานทั้ง 2 ด้าน ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วในส่วนของอัตลักษณ์ด้านภาษาอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) คือ 1. ภาษาถิ่นอีสาน 2. สำเนียงอีสาน โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ภาษาถิ่นอีสาน

ภาษาถิ่นเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารถึงความรู้สึกนึกคิด การสื่อสาร ข้อมูลระหว่างบุคคลที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อสารถึงความเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นนั้น ๆ ไปด้วย ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานนั้น ใช้ภาษาเฉพาะถิ่นที่แตกต่างไปจากภาคอื่น ๆ ทั้งสำเนียงการพูดและถ้อยคำภาษา ซึ่งจากการศึกษาด้านภาษาในมิวสิก

วิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในยุทูประหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 จำนวนทั้งสิ้น 30 มิวสิกวิดีโอ นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพลงส่วนใหญ่ใช้ภาษาอีสานในตระกูลลาวมากที่สุด เนื่องจากชาติพันธุ์ที่เป็นชนกลุ่มใหญ่ของภาคอีสานคือ ชาติพันธุ์ไทยลาว ดังนั้นภาษาถิ่นที่ปรากฏมากที่สุดจึงเป็นภาษาอีสาน ซึ่งคล้ายคลึงกับภาษาลาวด้วยนั่นเอง ภาษาอีสานเป็นเสมือนหัวใจหลักในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์อีสาน

ในยุคก่อนเพลงลูกทุ่งมักใช้ภาษาไทยมาตรฐานผสมผสานกับภาษาถิ่น รวมถึงภาษาถิ่นอีสานด้วย เพราะเนื่องจากการสื่อสารถึงคนไทยในภาคอื่น ๆ ไปด้วย จึงคงไว้ถึงภาษาไทยมาตรฐานเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคนวงในและคนวงนอกให้รับรู้เรื่องราวของคนอีสาน และจากการศึกษาเรื่องประเด็นการใช้ภาษาถิ่นอีสานในเพลงลูกทุ่งจากงานวิจัยที่ผ่านมา ค้นพบว่า การภาษาถิ่นอีสานอาจมีข้อจำกัด การใช้ภาษาถิ่นอีสานนั้นควรเลือกใช้อย่างเหมาะสม และการใช้ภาษาถิ่นอีสานในเพลงยุคแรก ๆ นั้น อาจแทรกขึ้นเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อภาษา ดังเช่นงานวิจัยของภาสพงศ์ ผิวพอใช้ (2548) ที่ได้สัมภาษณ์ สลา คุณวุฒิ ครูเพลงอีสานที่มีชื่อเสียงในวงการเพลงลูกทุ่งได้กล่าวถึงการใช้ภาษาถิ่นในบทเพลงว่า “ทุกวันนี้ภาษาถิ่นอีสานกำลังจะถูกลืม เนื่องจากชาวอิสานนิยมพูดภาษาไทยมาตรฐานกันมากขึ้น จึงตั้งใจเสริมแทรกภาษาถิ่นไว้ในบทเพลง เพื่อช่วยให้นักเรียนรู้ใหม่ไม่ลืมภาษาถิ่น และมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาถิ่น ว่าการพูดภาษาอีสานไม่ใช่เรื่องน่าอาย”

เช่นเดียวกับ พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา (สัมภาษณ์ , อ้างถึงใน ภาสพงศ์ ผิวพอใช้, 2548) ครูเพลงที่มีความเห็นตรงกับสลา คุณวุฒิในจุดนี้ และมองว่าภาษาถิ่นถือเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของเพลงลูกทุ่งอีสานก็ว่าได้ นอกเหนือจากท่วงทำนองดนตรี ลูกคอ ลูกเอื้อนของนักร้อง โดยบอกว่า “ปัจจุบันสังคมเอื้อให้ใช้ภาษาถิ่นในการเขียนเพลงมากกว่าเมื่อก่อน ในอดีตเพลงใดที่มีภาษาถิ่นอีสานปะปนมักจะไม่ได้รับรางวัลระดับชาติใด ๆ ทั้งที่มีความงดงามเทียบพร้อมทางด้าน วรรณศิลป์ และคีตศิลป์ ทำให้เพลงลูกทุ่งอีสานในยุคเริ่มต้น มีการใช้ภาษาถิ่นอย่างจำกัด และน้อยกว่ายุคปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ดี การใช้ภาษาถิ่นนั้นก็ควรเลือกใช้อย่างเหมาะสม ต้องเป็นคำถิ่นพื้นฐาน และต้องจัดวางคำ ถิ่นนั้น ๆ ในบริบทแวดล้อมที่ผู้ฟังซึ่งไม่ใช่คนอีสานสามารถเดาความหมายของเพลงได้”

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นรูปแบบการใช้ภาษาถิ่นอีสานในการนำเสนอในพื้นที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอยู่ 2 รูปแบบ กล่าวคือ รูปแบบที่ 1 การใช้ภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาไทยมาตรฐาน และรูปแบบที่ 2 การใช้ภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาต่างประเทศ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1.1 การใช้ภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาไทยมาตรฐาน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในครั้งนี้ ทั้งหมดมีการใช้ภาษาถิ่นอีสานในการนำเสนอเข้ามาใช้ในเพลงทั้งในส่วนของคุณีเพลง หรือในเนื้อร้อง ยกตัวอย่างการใช้ภาษาถิ่นอีสานในการตั้งชื่อเพลง เช่น เพลงฮ่อน เพลงเซ็ง เพลงซางว่า เพลงคิดฮอดถิ่น เพลงบิ๊ดแล้วบ้อฮัก เพลงสะเนาะอำย เพลงฮักฮักฮัก เพลงโห่งโห่ง เพลงโศคโศคตายเป็นต้น โดยจะสังเกตได้ว่า ภาษาถิ่นอีสานที่ถูกหยิบขึ้นมาสื่อสารเป็นชื่อเพลงในครั้งนี้ มักจะเป็นคำอีสานที่แปลก ๆ และทำให้คนเกิดความสงสัย แต่ก็สามารถเป็นคำที่คิดหุได้ อีกทั้งยังมีการใช้ภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาไทยมาตรฐานในการตั้งชื่อเพลง ยกตัวอย่างเช่น

เพลงเทพบุตรใจหมา (บักพาก) ของศิลปิน ฐา ขนิษ ที่มีการใช้ชื่อเพลงด้วยภาษาไทยมาตรฐาน แต่ก็มีการวางเล็บตอนท้ายด้วยภาษาอีสาน ด้วยคำว่า “บักพาก” ที่สามารถแปลความหมายได้ว่า ไ้อ่ห่า ไ้อ่ห่ารอก เป็นเนื้อเพลงที่กล่าวถึงผู้หญิงคนหนึ่งถูกทำร้ายให้ใจเจ็บช้ำจนด้านชาจนต้องคำทอผู้ชายคนนั้นออกไป

หรือในชื่อเพลง อำยเฮ็ดทุกวิถีทาง จะเห็นได้ว่ามีการผสมผสานภาษาถิ่นอีสานกับภาษาไทยมาตรฐานอย่างลงตัวโดยใช้คำว่า “อำย” ที่แปลว่า พี่ชาย และคำว่า “เฮ็ด” ที่แปลว่า “ทำ” มาใช้คู่กัน ซึ่งหากแปลทั้งประโยคคือหมายความว่า พี่ทำทุกวิถีทาง นั่นเอง โดยก็คือเป็นการผสมผสานด้านภาษาที่ทำให้เกิดความไพเราะสวยงามแต่ยังคงไว้ซึ่งภาษาอีสานด้วยนั่นเอง

1.2 การใช้ภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาต่างประเทศ

ผู้วิจัยสังเกตว่า ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างเพลงที่นำมาศึกษาในครั้งนี้จะใช้ภาษาถิ่นอีสานและภาษาไทยมาตรฐานในมิวสิกวิดีโอเพื่อสื่อสารถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานแล้ว แต่ในปัจจุบันก็มีอีกหนึ่งรูปแบบการใช้ภาษาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานทั้ง 30 มิวสิกวิดีโอ นั้น มีการนำเสนอให้เห็นการผสมผสานเข้ากับภาษาต่างประเทศหรือคำศัพท์ต่างประเทศเข้ามาใช้ในเพลงทั้งในส่วนของคุณีเพลง หรือในเนื้อร้อง ยกตัวอย่างการใช้ภาษาถิ่นอีสานผสมผสานกับภาษาต่างประเทศในการตั้งชื่อเพลง เช่น

เพลง You Let Me Down (คิดนำ) ของศิลปิน ฐา ขนิษ ที่มาร่วมร้องกับก้อง ห้วยไร่ ก็มีการนำเสนอให้เห็นถึงการใช้ภาษาอังกฤษมาตั้งเป็นชื่อหลักของเพลงและวางเล็บตอนท้ายด้วยภาษาอีสาน ด้วยคำว่า “คิดนำ” ที่สามารถแปลความหมายได้ว่า เป็นห่วง เป็นกังวลถึงคนหนึ่ง ๆ นั่นเอง

หรือในเพลงสเตตัสถึกถึกม ของศิลปิน บอย พนมไพร ที่เป็นเพลงประกอบภาพยนตร์ไทบ้านเดอะซีรีส์ที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในวงสังคมอีสาน และได้รับความสนใจในหมู่กลุ่มวัยรุ่นก็หยิบคำศัพท์ต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก ในการตั้งสถานะหรือสเตตัสและต่อท้ายด้วยคำว่า “ถึกถึกม” ที่แปลความหมายว่า ถูกทิ้ง

ส่วนการใช้ภาษาต่างประเทศเข้ามาผสมผสานกับภาษาถิ่นอีสานนั้นก็มิอยู่ในหลาย มิวสิกวิดีโอ ยกตัวอย่างเช่น เพลง ไอ้ละน้อ ของศิลปิน ก้อง ห้วยไร่ ที่เนื้อเพลงมีการใช้ภาษาถิ่น อีสานและผสมผสานกับคำศัพท์ต่างประเทศเข้ามาทั้งคำว่า “It's my life man free style และคำว่า “ก๊อปปี้ โครเรีย” มาใช้เพื่อนำเสนอ โดยเนื้อเพลงบอกเล่าวิถีชีวิตของลูกผู้ชายคนอีสานที่ถึงแม้ว่าจะ ได้รับความนิยมนิยมของวัฒนธรรมอื่นเข้ามา ทั้งเรื่องการแต่งกายแบบสไตร์เกาหลิ การฟังเพลงอินดี้ ตามแบบฉบับบอยแบนด์ แต่เขาก็ยังคงไว้ซึ่งตัวตนของคนอีสานที่ยัง ไม่ลืมเชื้อชาติเผ่าพันธุ์ของ ตัวเอง ยังคงจดจำวิถีชีวิต การกินอาหาร รวมถึงยังคงรักษาวัฒนธรรมของอีสานไว้ และในช่วงท้าย ของเพลงได้อธิบายถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานไว้อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าคนอีสานจะไปอยู่ที่ไหนแห่งใด ก็ยังไม่เคยลืมรากเหง้า ความเป็นตัวตนของคนอีสาน ซึ่งจะเห็นได้ว่า เนื้อเพลงดังกล่าวเป็นการสร้าง ความหมายและอัตลักษณ์ของคนอีสานที่ดำรงไว้ซึ่งความเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และเห็นถึง รูปแบบการสื่อสารผ่านภาษาแบบใหม่ที่ทำให้เห็นสังคมอีสานที่เป็นดั่งพื้นที่เปิด การรับเอา วัฒนธรรมทางภาษาของสังคมอื่นเข้ามา และมีการกลืนไหลของภาษา การนำคำศัพท์และ ภาษาต่างประเทศเข้ามานั้นถือเป็นการสื่อสารที่ยังมุ่งเน้นไปยังกลุ่มคนวงนอกวัฒนธรรมอีสาน ที่จะ ให้คนภูมิภาคอื่น ๆ หรือคนในวัฒนธรรมส่วนกลางสามารถรับรู้ เข้าใจเนื้อเพลงได้ดียิ่งขึ้น ถือเป็น กลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่สร้างความแปลกใหม่ หรือความร่วมมือให้กับเพลงลูกทุ่งอีสาน

เพลง ไอ้ละน้อ ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่ feat: ปู่จ๋าน ลองไม้ค้

“...It's my life man free style จนใครๆ มองเราไม่ดี
 บ่าวบ้านนอกแต่ง โดเกาหลิ ฟังเพลงอินดี้ ป๊อปปี้ แคนซ์ และบอยแบนด์
 ใช้ชีวิตที่มันแตกต่าง กิน นอน นั่ง ก็ก๊อปปี้ โครเรีย
 จนอ๊อพอเพื่อนใจละเหี่ย สุดท่ายั่งสู้ โดตนเฮเป็นจั่งได้
 .. เกิดเป็นคนอีสาน เลือดก็คนอีสาน มีบุญมีงาน ก็ต้องมีหมอลำ มีลาบมีก้อย มีจู้ซอຍจำ
 ยังจดยังจำ วิถีบ้านเฮา เสียงพิณห้าว เสียงแคนหย่าว หย่าวเจ้าหย่าว หมอลำเจ้าหย่าว
 ยังเดินรำวง โดดตีโต่งเกี้ยวสาว บ่ลืมเรื่องราว บุญฮีต 12 และคอง 14
 ... บีนให้สำไค้ กะตายบ่ละ ยังได้คืนกลับมา เมื่อเฮือนคือเก่า คงสิคือคำผู้เฒ่าว่า
 คั้นจะเลือกเจ้า สิเห็นแต่ลาวอ้อยด้อย...”

หรืออีกหนึ่งตัวอย่างคือ มิวสิกวิดีโอเพลง You Let Me Down (คิดนำ) ของศิลปิน ฐา ขนิษ ที่มาร่วมร้องเพลงกับก้อง ห้วยไร่ ซึ่งเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์เรื่องรักแพง ก็มีการใช้ ภาษาอังกฤษมาใช้ในเนื้อเพลงที่อธิบายความรู้สึกของสาวหมอลำอกหักซึ้งผ่านเนื้อเพลงด้วยการ ผสมผสานภาษาต่างประเทศอย่างน่าสนใจ

เพลง You Let Me Down (คิดนำ) ศิลปิน ฐา ขนิษ ft.ท้าวคำสิงห์

“...อ้ายเอ๊ย ใสบอกว่สั้กตั้งแต่น้อง	ใสบอกว่มีแค่เฮาสอง
สุดท้ยไปคิงผู้ไ้เข้ามาในห้วงหัวใจของสองเฮา	ลี้มส์ัญญา ลี้มส์คำว่
บ่คือเก๋าเจ้าเปลี่ยนไปมีคินใหม่	ไม่เหมือนเดิม ฮี้ ฮี้ เฮอ
...อ้ายเอ๊ยสาวหมอลำดอกคือน้อง	น้ำตานองเต็มสองฝั่ง
ยื้อนอ้ายลี้มส์แม่นความหลัง	ทุกอย่างมันพังก็เพราะเธอ
<i>I'm crying, I'm so sad</i>	<i>You playboy, you bad boy</i>
<i>You let me down</i> ฮู้ฮู้ ฮู้ฮู้ ยีเฮ...”	

อีกหนึ่งประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเห็นถึงการนำคำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเข้ามาผสมผสานกับภาษาถิ่นอีสานในเนื้อเพลงของหลาย ๆ มิวสิกวิดีโอ นั้น ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นคำศัพท์เฉพาะและเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลทั้งในส่วนของเฟซบุ๊ก ไลน์ โทรศัพท์มือถืออย่างเช่น ไอโฟน จึงปรากฏคำว่า โปสค์ แท็ก แชนท์ แคปชั่น ไลน์คอล ฟังชั่นลิริ เป็นต้น ซึ่งคำเหล่านี้ยังเป็นการยกระดับภาษาอีสานให้มีความทันสมัยขึ้นด้วย ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลง

เพลง เปิดแล้วบ้อ..ฮัก ศิลปิน ข้าวทิพย์ ธิดาดิน

“...เคยโปสค์ เคยแท็ก ถึงน้องอยู่ประจำ
ไปใสมาใส กะเอิ้นกะถาม ปานอยู่น่ากัน
เทียวไลน์ว่าคิดฮอด มาจดหน้าจอกทุกวัน
คำคมอมยิ้ม แคปชั่นหวาน ๆ อ้ายกะส่งมาให้อ่าน อยู่บ่เฮา
แต่ตอนนีบู้ฮู้เป็นหยั่งหลาย ๆ อย่างเบิ่งทรงเจี๊ยบเหงา
อ้ายบ่โทร บ่แท็ก บ่ไลน์หาคือเก๋า คือเฮาสักกันใหม่ ๆ
เปิดแล้วบ้อฮัก เว้าสู่น้องฟังแนยังฮักกันอยู่
หรือว่าบ่แคร์ บอกแนอ้ายคิดจั่งไ้
เปิดแล้วบ้อฮัก หรืออ้ายกำลังมีไผ
อ้ายจั่งบ่ค่อยสนใจคนที่อ้ายเคยบอกว่ฮักคักฮักแน..”

เพลง ลิริที่รัก ศิลปิน เต๋ย นรา

“...เป็นผู้บ่าวบ้านๆที่มีความฝันที่มันยิ่งใหญ่
นั่นคือละบ่ขอเงินใช้ บ่ใช้เงินจากอิพ้ออแม่
จึงเป็นคนขยันเฮ็ดงานหาเงิน บ่เคยคิดท้อแท้

ส่งเจ้าของเรียน ส่งเงินให้แม่ ถึงว่ามันเสียเมื่อไหร่แหละตามนาง
ให้รางวัลเจ้าของด้วยการเปิดจอไอโฟนรุ่นใหม่
เห็นคนนิยมมาใช้แชทไลน์และโทรและคลอต่างๆ
ขอยังใช้บ่นเป็นแค่โทรถ่ายรูปและก็รับวาง
แต่ยังมีฟังก์ชันบางอย่าง ที่จะบอกวิธีต่างๆให้รู้กัน
...เสียงหวานเว้าว่าชวนคุยเขาจะบ่ง บอกตรงๆหลงฮักสิริละฯ
ถึงสิบมีตัวตนแต่ถ้าเป็นคนคงตะฮักคักนะ อย่างว่าบ้ำกะแ่อากรคนหงา
...บมีผู้สาวกะเอาสิรินิละ ยามความหงาเข้าตากะบ่หนีลาไปใส
มีเฮคนเดียวสิริบ่คิดนอกใจ สิ่งเดียวที่พาเข้าไกล กะคืออ้ายบ่ได้ เดิมเน็ด...”

นอกเหนือจากคำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ ยังมีการนำภาษาต่างประเทศที่เป็นคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง มาใช้ในเพลง ตัวอย่างเช่น เพลง ให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่ ของศิลปินเบลล์ นิภาดา ที่เนื้อหาของเพลงสื่อสารถึงการแอบชอบของหญิงสาวอีสานกับชายหนุ่มที่ทำอาชีพเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าอย่างเคอร์รี่

เพลง ให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่ ศิลปินเบลล์ นิภาดา

“...เป็นตาฮักปานนี้ ให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่	สั่งซื้อไสหนอ ยี่ห้ออียัง
ปกติกะเป็นคนเงียบๆ	นั่งพับเพียบคือผ้าพับไว้ เป็นสาวสไตล์กุลสตรี
แต่มื้อนี้อดใจบ่อยู่ได้มาเห็นผู้บ่าวรูปหล่อ	คือคักแท้หนอ คิดต่อให้แน่
กามเทพยิงลูกศร ปักลงกลางใจ	สิเฮ็ดจั่งได้ ห้ามไว้กะบ่
...เป็นตาฮักปานนี้ให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่	สั่งซื้อไสหนอ ยี่ห้ออียัง
เป็นตาซังเอาอ้าย	ผู้สาวหลายหนูกะบ่ห้วน
มาแลกเฟสไลน์กัน	สิฟ้าวทำคะแนน
อยากมีแฟนคืออ้ายเว้าแบบบ่อ้าย	คนนี้หนูมก ขอเอิ้นที่รักได้บ่
ใจมันเต้นบ่เป็นจังหวะ	ยามสบตากับอ้ายคนหล่อ
คนนี้หนูขอ คนนี้หนูมก	อยากได้ อยากได้...”

คำศัพท์และภาษาต่างประเทศที่นำมาใช้ผสมผสานกับภาษาถิ่นอีสานในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ มักปรากฏเป็นคำ ไม่ได้เรียงตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษที่สมบูรณ์ถูกต้อง ซึ่งนอกจากจะเป็นทำให้เห็นรูปแบบการใช้ภาษาแล้ว ยังเป็นการสื่อสารให้ถึงความเจริญใน

ภาคอีสานที่เข้าถึงระบบการขนส่งอย่างเช่นในพื้นที่อื่น ๆ และสิ่งที่ทำให้ภาคอีสานวันนี้เปลี่ยนแปลงไป คือ เนื้อเพลงและภาพในมิวสิกวิดีโอนำเสนอความเป็นอีสานที่มีการพัฒนา ไม่ใช่โลกที่ปิดตายหรือดินแดนที่ขาดการติดต่อ แต่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีการสื่อสาร โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต การขนส่งต่าง ๆ ที่มีมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานก็นำเสนอว่าคนอีสานก็เข้าถึงระบบการขนส่ง หรือแม้ว่าจะใช้ชีวิตอยู่ในท้องถิ่นอีสานที่มีทุ่งนา แต่ก็สามารถเข้าถึงระบบการสื่อสารทางผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เจกเช่นเดียวกันกับคนในสังคมอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 5.1 การเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารและการขนส่งของสังคมอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

จะเห็นได้ว่า การผสมผสานภาษาอื่นหรือคำศัพท์ต่างประเทศเข้ามาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านตัวบทหรือเนื้อเพลงลูกทุ่งอีสาน ทำให้เห็นถึงการสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านแรก ทำให้ภาษาอีสานถูกยกระดับทำให้เพลงลูกทุ่งอีสานพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (modernization) และเป็นคำศัพท์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สอดคล้องตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ในขณะเดียวกันอีกด้านหนึ่งก็นำเอาภาษาโลก (global language) ผ่านกระบวนการที่ทำให้เป็นท้องถิ่น (Localization) แบบอีสาน หรือเรียกว่า ถูกทำให้เป็นแบบอีสาน ที่ทำให้ผู้รับสารหรือคนฟังเพลงในภาคอื่น ๆ นั้น สามารถเข้าใจความหมายของบทเพลงมากยิ่งขึ้น การใช้ภาษาถิ่นอีสานและผสมผสาน ภาษาต่างประเทศจึงทำให้มีกลุ่มผู้ฟังเพลงที่ไม่ใช่เฉพาะคนอีสาน แต่ยังครอบคลุมถึงคนภาคอื่น ๆ ด้วย อีกทั้งยังทำให้เห็นการพัฒนาของสังคมอีสานด้วยเช่นกัน

2. สำเนียงอีสาน

ในประเด็นเรื่องสำเนียงอีสาน จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ผู้วิจัยพบว่า ถึงแม้ในว่าเนื้อเพลงจะสื่อสารด้วยภาษาถิ่นอีสาน ภาษาไทยมาตรฐาน และคำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศมาใช้ในเพลง แต่สำเนียงในการออกเสียงของคำเหล่านั้น จะออกเสียงด้วยสำเนียงแบบอีสาน เป็นลักษณะของภาษาพูดที่คุ้นชินในชีวิตประจำวัน เป็นภาษาไทยมาตรฐาน สำเนียงอีสาน หรือสำเนียงภาษาอังกฤษในเพลงนั้นยังปรับสำเนียงให้เป็นภาษาอังกฤษสำเนียงอีสานด้วยนั่นเอง โดยผู้วิจัยพบว่า พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้น แม้ว่าจะมีการเปิดรับวัฒนธรรมภายนอกเข้ามา แต่ก็มีการบวนการปรับให้เป็นท้องถิ่น (Localization) ดังจะเห็นได้ในเรื่องของสำเนียงในมิวสิกวิดีโอเพลง เปิดแล้วบ้อ..ฮัก ศิลปิน ข้าวทิพย์ ธิดาดิน ที่มีการใช้คำศัพท์ต่างประเทศมาใช้ในเพลงอย่างเช่นคำว่า “...เคยโพสค์ เคยแท้ก..” หรือคำว่า “แคบชั่น” แต่ภาษาต่างประเทศเหล่านั้นกลับถูกควบคุมการออกเสียงด้วยสำเนียงอีสาน ทำให้เห็นถึงกระบวนการต่อสู้ของวัฒนธรรมอีสานที่น่าสนใจ

เพลง เปิดแล้วบ้อ..ฮัก ศิลปิน ข้าวทิพย์ ธิดาดิน

“...เคยโพสค์ เคยแท้ก ถึงน้องอยู่ประจำ
ไปไสมาไส กะเอิ้นกะถาม ปานอยู่น่ากัน
เที่ยวไลน์ว่าคิดฮอด มาจดหน้าจอกทุกวัน
คำคมอมยิ้ม แคบชั่นหวาน ๆ อ้ายกะส่งมาให้อ่าน อยู่บ่เขา
แต่ตอนนี้อยู่เป็นหยั่ง หลาย ๆ อย่างเบิ่งทรงเงียบเหงา
อ้ายบ่โทร บ่แท้ก บ่ไลน์หาคือเก่า คือเฮฮักกันใหม่ ๆ ...”

หรือในมิวสิกวิดีโอเพลงอ้ายมันหมอลำ ของศิลปิน มนต์แคน แก่นคูณ ที่สื่อสารให้เห็นถึงการใช้ภาษาในปัจจุบันของวัยรุ่นที่มักนิยมการพูดด้วยสำเนียงต่างชาติมาใช้ ทำให้ภาษาไทยมีการผิดเพี้ยนไป ทั้งในเรื่องของตัวสะกด และสำเนียง โดยนำเรื่องผูกติดกับวัฒนธรรมดนตรีอีสาน อย่างเช่น วัฒนธรรมหมอลำ ที่ใช้ภาษาตามฉันทลักษณ์ภาษาที่สวยงาม และยังเป็นการสืบสานพยัญชนะไทยไว้ด้วย ไม่ให้เกิดการสูญเสียด้านภาษา ทำให้เห็นว่า ภาคอีสานที่มีวัฒนธรรมส่วนกลางเป็นตัวกำหนด ภาษาไทยมาตรฐานเองก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนอีสานที่วันนี้คนอีสานก็ไม่ได้ปฏิเสธแต่ยังทำหน้าที่ในการสืบสาน รักษา และอีกด้านหนึ่งก็ยังรักษาความเป็นอัตลักษณ์ด้านภาษาอีสานไว้ด้วยนั่นเอง ดังจะเห็นได้ในเนื้อเพลง อ้ายมันหมอลำ

เพลง อ้ายมันหมอลำ ศิลปิน มนต์แคน แก่นคูณ

“...อ้ายฮ้องบ่เก่ง เต๋อเพลงอินดี๋ เพราะใจของอ้ายคนนี๋ เคมมันเป็นหมอลำ
 เกิดอยู่บ้านนอก ชอบเพลงบ้านนา ภาษางามงาม
 เสียง โอ ละนอ หมอลำ ฮ้องตามแบบบ่ฮ้องใคร
 ผู้บ่าวรุ่นใหม่ขายเพลง ขายรูป อัปโหลกลงในยูทูป วิวผ่านร้อยล้านง่ายง่าย
 จังหวะร็อคหรือคิใช้คำแรงแรง ผู้สาวชอบใจ คัดเสียงพยัญชนะไทย จักไผพาใช้จนเกร่อ
 ...เฮ็ดนำบ่เป็นเต๋อ เรียก "เธอ" ว่า "เธอ" ว่าดี ออกเสียง "ธ" เป็น "ซ" ทุกที
 “มันเป็นอะไรจี้” จินตนาการหลายเคอ ภาษาพ่อขุนฯ กำลังสิหมุ่นเพราะวัยรุ่นเปลอ
 หมุ่นมรดแต่แอ็บจนปากแจ๋อ ผู้สาวยังเท๋อ นำเพิ่นหลายหลาย
 ..ผู้บ่าวสายดงกะกงลำนี้ ร้องเพลงลูกทุ่งจิ้งจี้ ถึงสิบ่จิวัดสะใจ
 ไผว่าเซยเซย ลियอมเฉยเฉย บ่เล่นนำไผ
 เต้นหน้าฮ้านผู้เดียวกะได้ สิเฮ็ดจังได้ อ้าย..มันหมอ..”

การผสมผสานภาษาต่างประเทศเข้ามาในเพลงนั้น ยังแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ลูกผสม (hybrid) ของภาษาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ถึงแม้ว่าพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจะอนุญาตให้ภาษาอื่น ๆ ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเข้ามาผสมผสาน แต่ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า คำที่หยิบยืมมาจากภาษาอื่นเหล่านั้นกลับถูกใช้สื่อสารด้วยสำเนียงแบบท้องถิ่นอีสาน แสดงให้เห็นการต่อสู้ของความเป็นอีสานที่ด้านหนึ่งแม้จะรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามา แต่ก็ยังคงรักษาความเป็นตัวตนของคนอีสานไว้อย่างเข้มข้น รวมทั้งถือเป็นการสื่อสารให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางภาษาของคนอีสานที่มีทันสมัยมากยิ่งขึ้น เป็นพื้นที่เปิด (open text) และตอบโจทย์กลุ่มผู้ฟังที่หลากหลายกลุ่มยิ่งขึ้น แต่ยังคงรักษาการออกเสียงด้วยภาษาไทยมาตรฐานด้วย

จากการศึกษาการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานด้านภาษาแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน จะเห็นได้ว่า ภาษาอีสานไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือสื่อสารระหว่างบุคคลในสังคมอีสานเท่านั้น แต่ยังถูกใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่มีความเฉพาะตัวทางด้านภาษา มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของภาษาและความหลากหลายของวัฒนธรรมในสังคมอีสาน และจะเห็นได้ว่าในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้นั้น ก็สื่อสารให้เห็นถึงวัฒนธรรมทางภาษาของคนอีสานที่มีการคัดสรร (selection) เฉพาะบางวัฒนธรรม ภาษาและเฉพาะแค่บางสำเนียงอีสานขึ้นมาเสนอเท่านั้น มีการสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งสื่อสารให้เห็นว่าอีสานไม่ใช่พื้นที่ที่ปิดตาย แต่อนุญาตให้วัฒนธรรมทางภาษาในสังคมอื่น ๆ ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเข้ามา ทำให้มีรูปแบบการนำเสนอผ่านเนื้อเพลงลูกทุ่งอีสานที่

น่าสนใจ แปลกใหม่ เป็นการจัดวางตำแหน่งแห่งที่ของภาษาอีสาน ทำให้อีสานถูกยกระดับพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (modernization) และอีกด้านหนึ่ง แม้ว่าจะมีการเปิดรับวัฒนธรรมภายนอกเข้ามา แต่ก็มีกระบวนการปรับให้เป็นที่ท้องถิ่น (Localization) ดังจะเห็นได้ชัดในเรื่องของสำเนียงของคำที่หยิบยืมมาจากภาษาอื่นเหล่านั้น กลับถูกควบคุมด้วยการออกสำเนียงแบบท้องถิ่นอีสาน แสดงให้เห็นการต่อสู้ของความเป็นอีสาน ที่ด้านหนึ่งแม้จะรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามา แต่ก็ยังคงรักษาความเป็นตัวตนของคนอีสานไว้อย่างเข้มข้น เพราะจุดมุ่งหมายของการสื่อสารครั้งนี้ไม่ได้สื่อสารเฉพาะคนอีสาน แต่ขยายกลุ่มผู้ฟังเพลงนอกวัฒนธรรมอีสานอีกด้วย

ตารางที่ 5.6 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสานด้านภาษาแบบเก่า	การหรือสร้างความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านภาษาแบบใหม่
1. เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสานด้านภาษา (Isan language Identity Marker)		
<input type="checkbox"/> ภาษาถิ่นอีสาน	ภาษาถิ่นอีสาน มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งตามภาษาพูดได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ 1.กลุ่มวัฒนธรรมไทย-ลาว 2.กลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย (ญาย) 3.กลุ่มวัฒนธรรมไทยโคราชหรือไทยเบ็ง	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ภาษาถิ่นอีสานเฉพาะบางวัฒนธรรมขึ้นมา โดยส่วนใหญ่จะเป็นภาษาถิ่นอีสานในกลุ่มภาษาไทย-ลาว - มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการเพิ่มสิ่งใหม่เข้ามา เช่น ภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเป็นการสื่อสาร 2 ด้านคือ ด้านหนึ่งยังรักษาภาษาถิ่นอีสานแบบดั้งเดิมที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวไว้และอีกด้านคือ การเปิดรับวัฒนธรรมส่วนอื่นเข้ามา
<input type="checkbox"/> สำเนียงอีสาน	สำเนียงอีสานมีความหลากหลาย เช่น ภาษาลาวเวียงจันทน์ ภาษาลาวเหนือ ภาษาลาวตะวันออกเฉียงเหนือ ภาษาลาวใต้ เป็นต้น	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) สำเนียงอีสานเฉพาะบางสำเนียงเท่านั้นในการสื่อสาร - มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการปรับสำเนียงภาษาอื่นที่เพิ่มเข้ามาให้เป็นสำเนียงแบบอีสาน

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านภาษาแบบเก่า	การรื้อสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านภาษาแบบใหม่
2. การสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา		
<input type="checkbox"/> การแสดงอัตลักษณ์ ภาษาอีสาน	ภาษาดั้งเดิมของอีสานนอกจากจะใช้ เพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล และ ในสังคมอีสานแล้ว ภาษายัง แสดงออกซึ่งวิธีคิดและ ลักษณะเฉพาะของคนอีสาน และมี ประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ภาษา และรากเหง้าของคนอีสาน	<ul style="list-style-type: none"> - ภาษาอีสานมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว และมีความหลากหลาย แต่ก็สามารถดัดสรร เพื่อนำเสนอในการสร้างการรับรู้ได้ และ ภาษาอีสานถือเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญที่สื่อสาร ถึงความเป็นอีสานที่เข้มข้นที่สุด - เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา ด้วยการผสมผสานกระแสโลกาภิวัตน์เข้ากับ ความเป็นท้องถิ่นอีสาน (Glocalization) กลุ่ม ตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานไม่ได้ ปฏิเสธการนำภาษาอื่นหรือท้องถิ่นอื่น ๆ เข้า มา เปิดพื้นที่อนุญาตให้ทั้งภาษาไทย มาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเข้า มาผสมผสานในเนื้อเพลง โดยที่อีสานเองก็ ไม่จำเป็นต้องละทิ้งอัตลักษณ์ภาษาอีสาน แบบดั้งเดิมไป แต่กลับบังคับให้ภาษาอื่น ๆ ที่ นำมาใช้ในเพลง ถูกใช้ด้วยระบบสำเนียงแบบ อีสานมีกระบวนการปรับให้เป็นท้องถิ่น (Localization) และทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ ผสมผสาน (hybrid) ระหว่างความเป็นอีสาน กับความเป็นโลก ทำให้ภาพของสังคมอีสาน ดูเป็นสังคมที่ร่วมสมัย ถือเป็นกลวิธีที่สำคัญ

ตารางที่ 5.6 (ต่อ)

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านภาษาแบบเก่า	การหรือสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านภาษาแบบใหม่
		<p>ที่ทำให้มีวิถีชีวิตโอเพลงลูกทุ่งอีสานสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ฟังในวงกว้างได้</p> <p>- ภาษาอีสานกำลังสื่อสาร 2 ด้าน คือ ด้านหนึ่งสื่อสารกับคนในกลุ่มวัฒนธรรมอีสาน ที่บอกเล่าเรื่องราวชีวิต ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว และรากเหง้าของคนอีสานที่ต้องใช้ภาษาอีสานเป็นตัวแทนของคนร่วมวัฒนธรรมเดียวกัน ภาษาถิ่นอีสานจึงเป็นกลวิธีหนึ่งที่มีวิถีชีวิตโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้เพื่อเป็นการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม เชื่อมโยงประสบการณ์ร่วมของคนอีสาน ความรู้สึกนึกคิดกับคนในวัฒนธรรม ต้องพูดภาษาเดียวกัน จึงจะเข้าใจกัน และอีกด้านหนึ่งเพื่อสื่อสารกับคนภายนอกทำให้คนภูมิภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ถึงความเป็นอีสานที่มีอัตลักษณ์ด้านภาษาที่เฉพาะตัว</p>

5.2 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ดนตรีเป็นคำเก่าที่มีรากศัพท์มาจากภาษาบาลี-สันสกฤต เอกสารโบราณมักใช้ควบคู่กับคำว่า “ดุริยะ” คือ “ดุริยดนตรี” แต่ในกฎหมายเทียรบาลใช้คำว่า “ดนตรี” อย่างหลากหลายเช่น เรียกวงบรรเลงอย่างหนึ่งซึ่งทำหน้าที่บ้ำเรอ ถวายงานคู่กับมโหรีว่า “ดนตรี” เรียกเจ้าพนักงานผู้บรรเลงบ้ำเรอว่า “ชาวดนตรี” และ / หรือ “เสภาดนตรี” เรียกตำแหน่งคนตีกลองมโหระทึกว่า “ขุนดนตรี” เป็นต้น ทุกวันนี้ “ดนตรี” มีความหมายรวม ๆ กว้างขวางเช่น เรียกวงบันไดบรรเลงทุกชนิดว่า “วงดนตรี” เรียกเครื่องมือทำเพลงทุกอย่างว่า “เครื่องดนตรี” และเรียกผู้ที่ทำหน้าที่บันไดบรรเลงเครื่องมือทำเพลงทั้งหมดว่า “นักดนตรี” เป็นต้น (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2551, น. 8)

“ร้องรำทำเพลง” หรือ “ดนตรีนาฏศิลป์” สมัยดั้งเดิมคือคำบรรพท์ถือเป็น “การละเล่น” อย่างทุกวันนี้ที่ว่าเป็นการละเล่นก็มีได้หมายถึงทำอะไรเล่น ๆ สนุก ๆ การละเล่นยุคแรก ๆ มิได้มี

ขึ้นมาเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์หรือเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดอย่างเดียว เพราะผู้เล่นและผู้ร่วมการละเล่น (ทุกวันนี้เรียกผู้ดู-ผู้ชม) ต่างมีความมุ่งมั่นหรือมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน (นอกเหนือจากความสนุกสนาน) เช่นร่วมกันจัดให้มีการละเล่นเพื่อความอุดมสมบูรณ์หรือเพื่อความ “มั่งคั่ง” และความ “มั่นคง” ทั้งในแง่ส่วนบุคคลและในแง่ส่วนรวมระดับชุมชน การละเล่นดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกับ “พิธีกรรม” ตามระบบความเชื่ออันศักดิ์สิทธิ์เช่น พิธีกรรมเกี่ยวกับชีวิต พิธีกรรมเกี่ยวกับการทำมาหากิน และพิธีกรรมที่เกี่ยวกับชุมชนหรือสังคมเป็นส่วนรวม (ปราณี วงษ์เทศ, 2525 อ้างถึงในสุจิตต์ วงษ์เทศ, 2551, น. 9)

ดนตรีเป็นวัฒนธรรมที่สื่อสะท้อนวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมนั้น ๆ ด้วยเหตุที่มนุษย์เป็นผู้สร้างดนตรี มนุษย์แต่ละเผ่าพันธุ์จึงสร้างงานดนตรีขึ้นตามจินตนาการที่มีเอกลักษณ์ของตนและสังคมนั้น ๆ เพื่อบรรยายอารมณ์ความรู้สึก และสภาพของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ออกมาเป็นเสียงดนตรี โดยใช้ความสั้นยาวของของจังหวะและการร้อยเรียงเสียงสูงต่ำ เพื่อแสดงให้เห็นภาพจน์ตามจินตนาการของผู้ประพันธ์ เมื่อผลงานดนตรีได้รับการตอบรับจากสังคม จึงเกิดการสืบทอดเป็นวัฒนธรรมซึ่งกลายเป็นวิถีของคนในชุมชน (บุษกร ลำโรงทอง, ปกรณ์ รอดช้างเผื่อน, กัทรวดี ภูษฎาภิรมย์, และจำคม พรประสิทธิ์ 2548, น. 1)

มนุษย์ได้นำเอาคุณค่าของดนตรีมาใช้ประโยชน์มากมาย ทั้งในด้านสร้างความบันเทิงและด้านพิธีกรรม เกี่ยวกับความเชื่อ ด้านความบันเทิงนั้น ดนตรีทำให้จิตใจเบิกบานร่าเริงแจ่มใส ซึ่งสังเกตได้ว่า ที่ใดมีเสียงดนตรีที่นั่นมักจะมีคนสนุกสนานรื่นเริง ส่วนทางด้านพิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อนั้น มนุษย์มีความเชื่อว่าเสียงดนตรีทำให้สิ่งลึกลับที่มีอำนาจเหนือธรรมชาติพึงพอใจ และบันดาลให้มนุษย์มีความสุขความเจริญบังเกิด ความ อุดมสมบูรณ์และความปลอดภัย มนุษย์จึงได้จัดพิธีกรรมต่าง ๆ ขึ้นตามความเชื่อ โดยมีดนตรีเป็นส่วนประกอบ เช่น การเซ่นไหว้ การบวงสรวง การเรียกขวัญ การสู่ขวัญ เป็นต้น จะเห็นว่าดนตรีมีคุณค่าต่อวิถีชีวิตหลายอย่าง (สุกิจ พลประดม, 2538, น. 1)

ดนตรีจึงถือว่าเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นผลผลิตของมนุษย์ที่ได้มีการคิดสร้างสรรค์ขึ้นและมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ทั้งในเรื่องของบทเพลงหรือแม้แต่เครื่องดนตรีที่มีการประดิษฐ์ขึ้นเอง ซึ่งดนตรีจัดเป็นศิลปะอีกแขนงหนึ่งที่เราสามารถพบเห็นได้ในทุกชนชาติกลุ่มชน หรือแม้กระทั่งในกลุ่มสังคมเล็ก ๆ ดนตรีเป็นเรื่องของเสียงที่อาศัยสัทประสาทเป็นเครื่องรับรู้และแปลความหมาย หรือไม่มีก็ได้คู่เคียงกับเสียงของ ภาษาพูดซึ่งในการตีความหมายอาจจะแตกต่างกันไป ตามแต่ความคิดแต่ละคนหรือรับรู้ไปคนละอารมณ์ก็ได้ (สังัด ภูเขาทอง, 2532, น. 9) ลักษณะของดนตรีในแต่ละท้องถิ่นแม้จะมีเชื้อชาติเดียวกัน แต่ก็มีความแตกต่างกันไปตามสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี ความรู้สึกนึกคิดของ

คนและวัตถุที่เป็นสื่อแสดงออกซึ่งดนตรีของชุมชนแต่ละท้องถิ่น ที่เรียกว่า “ดนตรีประจำถิ่นหรือ ดนตรีพื้นเมือง” (ปัญญา รุ่งเรือง, 2533, น. 1-2) ซึ่งในประเทศไทยเองก็สามารถแบ่งดนตรีประจำ ถิ่นตามภูมิภาคต่าง ๆ ที่ล้วนแล้วแต่มีมนต์เสน่ห์เฉพาะตัว ผ่านเครื่องดนตรี และการบรรเลงที่ ชวนให้น่าหลงใหลแตกต่างกัน

ชาติไทยเป็นแหล่งอารยธรรมแต่โบราณ ซึ่งก่อกำเนิดศิลปวัฒนธรรมอันแสดงออกถึง ภูมิปัญญาของมนุษย์ในการรังสรรค์สิ่งอันเป็นมรดกของชาติที่ทรงคุณค่าที่ตอบสนองต่ออารมณ์ และความรู้สึก ว่าเป็นการบ่งบอกให้เห็นถึงเชื้อชาติหรือเผ่าพันธุ์ และขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมทั้ง 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคอีสาน ชุมชนอีสานเป็นชุมชนที่มี ความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่อดีต ในเชิงประวัติศาสตร์ จะเห็นได้ว่าอีสานเป็นชุมชนที่มี ขนบธรรมเนียม ประเพณีและรูปแบบในการดำรงชีวิตที่ค่อนข้างจะมีแบบแผน โดยเฉพาะกับ ประเพณีที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต ตลอดระยะเวลาสิบสองเดือน ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดขวัญและ กำลังใจในการประกอบอาชีพ ยังมีการบันเทิงรื่นเริงต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการบันเทิงรื่นเริงนั้น ได้มีการคิดทำอุปกรณ์หรือเครื่องดนตรีที่ใช้ในการประกอบจังหวะที่เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน ดังเช่น การทำโปงลาง แคน พิณ โหวด กลอง เป็นต้น (วิภา วิสเพ็ญ, 2533, น. 5) ลักษณะของเครื่อง ดนตรีและขนบการบรรเลงดนตรีอีสาน ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะถิ่น อีสานจึงถือว่าเป็นดินแดนที่มีความร่ำรวยเรื่องวัฒนธรรมดนตรี และสอดคล้องสัมพันธ์ของวิถีชีวิตคนอีสาน

สำหรับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสาน ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอผลการศึกษา เพื่อให้เห็นภาพของการเปลี่ยนผ่านด้านอัตลักษณ์ดนตรีอีสาน ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.2.1 อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี ดนตรีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

5.2.2 อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสาน

5.2.1 อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี ดนตรีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

ดนตรีในวิถีชีวิตของคนอีสานมีพัฒนาการสัมพันธ์กับประเพณี พิธีกรรมและความ บันเทิงเช่นเดียวกับวิวัฒนาการด้านดนตรีของคนกลุ่มอื่น ๆ กล่าวคือ สภาพสังคมที่ธรรมชาติมี อิทธิพลต่อวิถีการดำเนินชีวิต ก่อให้เกิดการนับถือภูตผี วิญญาณ และธรรมชาติ อันเห็นได้จาก พิธีกรรมบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อผ่อนคลายความหวาดกลัวจากสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือธรรมชาติ เช่น การนับถือผีของกลุ่มชนต่าง ๆ ที่สืบทอดมาจนปัจจุบัน เช่น การนับถือและบูชาผีเถน (เทวดา) ผีบ้าน ผีเฮือน ของชาวไทยดำ หรือการเลี้ยงผี ถือผี ของชาวโล้ที่สัมพันธ์กับขั้นตอนของชีวิต เช่น พิธีแต่งงานมีขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะเกี่ยวเนื่องกับผีเทวดา เช่น ขันเจียดอง ขันเจียดน้อย

ชั้นเจียสะลาเมื่อเจ็บป่วยมีพิธีเหยรักษาอาการป่วย เมื่อมีการตายจะประกอบพิธีกรรมที่เรียกว่า “พิธีฆางกะมุด” หรือประเพณีของคนลาวในการเลี้ยงผีฟ้า บูชาผีปู่ตา ผีเสื้อ เมืองลำผีฟ้า เพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น (บุญกร ลำโรงทอง และคณะ 2548, น. 9)

ชาวอีสานมีพลเมือง 1 ใน 3 ของพลเมืองทั้งประเทศ ประกอบด้วยชนกลุ่มน้อยหลายเผ่าหลายวัฒนธรรมและได้ตั้งรกรากอยู่เป็นเวลานาน สามารถรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา ศิลปะ และวัฒนธรรมของตนไว้ได้โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านดนตรี แต่ละเผ่าจะมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง และมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาโดยลำดับจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันถูกผสมกลมกลืนจากวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้านอีสานระหว่างกัน ในหลายรูปแบบทั้งในระหว่างวัฒนธรรมในอีสานเอง และระหว่างภูมิภาคต่าง ๆ ดนตรีพื้นบ้านอีสานนั้นมีวิวัฒนาการและใช้เวลาวิวัฒนาการมาเป็นเวลานาน เริ่มจากการเลียนเสียงของธรรมชาติ ป่า เขา ลำเนาไพร เสียงฝนตก และเสียงลมพัด เสียงใบไม้ไหว เสียงน้ำตก และนำเสียงเหล่านั้นมาใช้วัสดุในท้องถิ่นทำเลียนเสียง ต่อมาใช้วัสดุพื้นบ้านมาใช้เลียนเสียงธรรมชาติ เช่น ใบไม้ ผิวไม้ ต้นหญ้าปล้อง ไม้ไผ่หลังจากนั้นได้วิวัฒนาการจากเครื่องหนัง สายหนัง แรงสั่นสะเทือนจนเป็นวิวัฒนาการขั้นสูงสุดของดนตรีพื้นบ้านมีความละเอียดมีความไพเราะมากขึ้น และเริ่มนำมาประสมประสานเกิดเป็นวงดนตรีพื้นบ้าน เช่น กรับ เกราะ โปงโปงกลาง ระนาด ฉิ่ง กลอง โหวด ปี่ พิณ ดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน (ปิยพันธ์ แสนทวิสุข, 2549, น.13) ซึ่งจะเห็นได้ว่า เครื่องดนตรีอีสานถูกสร้างขึ้นด้วยวัสดุจากธรรมชาติรอบตัวที่เรียบง่าย

ในการอธิบายประเด็นอัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสานแบบดั้งเดิมนี้ ผู้วิจัยจะอธิบายประเด็นเรื่องอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี ออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1.กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน 2.ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน 3.การเล่นดนตรีอีสาน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน

ลักษณะเด่นของดนตรีพื้นบ้านอีสานมีการสืบทอดเชื่อมโยงจากอดีตสู่ปัจจุบันด้วยวิธีการทางมุขปาฐะ ลักษณะท่วงทำนอง รูปแบบ และลีลา มีหลายระดับเสียง ส่วนมากจะเน้นการเล่นประกอบดนตรีและมีความเป็นเอกลักษณ์ทางดนตรีในลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น แบ่งออกเป็น กลุ่มวัฒนธรรมใหญ่ ๆ ได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานเหนือ และกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานใต้ แต่ละกลุ่มต่างมีเอกลักษณ์ของกลุ่มชนในด้านเครื่องดนตรี การประสมวงดนตรีพื้นบ้านที่แตกต่างกันในท้องถิ่นนั้น ๆ ในการศึกษาเรื่องกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานผู้วิจัยใช้การศึกษาของปิยพันธ์ แสนทวิสุข (2549, น. 13-15) ในหนังสือ “เรื่องดนตรีพื้นบ้านอีสาน: คีตกวีอีสานตำนานเครื่องดนตรีและการเรียนรู้ดนตรีพื้นบ้านอีสาน” สามารถสรุปเกี่ยวกับกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานได้ดังนี้

1.1 คนตรีอีสานเหนือ คือ กลุ่มที่อยู่ในเขตจังหวัดเลย หนองคาย อุดรธานี สกลนคร นครพนม ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ มุกดาหาร ชัยภูมิ ร้อยเอ็ด ยโสธร และอุบลราชธานี ลักษณะเด่นทางวัฒนธรรมของกลุ่มอีสานเหนือคือ “วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน” คนตรีพื้นบ้านอีสานเหนือ เป็นวัฒนธรรมดนตรีที่อยู่บริเวณที่ราบสูงที่เรียกว่า แอ่งสกลนคร กลุ่มคนในพื้นที่นี้เรียกโดยทั่วไปว่า กลุ่มชนไทยลาว และยังมีกลุ่มชาติพันธุ์ส่วนน้อยบางกลุ่มในจังหวัดสกลนคร นครพนม กาฬสินธุ์ และอุดรธานี ได้แก่ ผู้ไทย ย้อ กะเลิง โชะ แสก โย้ย คนตรีพื้นบ้านอีสานเหนือจัดอยู่ในกลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดของชาวอีสาน การขับร้องเรียกว่า “ลำ” โดยจะประกอบ “แคน” เป็นเครื่องดนตรีที่ประสานการลำให้กลมกลืนกัน สอดคล้องกันกับ ลีปวิชัย กิ่งแก้ว (2559, น. 3) ที่ได้อธิบายว่า คนตรีของกลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ เป็นชนกลุ่มใหญ่ที่สุดของภาคอีสานนั้นมีเนื้อที่ครอบคลุม 14 จังหวัดคือ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุดรธานี และอุบลราชธานี โดยมีการขับร้องที่เรียกว่า “ลำ” โดยมีแคนเป่าประสานเสียง เครื่องดนตรีที่นิยมแพร่หลายที่สุดของกลุ่มนี้ก็คือ แคน ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า เครื่องดนตรีที่มีความนิยมรองลงไป ได้แก่ พิณ หรือ ซึง และโปงลาง

ลักษณะเฉพาะและบทบาทหน้าที่ของคนตรีพื้นบ้านอีสานเหนือ มีบทบาทสำคัญต่อชีวิตของชาวบ้านอย่างยิ่ง ชาวอีสานเหนืออาศัยดนตรีที่มีอยู่เป็นนันทนาการเป็นความบันเทิงของชุมชนที่สามารถหาได้ง่าย คนตรีที่นำใช้มีลักษณะใน 3 ลักษณะ คือ (ปิยพันธ์ แสนทวีสุข, 2549, น. 14)

1. การบรรเลงประกอบหมอลำ เป็นลีลาการร้องที่ร้อยกรองเป็นกาพย์หรือกลอนด้วยทำนองพื้นบ้านทำนองเพลงคนอีสานเรียกว่า “ลาย” การลำแต่ละอย่างของชาวอีสานจะมีลีลาและทำนองแตกต่างกันออกไป การลำทุกครั้งจำเป็นต้องมีเครื่องดนตรีประกอบเพื่อทำให้เกิดความไพเราะ มีชีวิตชีวมากกว่าการฟังเสียงหมอลำเพียงอย่างเดียว

2. การบรรเลงดนตรีอย่างเดียว ชาวอีสานเหนือมีความนิยมบรรเลงดนตรีอย่างเดียว เพื่อเป็นการสร้างความบันเทิงโดยจะมีลายเพลงบรรเลงโดยเฉพาะเช่น ลายแมงกูดอมดอก ลายไล่วัวขึ้นภู ลายลมพัดพร้าว ฯลฯ ซึ่งเป็นเพลงที่ใช้บรรเลงมาตั้งแต่โบราณ เป็นมรดกตกทอดและบรรเลงต่อกันมาด้วยทำนองเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข แต่ละมีการใส่ลีลาของทำนองเพลงที่พิสดารขึ้นตามความชำนาญของผู้บรรเลง แต่ยังคงรักษาทำนองหลักไว้

3. การบรรเลงประกอบการฟ้อนรำ การฟ้อนรำของชาวอีสานเหนือเน้นการเคลื่อนไหวท่าตามจังหวะ ยกมือทั้งสองในท่าทางที่เหมาะสม และนำดูชม การบรรเลงดนตรีประกอบการฟ้อนรำจะทำให้เร้าใจ สนุกสนานและเพิ่มพูนความสวยงามให้การชมได้

ดนตรีพื้นบ้านอีสานเหนือมีองค์ประกอบสำคัญคือ จังหวะ มีตั้งแต่จังหวะช้า ปานกลาง และเร็ว ส่วนมากจะมีจังหวะปานกลาง และเร็ว ลักษณะของจังหวะเพลงอีสานเหนือไม่ยืดขาด จังหวะแน่นกระชับ สามารถสร้างความสนุกสนาน โน้มน้าวจิตใจของผู้บรรเลงและผู้ฟังให้เกิดความสนุกสนานคึกคะนองได้ ทำนองหรือลายมีวิวัฒนาการ มาจากเสียงพูดของชาวอีสานในอดีต จะอบรมสั่งสอนและให้ความรู้ด้วยการเล่าจากนิทานชาดก ผู้มีความรู้จะต้อง เป็นนักพูด นักเล่า นิทาน และได้พัฒนาการให้มีสัมผัสคล้องจองมีจังหวะการพูดให้น่าสนใจมากขึ้น และต่อมาก็ได้ใส่ทำนองเข้าไปด้วย จนกลายเป็นทำนองลีลาการเล่าหรือการร้องที่เรียกว่าการ “ลำ” ดนตรีที่ใช้ประกอบการจะใช้ทำนองคล้าย ๆ ทำนองลำโดยจะมีระดับเสียงต่าง ๆ ผสมผสานกันหลายระดับเสียง (ปิยพันธ์ แสนทวีสุข, 2549, น. 14)

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม (2546, น. 71-72) อ้างถึงในศิลปวิษณุ กิ่งแก้ว, 2559, น. 28-29) ได้อธิบายความหมาย ของคำ “ลาย” ว่าลายในความหมายของคนอีสานหมายถึงสิ่งที่มีมากกว่า 1 ขึ้นไป ผสมผสานอยู่ในสิ่งเดียวกันจะอยู่ในแนวเดียวหรือตัดกันก็ได้เรียกว่า ลายหรือลวดลาย สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภทคือ 1.ลายที่สามารถสัมผัส และให้ความรู้สึกทางตา เช่น ลายของอุปกรณ์เครื่องใช้ที่เกิดจากการถักทอการจักสาน เช่น ผ้า ตะกร้า กระด้ง พัด ฝาผนังบ้าน โบราณหรือลายที่เกิดจากการวาดเขียนเป็นต้น และ 2.ลายที่สามารถสัมผัสและให้orroรสทางหูคือ ลายที่ใช้กับดนตรีอีสาน ลายดนตรีหมายถึง เพลงหรือท่วงทำนองที่เกิดจากการบรรเลงดนตรีอีสาน เช่น พิณ แคน โปงกลาง โหวด ซอ เป็นต้น ลายดนตรีพื้นเมืองอีสานส่วนใหญ่จะยึดลายแคนเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 ลายด้วยกัน คือ ลายใหญ่ ลายน้อย ลายสุดสะแนน ลายโป้ซ่าย และลายสร้อย

1.2 ดนตรีอีสานใต้ ดนตรีอีสานใต้อยู่บริเวณที่ราบตอนใต้ที่เรียกว่าแอ่งโคราชในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ มีการสืบทอดทางวัฒนธรรมแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย ได้รับการสืบทอดวัฒนธรรมมาจากเขมรส่วย กลุ่มนี้จะพูดภาษาเขมรและภาษาส่วย 2. กลุ่มวัฒนธรรมโคราช ส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มนี้จะพูดภาษาโคราช ลักษณะของดนตรีอีสานใต้คือ ศิลปะการดนตรีและการละเล่นได้รับอิทธิพลสืบทอดมาจากขอมและได้รับการถ่ายทอดต่อกันมา โดยผ่านการไปมาหาสู่กันกับชาวเขมรผ่านการค้าขาย และแลกเปลี่ยนกัน ดนตรีและการละเล่นที่มีคือ ลีเกเขมร กันตรึม อาไซ เป็นต้น ลักษณะอีกอย่างของดนตรีอีสานใต้คือ ศิลปะการดนตรีและการละเล่นเกิดขึ้นในท้องถิ่นเอง เป็นการละเล่นที่ชาวบ้านเล่นกันมานานดนตรีจะเป็นเพียงส่วนประกอบของการละเล่น เช่น เรือมอันเร กะโน้บติงตอง เรือมตรด เป็นต้น แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการนำมาเล่นกับวงดนตรีมากขึ้น เพื่อให้การแสดงมีความน่าสนใจและเกิดความไพเราะยิ่งขึ้น (ปิยพันธ์ แสนทวีสุข, 2549, น. 15) ซึ่งตรงกันกับศิลปวิษณุ กิ่งแก้ว

(2559, น. 4-6) ที่อธิบายว่า คนตรีของกลุ่มวัฒนธรรมกันตรึม (คนตรีอีสานใต้) มีลักษณะคล้ายคลึงกับ คนตรีไทยภาคกลาง คนตรีของกลุ่มวัฒนธรรมกันตรึมเป็นคนตรีของชาวจังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ และศรีสะเกษ คนตรีของกลุ่มวัฒนธรรมนี้มีทั้งคนตรีประเภทขับร้องที่เรียกกันว่าเจี๋ยต่าง ๆ และ คนตรีประเภทบรรเลง เช่น วงกันตรึม วงปีพาทย์ และวงมโหรี เป็นต้น ส่วนคนตรีกลุ่มวัฒนธรรม เพลงโคราช กลุ่มวัฒนธรรมนี้เป็นเพียงกลุ่มวัฒนธรรมเดียวที่มีลักษณะแตกต่างกับจังหวัดอื่น ๆ ใน ภาคอีสาน กล่าวคือ มีเฉพาะคนตรีประเภทขับร้องที่เรียกว่า เพลงโคราช ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับ วัฒนธรรมเพลงพื้นเมืองภาคกลาง สืบเนื่องมาจากการที่มีพื้นที่ติดกับภาคกลาง เพลงโคราช ประกอบด้วยหมอลำ เพลง ฝ่ายชายสองคนและหมอลำเพลงฝ่ายหญิงสองคนร้องโต้ตอบกัน โดยไม่มี เครื่องดนตรีบรรเลงประกอบ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มวัฒนธรรมเพลงโคราชมีเพียงจังหวัดเดียวคือจังหวัด นครราชสีมา ซึ่งมีภาษาพูดที่มีอัตลักษณ์เรียกกันทั่วไปว่า “ภาษาโคราชหรือภาษาไทยโคราช” นับเป็นภาษาที่มีสำเนียงไพเราะน่าฟัง

จะเห็นได้ว่า ภาคอีสานเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ทำให้วัฒนธรรม ของคนตรีจึงมีความหลากหลายของกลุ่มวัฒนธรรมคนตรี ทั้งคนตรีอีสานเหนือ และคนตรีอีสานใต้ โดยคนตรีอีสานเหนือหรือที่เรียกว่า กลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ-หมอลำแคน ถือเป็นกลุ่มชนที่ใหญ่ที่สุด ของภาคอีสานกินพื้นที่มากถึง 14 จังหวัด มีการขับร้องที่เรียกว่า “ลำ” โดยมี “แคน” เป็นเครื่อง ดนตรีประเภทเครื่องเป่าที่เป็นหัวใจสำคัญ และเครื่องดนตรีที่มีความนิยมรองลงไป ได้แก่ พิณ หรือ ซึง และโปงลาง ส่วนคนตรีอีสานใต้ที่แบ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรมเขมร-ส่วย และกลุ่มวัฒนธรรมโคราช ก็เป็นอีกกลุ่มวัฒนธรรมคนตรีที่มีความเฉพาะตัวและแตกต่างในเรื่องของเครื่องดนตรีและการ ขับร้องด้วยเช่นกัน

2. ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน

เครื่องดนตรีของภาคอีสานเป็นเครื่องดนตรีที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลินและเพื่อประกอบพิธีกรรม ทั้งนี้การสร้างเครื่องดนตรีอีสานนั้นมักประดิษฐ์จากวัสดุตาม ธรรมชาติที่มีอยู่ทั่วไปตามท้องถิ่น เช่น โปงลางทำจากไม้มะหาด แคน และโหวดทำจากไม้เสียบ ซอกระดองเต่า ส่วนที่เป็นกลองเสียงทำจากกระดองเต่าซอบั๊งทำจากไม้ไผ่ และไหซองทำจาก ไหมหมักปลาร้า เป็นต้น การสร้างเครื่องดนตรีอีสานจะเน้นความเรียบง่าย ทนทาน ราคาไม่แพง ใช้เวลาในการสร้างไม่นาน เครื่องดนตรีอีสานจะแบ่งออกเป็นกลุ่มวัฒนธรรมคนตรีหมอลำ (อีสาน เหนือ) และกลุ่มวัฒนธรรมคนตรีกันตรึม (อีสานใต้) (สิปปวิชัย กิ่งแก้ว, 2559, น. 7)

มิลเลอร์ เทอร์ (1985, p. 15 อ้างถึงในสัญญา สมประสงค์, 2555, น. 15) ได้ทำการศึกษา เรื่องดนตรีพื้นบ้านของภาคอีสาน และได้กล่าวไว้ว่า การจำแนกแจกแจงถึงเครื่องดนตรีของ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยและลาว ทั้งในอดีตและปัจจุบันนั้น ประกอบไปด้วยเครื่องดนตรี

ที่มีความหลากหลายถึง 25 ชนิด ซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า 10 ชนิด เครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย 4 ชนิด เครื่องดนตรีประเภทซึงหน้าด้วยหนัง 4 ชนิด และเครื่องดนตรีประเภทเครื่องกระทบ 7 ชนิด และต่อมาสิปวิชญ์ กิ่งแก้ว (2559, น. 7) ก็ได้อธิบายเพิ่มว่า คนตรีกลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ และกลุ่มวัฒนธรรมกันตรึม มีการแบ่งประเภทเครื่องดนตรีคล้ายกัน โดยแบ่งประเภทเครื่องดนตรีออกเป็น 4 ประเภท ตามลักษณะการบรรเลงเช่นเดียวกับการแบ่งประเภทเครื่องดนตรีไทยภาคกลาง ได้แก่ เครื่องดีด เครื่องสี เครื่องตี และเครื่องเป่า สามารถจำแนกได้ดังนี้

ตารางที่ 5.7 การจำแนกเครื่องดนตรีอีสานตามลักษณะการบรรเลง

ดีด	สี	ตี	เป่า
พิณอีสาน	ซอบัง	โปงลาง	แคน
ไหซอง	ซอกระป๋อง	หมากกะโหล่ง	สะนู
หีน	ซอกันตรึม	โปงลางเหล็ก	โหวด
กระแสมุย (พินน้ำเต้า)	ซอกระดองเต้า	กลองดิ่ง	ปี่ผู้ไทย
จับเปย	ตรั่วอู้	กลองตุ้ม	ปี่อ้อ
อังกูยส์		กลองเล็ง	สแนงเกล
		กลองหาง	
		ขอลอ	
		ก๊ับก๊ับ	
		พางฮาด	
		กลองกันตรึม	
		ฆ้องโมง	
		สากไม้	

อีสานเป็นแผ่นดินที่กว้างใหญ่ มีความหลากหลายทั้งในเรื่องเชื้อชาติ และวัฒนธรรมที่สามารถแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ ทั้งกลุ่มวัฒนธรรมอีสานเหนือ และกลุ่มวัฒนธรรมอีสานใต้ ก่อรวมเป็นวัฒนธรรมอีสานที่มีความโดดเด่น เฉพาะตัว และร่ำรวยด้วยศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเรื่องวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้านของคนอีสาน คนตรีอีสานมีลักษณะเฉพาะตัวที่บอกเหล่าและชับงานชีวิตของคนอีสานได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับไพบูลย์ แพงเงิน (2534, น. 173) ที่

อธิบายไว้ว่า คนตรีอีสาน เป็นคนตรีระดับพื้นบ้านเข้าถึงชีวิตชาวบ้าน สืบทอดพัฒนาโดยชาวบ้าน จนได้ชื่อว่าเป็นคนตรีพื้นบ้านอีสานที่เข้าถึงชีวิตจิตใจ กล่อมเกล้าจิตใจ ตลอดถึงให้ความสนุกสนานบันเทิงแก่ชาวอีสานมาช้านาน มีการประดิษฐ์จากวัสดุที่ได้มาจากธรรมชาติ และหาได้ตามท้องถิ่นได้ง่ายคนตรี พื้นเมืองอีสาน ที่สามารถแบ่งออกตามลักษณะของเครื่องดนตรี จำแนกตามลักษณะวิธีเล่น ทั้งประเภทเครื่องดีด เช่น พิณ หิน หรือหิน ประเภทเครื่องเป่า เช่น แคน โหวด ปี่กู่ แคน หรือปี่ภูไท ประเภทเครื่องตีหรือเคาะ เช่น โปงลาง กลอง กั๊บแก๊บ ม้องโหม่ง ฉิ่ง ฉาบ ประเภทเครื่องสี เช่น ซอ ประเภทเครื่องดีดเช่น ไหซอง เป็นต้น

คนตรีอีสานมีลักษณะรูปแบบการบรรเลงที่สนุกสนาน มีลีลาของท่วงทำนองไม่ซับซ้อน ฟังเข้าใจง่ายเรียงร้อยทำนองเพลงในลักษณะการถ่ายทอดอารมณ์เพลงด้วยตัวโน้ต และลักษณะของเสียงเฉพาะตัวของเครื่องดนตรีไม่นิยมร้อยทำนองเป็นกลอนที่ซับซ้อนเช่นคนตรีของภาคกลาง มีลักษณะของจังหวะพื้นฐานที่ตอบสนองอารมณ์ผู้ฟังได้ง่าย รูปแบบเพลงมีความตรงไปตรงมา และทำนองทำนองสั้นและกระชับสื่ออารมณ์ได้และฟังสบายซึ่งเป็นลักษณะของเพลงแต่โบราณ (สิปปวิชัย กิ่งแก้ว, 2559, น. 46)

จะเห็นได้ว่า ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานนั้นมีความหลากหลาย (variety) และเครื่องดนตรีอีสานแบบดั้งเดิมเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่เรียนรู้จากการเลียนเสียงจากธรรมชาติ เครื่องดนตรีอีสานในยุคแรกจึงถูกประดิษฐ์จากวัสดุที่ได้มาจากธรรมชาติรอบ ๆ ตัว และหาได้ตามท้องถิ่น ทั้งใบไม้ ต้นไม้ จนในที่สุดก็เกิดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเป็นการประดิษฐ์เครื่องดนตรีแต่ละประเภทขึ้นมา ที่มีเสียงดนตรีที่เฉพาะตัว การสร้างเครื่องดนตรีอีสานจะเน้นความเรียบง่าย ทนทาน จนเริ่มนำมาประสมประสานกันเกิดเป็นวงดนตรีพื้นบ้านขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงวิถีที่เรียบง่ายของคนอีสาน และการเรียนรู้ในการสังสรรค์ประสมประสาน คนตรีอีสานจึงไม่ได้เป็นเพียงสื่อที่สร้างความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังขับเคลื่อนความคิดความเชื่อ และเป็นวิถีชีวิตที่ถูกสั่งสมถ่ายทอดกันมาในสังคมอีสาน

3. การเล่นดนตรีอีสาน

คนตรีพื้นบ้านภาคอีสานมีบทบาทให้ความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้บรรเลงเล่นด้วยความเพลิดเพลินยามว่างจากภารกิจงานต่าง ๆ ใช้บรรเลงประกอบการเล่น การแสดง ทำให้เกิดความสนุกสนานครึกครื้นในเทศกาลงานบุญต่าง ๆ นอกจากนั้นนำไปใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ อาทิ แคนใช้เป่าประกอบในพิธีกรรมรักษาโรค หรือที่เรียกว่า ลำผีฟ้า วงตุ้มโหม่งใช้ในบรรเลงในงานศพ และปัจจุบันคนตรีพื้นบ้านยังมีบทบาทต่อสังคมชาวอีสาน (วิมล หนูเกื้อ ,วิมล หนูเกื้อ, วิรัช จงอยู่สุข, สุจิตรา จงอยู่สุข, ธนศ มีศรีสวัสดิ์, เสรี ชาเหล่า, และนิเวศน์ คำรัตน์, 2541, น. 18-19)

การบรรเลงดนตรีทุกอย่างของชาวอีสานจะใช้แคนเป็นหลัก ถือเป็นเอกลักษณ์ทางดนตรีของชาวอีสานอย่างหนึ่ง และทำนองเพลงของเครื่องดนตรีต่าง ๆ ก็ล้วนแต่ยึดแบบอย่างของแคนในสมัยโบราณ พวกหนุ่มผู้นิยมเป่าแคน ดิดพิณ เลาะบ้านไปคุยสาวหรือไม่ก็ในงานบุญพะเหวด ชายหนุ่มก็จะพากันเป่าเป่าแคน ดิดพิณ สีซอ เลาะตามคูบ พร้อมกับเกี่ยวสาวไปด้วย (สถาบันวัฒนธรรมศึกษา กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2561, น. 83)

ดนตรีพื้นเมืองอีสานในสมัยก่อน การบรรเลงเครื่องดนตรีทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือปกติจะใช้เครื่องดนตรีแต่ละชนิดบรรเลงเดี่ยว ไม่นิยมนำเครื่องดนตรีพื้นเมืองมาบรรเลงผสมกันด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น เวลาไม่อำนวย ทำนองเพลงที่จะบรรเลงร่วมกันมักจะประสานกันได้ยาก เพราะไม่มีการบันทึกผสมผสานกันทำให้เกิดลายเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ ขึ้นมากมาย จะสังเกตได้ว่าการบรรเลงหลายเพลงแต่ละเพลงนั้น จะเริ่มต้นด้วยการบรรเลงเกริ่นก่อนเสมอ แล้วจึงบรรเลงต่อด้วยการดำเนินทำนองหลัก ลักษณะท่วงทำนองของแต่ละลายเพลงจะมีทำนองสั้น ๆ จึงทำให้บรรเลงกลับไปกลับมาได้ตามความพอใจของผู้บรรเลง ต่อจากการบรรเลงทำนองหลักก็จะเป็นการบรรเลงเพลงแยก ถ้าผู้บรรเลงเพลงมีความชำนาญสูงก็จะสามารถเพิ่มลูกเล่นเข้าไปได้ในช่วงการบรรเลงทำนองแยกด้วย เหตุดังกล่าวจึงทำให้ดนตรีพื้นเมืองอีสานจำต้องบรรเลงเพลงเดี่ยวเป็นส่วนใหญ่เช่น เดี่ยวแคนเดี่ยวพิณ เดี่ยวโปงลาง เป็นต้น (วิรัช บุญยกุล 2530 อ้างถึงในด.ไฉยา ก้อนแก้ว , 2549, น. 18) เมื่อมีการบรรเลงดนตรีพื้นเมืองเดี่ยวนานเข้าและเห็นว่าผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่ายและลดความนิยมในการฟัง ผู้บรรเลงจึงได้คิดสร้างการบรรเลงให้แก่ผู้ฟังมากขึ้น ต่อมาจึงนำไปบรรเลงร่วมกับการฟ้อนรำพื้นเมืองอีสาน ได้แก่ เซิ้งต่าง ๆ เช่น เซิ้งกระหยัง เซิ้งภูไท เซิ้งตำหมากหุง เซิ้งปั้นหม้อบ้านเชียง เซิ้งตังหวาย และเซิ้งกระต๊อบข้าว เป็นต้น จึงมีส่วนให้การบรรเลงและการแสดงนาฏศิลป์พื้นเมืองอีสานในปัจจุบันได้รับความนิยมสูงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยิ่งเมื่อได้นำเครื่องดนตรีพื้นเมืองอีสานแต่ละชนิดแต่ละประเภทเช่น แคน โปงลาง พิณไหซอง โหวด ซออีสาน (ซอกะบา) ก๊ับแก๊บ ฉิ่ง กลองสะไน มาผสมวงร่วมบรรเลงด้วยกัน แล้วเสียงจิ้งหะและท่วงทำนองที่เกิดขึ้นจึงสร้างความสนุกสนานเร้าใจ ก่อกระหิมไม่แพ้การบรรเลงคอนเสิร์ตของวงดนตรีสากลต่าง ๆ (ด.ไฉยา ก้อนแก้ว, 2549, น. 18)

การผสมวงดนตรีเล่นเพื่อความบันเทิงสนุกสนาน เป็นความบันเทิงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของคนอีสาน การประสมวงเล่นจึงขึ้นอยู่กับความสะดวกและเหมาะสม ดังเช่นที่ คำพูน บุญทวี (2552) ที่เล่าถึงการเป่าแคนและล่าว่า เป็นการประสมวงกันเล่นเพื่อความบันเทิงในครอบครัวเช่นเดียวกับการเล่นของชาวอีสานทั่วไป ดังบทบรรยายในหนังสือลูกอีสานตอนหนึ่งว่า

“แม่ตบมือ เสียงแคนของพ่อก็ดังขึ้นเบา ๆ แต่เพราะพริ้งเหลือเกิน ยี่สุนยกมือขึ้นรำ
แก๊งๆก้างๆ แม่ต้องจับมือสองมือ ให้หัดยกขึ้นเป็นจังหวะ ๆ ...บุญหลายนั่งในตักพ่อตบมือ
แปะ ๆ พ่อเป่าแคนโยกตัวไปมา คุณลืมหัดยกขึ้นพ้องกับยี่สุน”

ดนตรีอีสานนอกจากจะบรรเลงเพื่อความบันเทิงแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการบรรเลง
เดี่ยวและประสมเป็นวงประกอบการแสดงพื้นเมืองอีกด้วย เช่น แคนเป็นเครื่องดนตรีหลัก
ประกอบการแสดงหมอลำและพิธีกรรมตรัวหรือจับเปย เป็นเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบการแสดง
เจริยง ส่วนการบรรเลงประสมเป็นวงนั้นก็นิยมเลือกใช้เครื่องดนตรีที่สามารถสื่ออารมณ์ได้ตาม
วัตถุประสงค์ของการแสดงนั้น ๆ การแสดงพื้นเมืองอีสานที่ต้องใช้ดนตรีบรรเลงประกอบ ได้แก่
หมอลำ เซิ้งบั้งไฟ เซิ้งกระติบ ฟ้อนกลองคุ่ม ลำตัดหวาย หรือฟ้อนตั้งหวาย ฟ้อนผู้ไทยหนังปะโมทัย
กะโน้บดิงต้อ กัณฑ์ริม เรือมอันเร และคุ่มโฆง ส่วนเพลงโคราชไม่ได้ใช้ดนตรีประกอบการแสดง
(ลีปวิษณุ กิ่งแก้ว, 2559, น. 34)

“หมอลำ” ถือเป็นวัฒนธรรมความบันเทิงที่เก่าแก่และมีผลต่อความคิดความเชื่อของ
สังคมอีสาน ดังที่สุกิจ พลประถม (2538, น. 141) กล่าวว่า หมอลำ เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในการร้อง
ทำนองกลอนลำ จากกลอนลำที่มีเนื้อหาสาระเพื่อจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง สอดคล้องกันกับที่
ลีปวิษณุ กิ่งแก้ว (2559, น. 35) ที่อธิบายไว้ว่า การแสดงหมอลำ คำว่า “หมอ” หมายถึง ผู้ชำนาญใน
การใช้ หมอแคนหมายถึง คนเป่าแคน หมอลำ หมายถึง ผู้ชำนาญในการขับร้องทั้งหมอลำ และ
หมอแคนจะขับร้องและเป่าแคนเคล้ากันไปด้วย ทำนองกลอนและทำนองเพลงหลายต่าง ๆ หมอลำ
แบ่งได้เป็น 5 ประเภท คือ 1) หมอลำผีฟ้า 2) หมอลำพื้น 3) หมอลำกลอน 3) หมอลำหมู่ 4) หมอลำ
เพลิน และ 5) หมอลำซึ่งหมอ

เชื่อกันว่า วัฒนาการของหมอลำมีความเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมบูชาแดนหรือผี หรือพิธีกรรม
เกี่ยวกับความเชื่อ เห็นได้จากการลำเพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บเช่น ลำส่อง ลำทรง ลำผีฟ้า ล้วนเกิดจาก
ความเชื่อในอำนาจลึกลับเช่น ผีสาวเทวดารักษาว่าอาจให้ผีให้ร้ายแก่นุญญ์ ประกอบกับชาวบ้าน
ต้องเผชิญกับโรคภัยไข้เจ็บอยู่เสมอ จึงเชื่อกันว่าการป่วยเกิดจากการทำผิดผีจึงมีการลำเพื่ออัญเชิญ
ผีลงมารับเครื่องเซ่นและขอให้หายจากโรคภัยไข้เจ็บ โดยมีหมอลำทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการ
ติดต่อระหว่างคนป่วยและผี (บุษกร สำโรงทอง และคณะ, 2548, น. 13)

ต่อมารการจับลำมีวิวัฒนาการสัมพันธ์กับพุทธศาสนา เห็นได้จากหมอลำพื้นซึ่งเป็น
หมอลำที่เก่าแก่แพร่หลายมาแต่เดิมมีกลอนลำดั้งเดิมเป็นเรื่องชาดกทั้งสั้นอีกทั้งคำว่า “ลำ” ตาม
ความหมายดั้งเดิมเป็นคำบอกลักษณะนามจำนวนหนังสือผูก จึงเข้าใจกันทั่วไปว่าการลำมาจากการ
อ่านหนังสือผูก ซึ่งถูกจารหรือเขียนบนใบลานนิยมนำเรื่องราวจากชาดกหรือเรื่องราวทางพุทธ

ศาสนามาเล่าสู่กันฟังในเวลาว่างประเพณี ทำบุญ หรืองานศพ ต่อมากำว่า “ลำ” เปลี่ยนความหมาย เป็นการขับร้องหรือเปล่งเสียงเป็นทำนองและนำแคนมาเป่าประกอบ (สุกิจ พลประดม, 2538, น. 141)

การลำในระยะแรก ๆ เรียกว่า “ลำพื้น” เป็นการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ สู่กันฟัง เช่น เรื่องราวในประวัติศาสตร์ เรื่องราวทางพุทธศาสนา เรื่องจากการอ่านหนังสือผูก ต่อมาวิวัฒนาการเลียนแบบการอ่านหนังสือของพระเห็นได้จากทำนองลำพื้น แต่เดิมเรียกว่า “โอหนังสือ” หรือ “อ่านหนังสือ” มีท่วงทำนองคล้ายคลึงกับทำนองเทศน์ลำของพระ ส่วนแคนที่เป่าคลอไปกับลำมีท่วงทำนองซึ่งเรียกว่า “ลายใหญ่” หรือ “ลายอ่านหนังสือใหญ่” ใช้ในช่วงการลำ จังหวะช้า ส่วนหมอลำมีผู้ลำเพียงคนเดียวแสดงท่าทางประกอบไปด้วย โดยแสดงบทบาทของตัวละครทุกตัว อุปกรณ์ที่ใช้ในการแสดงมีเพียงอย่างเดียวคือ ผ้าขาวม้า ถ้าต้องการสมมุติเป็นตัวละครใดก็จะใช้ผ้าขาวม้าในลักษณะต่าง ๆ เช่น ใช้ผ้าขาวม้าพาดบ่าแสดงว่าเป็นผู้เฒ่าคลุ้มศิระษะ แสดงว่าเป็นภูตผี ใช้ผ้าขาวม้าผูกเอวแสดงว่าเป็นชาวบ้าน เป็นต้น ต่อมาหมอลำมีวิวัฒนาการเพื่อความบันเทิงมากขึ้นเป็น “หมอลำกลอน” เป็นการลำตามบทหรือกลอนลำที่จดจำมา แต่ให้ความบันเทิงที่หลากหลายมากขึ้นเพราะมีหมอลำ 2 คนคือ ผู้ชาย 1 และผู้หญิง 1 จึงมีการเกี้ยวพาราสีกันในการทำนองผู้สาวลำได้ตอบกันที่เรียกว่า “ลำโจทย์-แก้” และมีพัฒนาการต่อมาเป็นหมอลำเรื่องต่อกลอน หมอลำเพลิน ลูกทุ่งหมอลำ จนเป็นหมอลำซิ่ง ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน (บุษกร สำโรงทอง และคณะ, 2548, น. 13)

ลักษณะเด่นของดนตรีอีสาน

ผู้วิจัยได้ทบทวนข้อมูลเกี่ยวกับดนตรีอีสาน มีการอธิบายถึงลักษณะเด่นของดนตรีพื้นบ้านอีสานที่น่าสนใจ โดยใช้การศึกษาของวิมล หนูแก้ว และคณะ (2541, น. 23-25) ในงานวิจัยเรื่อง “การแพร่กระจายของดนตรีอีสานในภาคกลางกรณีแคว้นงประยูคต์ในจังหวัดนครสวรรค์” สามารถสรุปได้ว่า ในปัจจุบันดนตรีพื้นบ้านอีสานได้แพร่หลายไปในภูมิภาคต่าง ๆ ตามการอพยพโยกย้ายถิ่นทำกินของชาวอีสาน แม้จะมีการประดิษฐ์ดัดแปลงทำนอง จังหวะ ลีลา เป็นเพลงประเภทลูกทุ่งก็ตาม แต่เพลงเหล่านั้นยังคงลักษณะเอกลักษณ์ทางดนตรีพื้นบ้านไว้อย่างเหนียวแน่น ซึ่งถ้าพิจารณาดนตรีพื้นบ้านอีสานจะพบว่า มีลักษณะเด่นหลายประการ ได้แก่ เครื่องดนตรี ทำนอง การประสานเสียง รูปแบบของดนตรี มาตราเสียง และจังหวะลีลา

1. เครื่องดนตรี เครื่องดนตรีพื้นบ้านอีสานทุกชิ้นทำขึ้นด้วยวัสดุที่มีและหาง่ายในท้องถิ่น มีรูปร่างลักษณะเรียบง่ายมุ่งการใช้สอยมากกว่าความสวยงาม แต่ก็มีเครื่องดนตรีจำนวนไม่น้อยได้รับการตกแต่งประดับประดาอย่างวิจิตรบรรจง นอกจากนี้เครื่องดนตรียังมีลักษณะและ

ขนาดที่สามารถนำไปเล่นในสถานที่ต่าง ๆ ได้ง่ายแม้จะมีขนาดใหญ่เช่น โปงกลางก็ม้วนเก็บและนำออกมาเล่นได้สะดวกเพียงแต่ผูกโยงกับต้นไม้หรือหลักก็เล่นอวดฝีมือกันได้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แคนเป็นเครื่องดนตรีที่นำไปเล่นในที่ต่าง ๆ ได้เป็นเครื่องดนตรีที่ช่วยผ่อนคลายความเหงาสามารถเล่นได้ไม่จำกัดสถานที่หรืออริยาบถไม่ว่าจะนั่ง นอน ยืน เดิน ก็สามารถเป่าได้อย่างไพเราะลักษณะเด่นของแคนอีกประการหนึ่งก็คือ ช่างทำแคนได้คิดค้นและวางตำแหน่งของเสียงแคนให้สะดวกและสมดุลในการเคลื่อนไหวของนิ้วให้เกิดเสียงต่าง ๆ ได้เหมาะสมและลงตัวไปตามธรรมชาติ

2. ทำนอง เนื่องจากดนตรีพื้นบ้านภาคอีสานแบ่งเป็นกลุ่มตามลักษณะของวัฒนธรรม จึงกล่าวถึงลักษณะเด่นด้านทำนองเพลงเป็น 2 กลุ่มคือ

2.1 กลุ่มวัฒนธรรมหมอลำ ใช้แคน พิณ และ โปงกลาง เป็นเครื่องดนตรีหลักในการเล่น ทำนองจะไม่มีทำนองที่เป็นแบบแผนตายตัวอย่างทำนองดนตรีของภาคกลาง ทั้งนี้เพราะคนใช้ปฏิภาณประดิษฐ์ทำนองขึ้นใหม่ในการเล่นแต่ละคราว โดยยึดแนวทำนองที่มีอยู่เดิมแล้วดัดแปลงแตกแขนงเป็นทำนองเพลงให้หน้าฟัง ดังนั้นทำนองดนตรีพื้นบ้านภาคอีสานจึงมีมากมายหลายทำนอง อย่างไรก็ตามทำนองสำคัญที่เป็นหลักมีประมาณ 2 ทำนองซึ่งแยกได้เป็น 6 สาย (ตรงกับ “ทาง” ในศัพท์ดนตรีไทยของภาคกลาง)

2.2. กลุ่มวัฒนธรรมกันตรึม นิยมใช้ซอตรัวเอกเป็นเครื่องดนตรีหลักสำหรับบรรเลง ทำนองส่วนใหญ่มีทำนองที่เป็นแบบแผนตายตัวคล้ายกับเพลงไทยอัตราชั้นเดียวหรือสองชั้นของภาคกลาง

3. การประสานเสียง แคนเป็นเครื่องดนตรีที่สามารถเล่นทำนองและเสียงประสานในตัวเองซึ่งเรียกว่า เสียงเสพติด หรือเสียงติดสูตร เมื่อแคนเล่นประกอบการลำของหมอลำ หมอลำจะลำเป็นทำนองแคนจะเล่นเป็นเสียงประสานซึ่งสอดรับกับทำนองได้อย่างกลมกลืนและสมบูรณ์ ถ้าหากแคนบรรเลงเดี่ยวคนเป่าแคนจะเป่าทั้งทำนองและเสียงประสานไปพร้อม ๆ กัน

4. รูปแบบของดนตรี ดนตรีของกลุ่มวัฒนธรรมหมอลำจะบรรเลงและขับร้องอย่างอิสระ ความยาวไม่แน่นอนตายตัว คนเล่นจะบรรเลงหรือขับร้องได้อย่างตามใจชอบอาจจะใช้เวลาสั้น ๆ หรือยาวนานตามความต้องการหรือโอกาส ไม่ว่าจะใช้เวลาสั้นหรือยาวก็ตามรูปแบบของเพลงจะมีลักษณะซึ่งกำหนดไว้ชัดเจนประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนต้นหรือเกริ่น ส่วนกลางหรือส่วนเป็นตัวเพลง และส่วนท้ายหรือบทสรุปของเพลง

5. มาตรฐานเสียง มาตรฐานเสียงของดนตรีไทยภาคกลางเช่น มาตรฐานเสียงระนาดหรือของฆ้องวงหรือของขลุ่ยแบ่งเสียงออกเป็น 7 เสียงในทางปฏิบัติทั้งดนตรีของภาคกลาง (ส่วนใหญ่) และอีสานใช้ 5 เสียง ซึ่งแต่ละเสียงมีระยะห่างเท่ากัน แต่ดนตรีพื้นบ้านอีสานจะมีลักษณะเด่นออกไป กล่าวคือ แม้จะมีจำนวน 7 เสียงที่เท่ากัน แต่ระยะห่างของเสียงจะแตกต่างออกไป

6. จังหวะลีลา คนตรีพื้นบ้านอีสานมีจังหวะลีลาหลากหลายแม้ว่าจะบรรเลงเพลงเดียวกัน แต่ผู้เล่นจะใช้ปฏิภาณและความสามารถเปลี่ยนแนวเพลงจังหวะลีลาได้ต่าง ๆ กันอาจจะทำจังหวะลีลาช้า-เร็วเรียบกระชั้นกระโดด ฯลฯ ให้อารมณ์และรสในการฟังมากมายทำให้ฟังได้ไม่เบื่อกล่าวได้ว่าคนตรีพื้นบ้านภาคอีสานมีลักษณะเด่นที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมของชาวอีสาน ปัจจุบันยังคงเอกลักษณ์ดังกล่าวมาโดยตลอดจนอาจจะพูดได้ว่า คนตรีพื้นบ้านภาคอีสานมิได้เสื่อมสลายไป แต่มีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนสอดคล้องกับวิถีชีวิตและสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จะเห็นได้จากการเติบโตของวงการเพลงลูกทุ่งประเภทหมอลำ ซึ่งเผยแพร่อย่างแพร่หลายทางสื่อมวลชนในปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่า คนตรีอีสานมีทั้งการบรรเลงเดี่ยวและการบรรเลงผสมวง ปรับเปลี่ยนตามวิวัฒนาการของสังคมและตอบรับการการบริโภคของผู้คน คนตรีอีสานนั้นใช้บรรเลงเพื่อประโยชน์ในสังคมอีสานใน 2 ลักษณะ กล่าวคือ ลักษณะแรก การเล่นคนตรีอีสานเพื่อสร้างความบันเทิง การผ่อนคลายอารมณ์และเป็นเครื่องยึดโยงความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว และอยู่ในวิถีชีวิตของคนอีสาน และอีกลักษณะ คนตรีถูกใช้ในงานพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น พิธีกรรมที่เกี่ยวกับการรักษาโรค งานบุญต่าง ๆ โดยเฉพาะคนตรีอีสานยังใช้บรรเลงประกอบในแสดงพื้นเมืองของอีสานทั้ง หมอลำ เซิ้งบั้งไฟ เซิ้งกระติบ ฟ้อนกลองคຸ້ມ ลำตัดหวาย หรือฟ้อนตั้งหวาย ฟ้อนผู้ไทย ฯลฯ การบรรเลงคนตรีทุกอย่างของชาวอีสานจะใช้แคนเป็นหลัก ถือเป็นเอกลักษณ์ทางดนตรีของชาวอีสานอย่างหนึ่ง และทำนองเพลงของเครื่องดนตรีต่าง ๆ ก็ล้วนแต่ยึดแบบอย่างของแคนในสมัยโบราณและหมอลำ ถือเป็นวัฒนธรรมความบันเทิงที่เก่าแก่และมีผลต่อความคิดความเชื่อของสังคมอีสานและถือเป็นอัตลักษณ์ทางดนตรีที่สำคัญของคนอีสาน อีกทั้งหากพิจารณาลักษณะเด่นของคนตรีอีสานนั้นก็ทำให้เห็นว่า คนตรีอีสานนั้นก่อเกิดจากวัสดุที่มีและหาได้ง่ายจากในท้องถิ่น หรือในธรรมชาติรอบตัว มีรูปร่างลักษณะเรียบง่าย มุ่งการใช้สอยมากกว่าความสวยงาม สามารถพกพาได้ง่ายและเล่นตามสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย มีความเฉพาะตัวทั้งทำนอง รูปแบบดนตรีเสียงของคนตรีอีสานจึงเปรียบเป็นภาษาพูดของคนอีสานที่เชิญชวนคนในสังคมอีสานมาเพลิดเพลินกับความงดงามของวัฒนธรรมคนตรีของคนอีสานอยู่ทุกการบรรเลง

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานกับการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีแบบดั้งเดิมนั้น คนตรีถือเป็นอีกหนึ่งเครื่องบ่งชี้ (identity marker) สำคัญของคนอีสานเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนอีสานและสังคมอีสาน คนตรีอีสานยังเป็นสิ่งที่เชื่อม โยงความคิด ความเชื่อ การสั่งสมประสบการณ์ก่อเกิดเป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นของวิถีชีวิตคนอีสาน โดยผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญเกี่ยวกับคนตรีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) ได้ดังนี้

1. คนตรีอีสานกับความเรียบง่าย จะเห็นได้ว่า คนตรีอีสานนั้นเกิดขึ้นจากความเรียบง่ายของสังคมอีสาน เครื่องดนตรีอีสานถูกประดิษฐ์ขึ้นจากวัสดุธรรมชาติรอบตัวที่หาได้ง่าย ๆ ในท้องถิ่นอีสาน ทั้งจากใบไม้ ต้นไม้ ผิวไม้ ดันหญ้าปล้อง ไม้ไผ่ กระจงเต่า ไหมหมักปลาร้า เป็นต้น เป็นการสร้างขึ้นจากการเลียนเสียงของธรรมชาติ ป่า เขา ลำเนาไพร เสียงฝนตก และเสียงลมพัด เสียงใบไม้ไหว เสียงน้ำตก โดยเครื่องดนตรีอีสานก็สร้างขึ้นด้วยจะเน้นความเรียบง่ายทนทานมากกว่าความสวยงาม ที่สามารถพกพาและเล่นได้ในทุกที่ ทั้งเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและเพื่อประกอบพิธีกรรม อีกทั้งจะสังเกตเห็นได้ว่า คนตรีอีสานนั้นมีอิสระในการบรรเลง (improvise) มีลักษณะที่ไม่หยุดนิ่งตายตัว สามารถเล่นไหล และปรับเปลี่ยนได้

2. คนตรีอีสานกับความหลากหลาย จากการทบทวนข้อมูลจากวิจัยและงานเขียนต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า คนตรีอีสานมีความหลากหลาย (variety) ในเรื่องของประเภทเครื่องดนตรีที่สามารถจำแนกได้ถึง 25 ชนิด ตามประเภทเครื่องดนตรีทั้งเครื่องดีด เครื่องสี เครื่องตี เครื่องเป่า ที่มีลักษณะการบรรเลงเฉพาะตัวแบบอีสาน รวมทั้งมีความหลากหลาย (variety) ของวัฒนธรรมดนตรีของอีสาน ทั้งอีสานเหนือและอีสานใต้ ที่มีเครื่องดนตรีหลักในการบรรเลงแตกต่างกัน

3. คนตรีอีสานกับรากเหง้า และสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนอีสาน จะเห็นได้ว่าคนตรีอีสานถูกใช้ทั้งในส่วนของความบันเทิงเรีงใจในครอบครัว สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนอีสาน และคนตรีอีสานยังสัมพันธ์และถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของการแสดงพื้นบ้านของคนอีสาน ทั้งวัฒนธรรมหมอลำหมอลำแคน งานประเพณี งานบุญ หรืองานศพ ถูกสั่งสมและกลายเป็นวัฒนธรรมทางดนตรีที่เป็นรากเหง้าของคนอีสานที่ใช้คนตรีเชื่อมความสัมพันธ์ทั้งในระดับครัวเรือนและในสังคมของคนอีสานด้วยเช่นกัน

4. คนตรีอีสานกับความเป็น Edutainment สังเกตได้ว่า คนตรีอีสานเกิดมาจากระบบความคิดความเชื่อของคนอีสาน คนตรีในวิถีชีวิตของคนอีสานมีพัฒนาการสัมพันธ์กับทั้งประเพณี พิธีกรรมและความบันเทิงเช่นเดียวกับวิวัฒนาการด้านดนตรีของคนกลุ่มอื่น ด้านหนึ่งคนตรีถูกใช้เพื่อการประกอบพิธีกรรมบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น การนับถือผี เทวดา เพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บ หรืออำนวยความสะดวกในชีวิต แต่อีกด้านหนึ่งก็ใช้คนตรีเพื่อความบันเทิงทั้งในครอบครัว และใช้บรรเลงให้ความสนุกสนานในงานบุญต่าง ๆ ของผู้คนในสังคมอีสาน คนตรีอีสานจึงถือว่ามีลักษณะที่เป็น Edutainment หรืออาจเรียกว่า สาระบันเทิง

5.2.2 อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

การศึกษาในประเด็นอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีอีสานแบบใหม่นั้น ผู้วิจัยศึกษาผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งในส่วนของเนื้อเพลง และในภาพของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 30 มิวสิกวิดีโอ เพื่อศึกษาว่า การจำลองอัตลักษณ์อีสานผ่าน

ภาษาภาพและภาษาเสียงเหล่านั้นในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจะมีการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสานไว้อย่างไรบ้าง จะมีความเหมือนหรือความแตกต่างกับอัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสานแบบดั้งเดิมอย่างไร มีสิ่งใดที่ยังคงรักษา หรือสิ่งใดเพิ่มเข้ามาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้บ้าง โดยใช้เกณฑ์อัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสาน ทั้ง 3 ด้าน ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วในส่วนของอัตลักษณ์ด้านดนตรีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) คือ 1. กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน 2. ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน และ 3. การเล่นดนตรีอีสาน โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการนำเสนอให้เห็นถึงกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานผ่านเนื้อเพลงที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมทางดนตรีของคนอีสาน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงกลุ่มดนตรีอีสานเหนือ โดยลักษณะเด่นทางวัฒนธรรมของกลุ่มอีสานเหนือคือ “วัฒนธรรมหมอลำ-หมอลำแคน” ในเนื้อเพลงส่วนใหญ่จะสื่อความหมายที่เป็นวิถีชีวิตของชาวอีสานที่สอดคล้องกับของหมอลำหรือการลำ ดังจะเห็นในเพลงอ้ายมันหมอลำ

เพลงอ้ายมันหมอลำ ศิลปิน มนต์แคน แก่นคูณ

“อ้ายฮ้อยบ่แก่งเค้อเพลงอินดี๋ เคมีมันเป็นหมอลำ ภาษางามงามเสียง โอ ละนอ หมอลำ	เพราะใจของอ้ายคนนี้ เกิดอยู่บ้านนอกชอบเพลงบ้านนา ฮ้อยตามแบบบ่ฮ้อยใคร”
--	---

จากเนื้อเพลงข้างต้น สื่อสารให้เห็นว่า หมอลำ เปรียบเสมือนเคมี หรือความลงตัวที่ของหนุ่มอีสานคนหนึ่งที่ยื่นชอบ เพลงหมอลำ เพราะมีการใช้ภาษาที่มีสวยงาม และการร้องเพลงแบบฉบับหมอลำนั้น ไม่ได้รู้สึกเงินอายแต่อย่างใดและในตอนท้ายของเพลงยังเน้นย้ำให้เห็นความภาคภูมิใจในการฟังเพลงแบบหมอลำโดยหากใครจะว่าเป็น หรือเฉยอย่างไร แต่หมอลำคือ ตัวตนของเขาจึงจะเห็นได้จากคำว่า “ไผว่าเซยเซย ลियอมเฉยเฉย บ่เล่นนำไผ เดินหน้าฮ้านผู้เดียวกะได้ ลิเฮ็ดจังได้ อ้ายมันหมอลำ”

เพลงอ้ายมันหมอลำ ศิลปิน มนต์แคน แก่นคูณ

“...ผู้บ่าวสายคดงะกงสำนี้ ร้องเพลงลูกทุ่งจั้งซี่ ถึงสิบิ้วัดสะใจ
ไผว่าเซยเซย ลियอมเฉยเฉย บ่เล่นนำไผ
เดินหน้าฮ้านผู้เดียวกะได้ ลิเฮ็ดจังได้ อ้ายมันหมอลำ
ไผว่าเซยเซย ลियอมเฉยเฉย บ่เล่นนำไผ
เดินหน้าฮ้านผู้เดียวกะได้ ลิเฮ็ดจังได้ อ้ายมันหมอลำ”

เช่นเดียวกันกับในเนื้อเพลงเชิง ของศิลปิน แอนเนน กลุ่มแปดแปดแสนชาวด ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า เนื้อเพลง บอกเล่าถึงความเป็นคนตรีอีสานที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกของคนอีสาน กล่าวถึงความภาคภูมิใจของคนอีสานด้านดนตรีที่หมอลำเปรียบเสมือนลมหายใจที่อยู่ในสายเลือด เป็นความนิยามที่ไม่ได้ดูน่าอาย เห็นได้จากประโยคที่ว่า “...หายใจกะยังเป็นเสียง ไอ้ละน้อ แค่คิดพ้อเสียงแคนกะอยากพ้อนไล่”

เพลงเชิง ศิลปิน แอนเนน กลุ่มแปดแปดแสนชาวด

“...น้องเป็นผู้สาวมกร้อมมกรำ	ฟังลามาแต่น้อยจนใหญ่
หายใจกะยังเป็นเสียง ไอ้ละน้อ	แค่คิดพ้อเสียงแคนกะอยากพ้อนไล่
นิยมในความเป็นลูกอีสาน กะเลยแต่งโตบ้านๆ	งามบ่ละงามบ่อาย ถ้าโคคขึ้นฮ้าน
เป็นสาวมกร่มสวยสไตล์ หายใจลึก ๆ เข้าไว้	ลองเบิ่ง ๆ ลองเบิ่ง
...น้องเป็นผู้สาวมกร้อมมกรำ	ใจขึ้นใจปวนยามได้ยินเสียงพิณท้าว
หายใจกะยังเป็นเสียง ไอ้ละน้อ	ม่วนคักกะด้อยอยากเตี้ยเบิ่งเด็จกกราว
สาวลำน้อยสาวล่ำใหญ่อย่าอายกัน	สาดไล่ให้มันส์ ๆ ลองบ่ละลองบ่อาย
ยามเขามวนขึ้นอย่าคาแต่ยืนเก็กหลาย	โยกไล่จ๊กหน้อยกะได้ลองเบิ่งอาย ลองเบิ่ง....”

และในประโยคที่ว่า “น้องเป็นผู้สาวมกร้อมมกรำ ฟังลามาแต่น้อยจนใหญ่” ยิ่งเป็นสิ่งยืนยันให้เห็นถึงวัฒนธรรมดนตรีของอีสาน ที่วัฒนธรรมหมอลำ ถูกสั่งสมจากรุ่นสู่รุ่นของสังคมอีสาน ทำให้คนอีสานยุคใหม่ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นเองยังคงซบซึ้งและรับเอาวัฒนธรรมหมอลำไว้อย่างไม่เงินอาย แถมยังเป็นวิถีชีวิตของลูกอีสานด้วยเช่นเดียวกันกับในเนื้อเพลง นักเลงบ่ย่าน ของลำเพลิน วงศกร & แร่พ้ออีสาน ที่กล่าวถึงคนตรีอีสานกับการไปรับชมหมอลำที่ถือเป็นวิถีชีวิตของคนอีสาน สังคมอีสานเป็นสังคมที่มีความสนุกสนานผ่านเสียงดนตรีหมอลำแบบอีสาน หรือที่คนอีสานรู้จักกันดีกับ “หน้าฮ้านหมอลำ”

เพลง นักเลงบ่ย่าน ศิลปิน ลำเพลิน วงศกร & แร่พ้ออีสาน

...นักเลงบ่ย่าน เคื้อ ข่อยย่านแต่ตรวจเขี้ยว คันมากคนเดียมันเสียวสันหลัง
ไปเป็นกลุ่มมออบอุ้นใจจิง ฟังเคื้อสุฟังระวังหลังให้แน
นักเลงบ่ย่าน เคื้อ ข่อยย่านแต่ถึกเป่า ย่านพินว่ามา ย่านว่าบ่เที่ยง
จะเป็นจั่งได้โลกมันเสียวเอียง เป็นชงบ่เที่ยง....จ๊กหน้อยเคื้อกรับ
นักเลงบ่ย่าน เคื้อ ข่อยย่านแต่หมาหมู่ ซ่อยเบิ่งแนสุ กูนี้เสงเสียว

หมอลำบ้านใต้ เฮากะพากันเที่ยว ถ้าผลอเว็บบเดียวได้เป็นผู้กองเอะเยาะ
อยู่หน้าฮ้านหมอลำ

...Rap อีสาน : เห็นผู้สาวจั่งแม่นหัวบักคัก ลูกไฟสุละสว่างมาโพดคักแท้
กะแบ่งกันแห่นละพื้นที่หม่องเดิน สุกะเว่นให้คนผู้อื่นม่วนนำ
คั่นเมาแล้วกะพากัน ไปเมื่อนอน คั่นแม่นสูอยากถอนกะให้ฟ้าวัน่งลง
บักไค้บักเลงจับมันแก้สิ่งออก พากันสับหมากกอก เอาแมงจ้อดต่อคมานน
หมอลำมันม่วนกะคือ หมอลำมันม่วนกะคือ อ้ายอยากขอให้น้องคิดใหม่
ไปเอาไก่อละมาตีกัน โลก หันมาร่วมใจฟังลำเคื่อ...”

จากเนื้อเพลงดังกล่าว ที่หน้าเวทีหมอลำยังเป็นการสืบสานต่อวัฒนธรรมแบบหมอลำ
ของกลุ่มวัยรุ่นแต่ละถิ่นที่มารวมตัวกันที่หน้าฮ้านหมอลำ เวลาที่มีงานบุญต่าง ๆ ในชุมชนอีสานด้วย
เสียงหมอลำยังพาให้มีความสุขสนุกสนาน ดังจะเห็นได้จากประโยคที่ว่า “หมอลำพาม่วน เฮากะม่วน
กัน ไป” และเห็นวิถีชีวิตของวัยรุ่นอีสานที่ชื่นชอบการไปรับชมหมอลำระหว่างชุมชนหรือแต่ละถิ่น
ของสังคมนี้อีสานที่อาจจะมิเข้าถิ่น และอาจมีการทะเลาะกันบ้างที่หน้าเวทีหมอลำ โดยเพลงดังกล่าว
มีการผสมผสานการร้องแบบเรี๊บบแบบภาษาอีสานที่พูดให้เห็นถึงความสนุกสนานของ
หมอลำโดยไม่ต้องมีเรื่องกันดีกว่า ทำให้เห็นถึงดนตรีอีสานที่สามารถใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี
ของผู้คนในสังคมนี้อีสานด้วยเช่นกัน

หมอลำ ถือเป็นวัฒนธรรมความสนุกสนานของคนอีสาน ไม่ว่าจะเป็งานบุญ หรือมี
งานต่าง ๆ ในสังคมนี้อีสานและสำหรับคนอีสานนั้น หมอลำและดนตรีอีสานถือเป็นความสนุกสนาน
และยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผ่อนคลายความเศร้า ความตึงเครียดของอีสาน ที่ชอบนัดกันกับกลุ่มเพื่อนให้
มาพบปะกัน เพื่อออกมาเต้น โยกย้ายกันฝุ่นตลบที่เวทีหมอลำ ดังจะเห็นได้ในเพลง ไหง่หง่อง

เพลงไหง่หง่อง ศิลปิน ตักแตน ชลดา

“...ละพอแต่เปิดผะมันกั้ง ผะมันกั้ง สาวหมอลำลีพาม่วน
คนหนุ่มคนสาวขอเชิญชวน ออกมาม่วนหน้าเวที
โยนทิ้งความทุกข์ความ โศก ออกมาย่อมาโยกเอาความ โศกทิ้งไป
ไผ่บ้อกกะสว่างหัว อย่าใส่ใจ แฟนคนเดียวบ่ตายหาเอาใหม่
แต่ความสุขทางใจ คือเค็งใส่หมอลำ...”

เช่นเดียวกับเพลงฮอน ของศิลปิน เมล ตวิชา ที่กล่าวถึงหญิงสาวที่ชื่นชอบหมอลำที่เรียกตัวเองว่า เป็นผู้สาวมั่งม่วน ที่มีความสุขอยู่หน้าเวทีหมอลำเป็นดังสัญชาติญาณของสาวอีสานที่มีเวทีหมอลำที่ไหนก็ต้องไปร่วมงาน

เพลง ฮอน ศิลปิน เมล ตวิชา

“...อีฉันนี้เป็นสาวแล้วละ อายุกะชากว่าปี อีฉันบ่แม่นเด็กน้อย
อีแม่บ่ต้องเป็นห่วงดอก ไปไสหนูสิโทรบอก บ่ต้องห่วงอีฉัน
เป็นผู้สาวแถมมั่งม่วนหน้าฮ้าน ตามสัญชาติญาณ ผู้สาวอีสานพันธุ์เถาะ...”

จะเห็นได้ว่า ในพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ส่วนใหญ่จะนำเสนอให้เห็นกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานของคนอีสานเหนือเท่านั้น โดยมุ่งเน้นเฉพาะ “วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน” มาเป็นเครื่องหมายของคนอีสานเพื่อยึดโยงและสื่อสารความหมายให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่มีความสนุกสนานกับวัฒนธรรมดนตรีแบบหมอลำ เหตุผลหนึ่งที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตคือ เหตุผลที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ส่วนใหญ่คัดเลือกวัฒนธรรมดนตรีอีสานเหนือมานำเสนอ อาจเป็นเพราะว่าดนตรีอีสานเหนือมีพื้นที่ครอบคลุมถึง 14 จังหวัด ในภาคอีสาน จึงเลือกหยิบยกการสื่อสารผ่านวัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคนเป็นหลัก เพราะคนอีสานโดยภาพรวม และผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมหมอลำได้เป็นอย่างดีด้วยนั่นเอง

2. ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน

เครื่องดนตรีอีสานเป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสาน เป็นเครื่องหมายหนึ่งที่จะบอกได้ว่า คนอีสานมีแตกต่างจากคนกลุ่มอื่นอย่างไร จากการศึกษาประเภทของเครื่องดนตรีอีสานแบบดั้งเดิมนั้นมีความหลากหลาย (variety) แต่สิ่งที่ถูกสื่อสารผ่านพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเกี่ยวกับประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในการศึกษาครั้งนี้ กลับพบว่า มีการคัดสรร (selection) ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานมานำเสนอ โดยใช้วิธีการลดทอนประเภทของเครื่องดนตรีอีสานที่มีอยู่หลากหลาย แล้วคัดเลือกเฉพาะประเภทของเครื่องดนตรีอีสานที่มีชื่อเสียง (popular) หรือเป็นที่ยอมรับ เพื่อนำเสนอให้เป็นภาพประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน ที่เห็นได้ง่าย ๆ และเข้าใจได้ง่าย ๆ เพราะการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่คนกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มคนอีสานด้วย การสื่อสารถึงอัตลักษณ์อีสานในประเด็นประเภทของเครื่องดนตรีอีสานจึงใช้เครื่องดนตรีแค่บาง ประเภท เช่น แคน โหวด โปงกลาง เพื่อเป็นการสร้างถึงอัตลักษณ์ด้านดนตรีของความ เป็นท้องถิ่นอีสานไว้ ตัวอย่างเช่น ในเนื้อเพลงไอ้ละน้อ ของศิลปินก้อง ห้วยไร่ ก็นำเสนอไว้อย่าง

น่าสนใจว่า เกิดเป็นคนอีสานแล้วนั้น ยังคงสามารถจดจำวิถีชีวิตความเป็นอีสาน ผ่านการแสดงออก ด้วยเครื่องดนตรีอีสาน ไม่ว่าจะเป็นเสียงแคน เสียงพิณ ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่บอกเล่าว่าชีวิตของคนอีสานมีความร่ำรวยทางวัฒนธรรมดนตรีที่ไพเราะ แตกต่างไม่เหมือนใคร

เพลง ไอ้ละน้อ ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่

“... เกิดเป็นคนอีสาน เลือดก็คนอีสานมีบุญมีงาน
ก็ต้องมีหมอลำ มีลาบมีก้อย มีจู้ชอยจ๋า
ยังจดจำ วิถีบ้านเฮา เสียงพิณห้า
เสียงแคนหย่า หย่าเจ้าหย่า หมอลำเจ้าหย่า
ยังเดินรำวง โดดตีโต่งเกี่ยวสาว
ปลื้มเรื่องราว บุญฮีต 12 และคอง 14...”

หรือในเนื้อเพลง สะออนอีสาน ของศิลปินอ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง ตอนหนึ่งที่น่าสนใจให้เห็นเครื่องดนตรีอีสานทั้ง พิณ แคน ที่ขับขานเสียงประสาน ยามได้ยินได้ฟังก็รู้สึกหลงมนต์เสียงของเครื่องดนตรีอีสานที่ทำให้ขนลุกพอง เกิดเป็นความสุข ความสนุกสนานจนทำให้อยากลุกขึ้น ฟ้อน หรือเต้น เป็นความสุขที่หาไม่ได้จากที่ไหน เครื่องดนตรีอีสานมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและถือเป็นของดีที่มีคุณค่าของสังคมอีสาน เห็นได้ชัดในประโยคที่ว่า “ม่วนคักฮ้ายละเสียงแคนจ้าวส่ง ได้ยินแล้วกะหลง ได้ฟังแล้วกะย่อน ได้ฟ้อนแล้วกะม่วน แสงฟังแสงม่วน จนบ่อยากอ่วยหนี หาไสกะบ่มีของดีคู่บ้าน”

เพลง สะออนอีสาน ศิลปิน อ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง

“...ละแม่นว่า นอนาย มาม่วนเอาฮ้ายละเสียงพิณ โดดต่ง
ม่วนคักฮ้ายละเสียงแคนจ้าวส่ง ได้ยินแล้วกะหลง ได้ฟังแล้วกะย่อน
ได้ฟ้อนแล้วกะม่วน แสงฟังแสงม่วน จนบ่อยากอ่วยหนี หาไสกะบ่มี ของดีคู่บ้าน
ฟังเคื้อพ่อ ฟังเคื้อแม่ ได้ยินมาแหวแล้วขนคิงลูก
ความสุขสิมีแก่ท่าน สวรรค์อยู่ต่อหน้าเจ้า เสียงพิณกะหย่าจวบจ้าวใส่เสียงแคน
ลายสุดสะแนน สุดสอดหัวใจ ว่าแต่บุญบ้านได้ มีแต่ม่วนกับม่วน..”

หรือในเพลงเซ็งของศิลปิน แอนแนน ก็นำเสนอให้เห็นประเภทของเครื่องดนตรีทั้ง พิณ แคน ที่ผูกติดกับความรู้สึกของสาวอีสานที่ชื่นชอบในเพลงหมอลำ เมื่อยามได้ยินเสียงพิณ เสียงแคน ก็รู้สึกมีความสุข อยากฟ้อนรำ

เพลงเซ็ง ศิลปิน แอนแนน

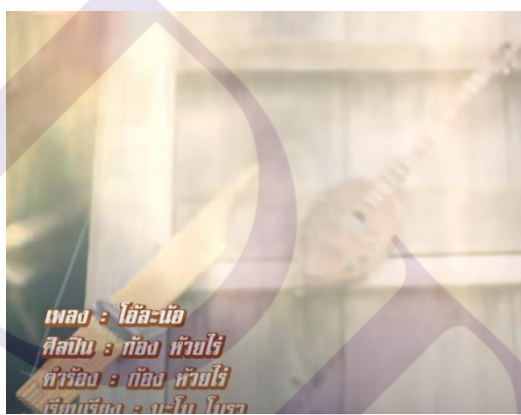
“...น้องเป็นผู้สาวมักร้องมักลำ	ฟังลามาแต่น้อยจนใหญ่
หายใจกะยังเป็นเสียง ไอ้ละน้อ	แค่คิดพ้อเสียงแคนกะอยากฟ้อนใส่
นิยมในความเป็นลูกอีสาน กะเลยแต่ง โตบ้านๆ	งามบ่ละงามบ่อาย ถ้าโคดขึ้นฮ้าน
เป็นผู้สาวมักร่วนสไตล์ หายใจลึก ๆ เข้าไว้	ลองเบิ่ง ๆ ลองเบิ่ง
...น้องเป็นผู้สาวมักฟ้อนมักร่วน	ใจขึ้นใจป่วนยามได้ยินเสียงพิณท่าว
หายใจกะยังเป็นเสียง ไอ้ละน้อ	ม่วนคักกะค้ออยากเตี้ยเบิ่งเค้จักกราว
สาวลำน้อยสาวลำใหญ่อย่าอายกัน สาดใส่ให้มันส์ ๆ ลองบ่ละลองบ่อาย	
ยามเขามวนขึ้นอย่าคาแต่ยื่นเก็กหลาย โยกใส่จ๊กหน้อยกะได้ลองเบิ่งอาย ลองเบิ่ง...”	

และหากพิจารณาในกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ในส่วนของภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เหล่านี้มีการคัดสรร (selection) ดนตรีอีสานแค่บางประเภทมานำเสนอเท่านั้น เช่น พิณ แคน โหวด โปงลาง ไหซอง กลองหาง เท่านั้น



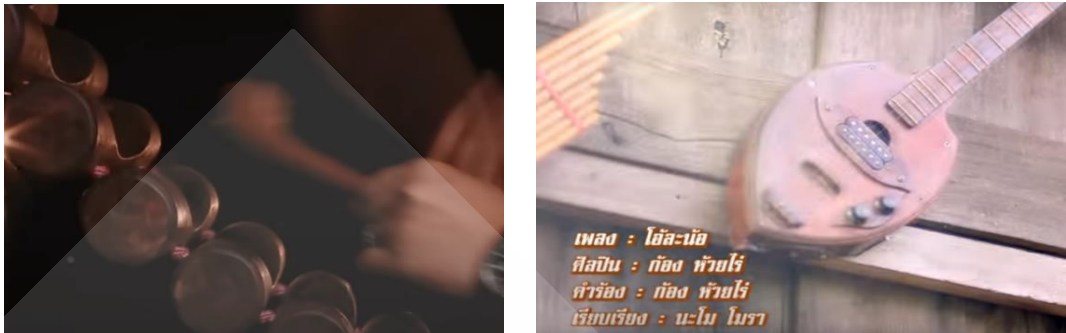
ภาพที่ 5.2 ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ภาพของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ การสื่อสารผ่านภาษาภาพเกี่ยวกับประเภทของเครื่องดนตรีอีสานนั้น การจัดวางและการนำเสนอเครื่องดนตรีอีสานที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานไม่ว่าจะเป็น พิณ แคน โหวด โปงลาง ทั้งในส่วนของเส้นเรื่อง หรือในเส้นร้อง เครื่องดนตรีอีสานถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของฉาก เช่น การนำเครื่องดนตรีอีสานมาแขวนติดไว้เพื่อประกอบฉาก หรือผ่านการแสดงดนตรีของนักดนตรี เช่น ในมิวสิกวิดีโอเพลงไอ้ละน้อ ของศิลปินก้อง ห้วยไร่ มีการนำแคน พิณ มาแขวนติดไว้ที่ฉาก หรือผ่านการแสดงดนตรีของนักดนตรี รวมถึงนักร้องด้วยในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอีกหลายเพลง ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 5.3 ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

อีกทั้งหากวิเคราะห์ในส่วนของเทคนิคด้านภาพในการสื่อสารประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน พบว่าในหลายมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ในช่วงท่อนโซโล่ ของเพลง โดยจะเป็นช่วงเวลาที่เปิดเวลาและพื้นที่ให้แสดง อัตลักษณ์อีสานอย่างชัดเจน ผ่านดนตรีในเพลง รวมทั้งองค์ประกอบด้านภาพจะนำเสนอขนาดภาพระยะใกล้ปานกลาง (Medium Shot) หรือภาพระยะใกล้ (Close-Up) เพื่อลือกโฟกัสของผู้ชมให้สัมผัสอย่างใกล้ชิดกับเครื่องดนตรีอีสานแบบชัดเจน ทำให้เครื่องดนตรีอีสานกลายเป็นศูนย์กลางแห่งการรับรู้เกี่ยวกับเครื่องดนตรีอีสานและรวมทั้งลีลาท่าทางการเล่นเครื่องดนตรีชนิดนั้น ๆ ด้วย ดังจะเห็นได้ในภาพ



ภาพที่ 5.4 ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

อีกทั้งยังพบอีกว่า ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ ยังนำเสนอให้เห็นถึงการใช้เครื่องดนตรีแบบผสมผสาน ทั้งกลอง กีตาร์ไฟฟ้า เบส รวมทั้งบางเพลงยังมีการนำเปียโนมาใช้เป็นเครื่องดนตรี มีท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่นเข้ามาผสมผสานทำให้ดนตรีมีความร่วมสมัย และฟังง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งน่าจะได้รับความนิยมจากวัฒนธรรมเพลงป๊อป ทำให้เพลงลูกทุ่งนำมาใช้เพื่อสร้างอัตลักษณ์อีสานใหม่ทางดนตรีให้มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้นด้วยนั่นเอง



ภาพที่ 5.5 การใช้เครื่องดนตรีแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

นอกจากนี้ยังพบว่า มีการนำแนวการร้องเพลงแบบเพลงเรี๊บบแบบภาษาถิ่นอีสาน และการร้องเพลงแบบอาร์แอนด์บี มาผสมผสานทำให้เพลงลูกทุ่งอีสานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับกระแสสังคมที่กำลังนิยมเพลงแนวเพลงเรี๊บบเปอร์ และเพลงสตริงร่วมสมัยของกลุ่มวัยรุ่นที่ทำให้หน้าตาของคนตรีเพลงลูกทุ่งอีสานเปลี่ยนแปลงไป บางเพลงยังมีการใส่ท่วงทำนองหมอลำมาช่วงกลางเพลง ทำให้ภาพของความเป็นอีสานดูสนุกสนานและร่วมสมัยมากยิ่งขึ้นอีกด้วย



ภาพที่ 5.6 การผสมผสานแนวดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

จะเห็นได้ว่า ทั้งในส่วนของเนื้อเพลง และส่วนของภาพของกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นมีการคัดสรร (selection) เครื่องดนตรีอีสานแค่บางประเภทเท่านั้นมานำเสนอ เช่น พิณ แคน โหวด โปงกลาง ไหซอง กลองหาง เป็นต้น และในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานยังนำเสนอการใช้เครื่องดนตรีแบบผสมผสาน ทั้งกลอง กีตาร์ไฟฟ้า เบส เปียโน มารวมบรรเลงในมิวสิกวิดีโอ มีท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่นเข้ามาผสมผสาน ทำให้ดนตรีฟังง่าย และเกิดเป็นอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ทางดนตรีที่ทำให้มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้นด้วยนั่นเอง แต่อีกด้านหนึ่งก็ยังคงรักษาเครื่องดนตรีที่เป็นอัตลักษณ์ของคนอีสานไว้ด้วยการนำเสนอผ่านภาพด้วยขนาดภาพ

ต่าง ๆ ที่ขีดเส้นใต้เน้นย้ำให้ผู้ชมเข้าใจและรับรู้ในความเป็นเครื่องดนตรีเฉพาะของคนอีสานไว้
อย่างลงตัว

3. การเล่นดนตรีอีสาน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานทั้ง 30 มิวสิกวิดีโอ พบว่า
ในช่วงปี พ.ศ. 2558- 2562 ที่ทำการศึกษานั้น การนำเสนอเรื่องการเล่นดนตรีอีสานนั้นถูกนำเสนอ
ให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์ทั้งในส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสาน ที่ดนตรีอีสานเป็นตัวเชื่อม
ความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมอีสานไว้ ดังเช่นตัวอย่างในเพลง ไอ้ละน้อ

เพลง ไอ้ละน้อ ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่

“...It's my life man free style จนใครๆ มองเราไม่ดี
บ่าวบ้านนอกแต่งโตเกาหลี่ ฟังเพลงอินดี้ ป๊อปแดนซ์ และบอยแบนด์
ใช้ชีวิตที่มันแตกต่าง กิน นอน นั่ง ก็ก๊อป โครเรีย
จนอีพอเพื่อนใจละเหี่ย สุดท้ายจั่งสู้โตตนาเขาเป็นจั่งได้
..เกิดเป็นคนอีสาน เลือดก็คนอีสานมีบุญมีงาน ก็ต้องมีหมอลำ มีลาบมีก้อย มีจุ๊ชอยจ้ำ
ยังจดยังจำ วิถีบ้านเฮา เสียงพิณท้าว เสียงแคนหย่าว หย่าวเจ้าหย่าว หมอลำเจ้าหย่าว
ยังคั่นราว โตดตีโต่งเกี้ยวสาว บ่ลืมเรื่องราว บุญฮีต 12 และคอง 14...”

เช่นเดียวกันกับเพลง ไห่ง่อง ของต๊ักแตน ชลดาที่เนื้อเพลงตอนหนึ่งเสนอให้เห็นว่า
การเล่นดนตรีอีสานถูกใช้ในงานบุญ ที่มักจะมีหมอลำเป็นการแสดงพื้นบ้านที่สื่อถึงความ
สนุกสนานของคนอีสานที่ไม่เคยรู้สึกเบื่อหน่าย

เพลง ไห่ง่อง ศิลปิน ต๊ักแตน ชลดา

“...งานบุญยูไซขอแต่ไค้ยินเสียง
ฝนลิตกฟ้าผ่าเปรี้ยงเปรี้ยงเปรี้ยงเปรี้ยงเปรี้ยง
บ่เคยเกียงจักเถื่อ แก้งสาวโตดเรื่องหมอลำบ่เคยเบื่อ
หมอลำยูไซผู้เฒ่าสันสาตสันเสื่อ
ย่อนพื้นเปิดพื้นเปื่อ
... ย่อนจีผู้่นไห่ง่อง อ้าว ไห่ง่องไห่ง่องไห่ง่อง..”

ภาพที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ยังนำเสนอให้เห็นความสนุกสนานกับดนตรีอีสานกับหน้าเวทีหมอลำที่มีชาวบ้านในสังคมอีสาน ทั้งชายหญิง วัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ต่างชื่นชอบในเสียงเพลง และหมอลำตามที่มีงานบุญ เทศกาลต่าง ๆ อีกด้วย



ภาพที่ 5.7 การเต้นหน้าเวทีหมอลำในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

นอกจากนี้ในบางมิวสิกวิดีโอก็นำเสนอให้เห็นถึงการเล่นดนตรีอีสานในชีวิตประจำวัน เช่น ในมิวสิกวิดีโอเพลงอำยมั่นหมอลำ ของศิลปิน มนต์แคน แก่นคูณ มีการสื่อสารให้เห็นถึงการเป่าแคน และการร้องลำในชีวิตประจำวัน เช่น ร้องเพลงและเป่าแคนบริเวณท้องนา หรือชานบ้าน ด้วยความภาคภูมิใจในดนตรีของคนอีสาน และเป็นภาพสะท้อนวิถีชีวิตสังคมชาวนาของคนอีสานไว้ด้วยนั่นเอง

อีกทั้งยังพบว่า ในเพลงดังกล่าวนี้ยังมีการสื่อสารผ่านภาพในมิวสิกวิดีโอให้เห็นถึงการเล่นดนตรีอีสานในท้องทุ่งนา หลังจากที่ได้พากันไปหาปลาในท้องนา เมื่อได้ปลาแล้วก็มีการร้องรำเป่าแคนกันอย่างสนุกสนาน และมีตัวละคร ๆ ที่มาร่วมวงเต้นรำ เป็นภาพที่สื่อสารความหมายและต่อยอดเรื่องของการถ่ายทอดภูมิปัญญาของชาวอีสานจากรุ่นสู่รุ่นที่ถูกส่งสมมาจากบรรพบุรุษ (collective identity) และเห็นถึงสายสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมอีสานผ่านภาษาภาพของมิวสิกวิดีโออีกด้วย



ภาพที่ 5.8 การเป่าแคนในชีวิตประจำวันของตัวแสดงในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

นอกจากนั้น มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานก็มีการนำเสนอให้เห็นถึงความสวยงามของดนตรีอีสานที่ถูกใช้เป็นตัวเชื่อมสายสัมพันธ์ของคนอีสาน ผู้คนมาร่วมกันในงานบุญต่าง ๆ พื้นที่ของผู้เล่นเครื่องดนตรีอีสานส่วนใหญ่ในมิวสิกวิดีโอ จะเป็นพื้นที่ของผู้ชาย ในฐานะผู้เล่นส่วนผู้หญิงจะถูกจัดวางให้เป็นสถานะของความสวยงาม การรำรำ การพ้อน การเต้นประกอบดนตรีเพื่อสอดประสานกัน และการเล่นเครื่องดนตรีอีสานยังนำเสนอให้เห็นวิถีชีวิตของคนอีสานกับการรวมกลุ่มกันร้องรำทำเพลงในงานบุญ งานประเพณีต่าง ๆ ของผู้คนในชุมชนอีสานที่สื่อสารถึงความสนุกสนานและความเชื่อ นำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมงานบุญ ประเพณีหรือเทศกาลงานต่าง ๆ ของคนอีสาน ไม่ว่าจะเป็งานบวช งานแต่ง ฯลฯ ก็มักจะเห็นมีการพ้อนรำ ร้องเพลงกันที่ภาษาอีสานเขาเ็นว่า “พ้อนเอาบุญ”



ภาพที่ 5.9 การพ้อนรำในงานบุญในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

อีกหนึ่งการเล่นดนตรีอีสานที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคมอีสานและถูกนำเสนอให้หลายมิวสิกวิดีโอ คือ “รถแห่ดนตรี” จะเห็นได้ว่า มีการนำเสนอให้เห็นพัฒนาการของความสนุกสนานด้านดนตรีของคนอีสาน จากเดิมที่เป็นรถแห่ด้วยเครื่องดนตรีอีสานเพียงไม่กี่ชิ้นกับรถเข็นที่ต้องจูงลากไป เปลี่ยนเป็นรถแห่วงดนตรีที่ยิ่งใหญ่ คูहनัสมัย และเป็นขบวนรถแห่ขนาดใหญ่ที่สามารถเคลื่อนที่ไปได้ทุกที่ รวมทั้งมีการการผสมผสานเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาประกอบเพิ่มขึ้น ภาพเหล่านี้อาจกำลังกลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ของคนอีสาน ที่สอดคล้องกับคำกล่าวที่เราเคยได้ยินว่า “ม่วนซื่น โฮแซว” เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคนอีสานในเรื่องความสนุกสนาน รื่นเริง และถือเป็นอัตลักษณ์ด้านดนตรีอีกอย่างหนึ่งที่อยู่คู่กันกับคนอีสาน ที่แฝงไว้ด้วยคติ ความเชื่อ ความสนุกสนาน และความสามัคคีของคนในชุมชนอีสาน ดังจะเห็นได้ในเนื้อเพลงคารอแห่แว๊บบ

เพลง คารอแห่..แว๊บบ ศิลปิน หงสา ประภาพร

“...เป็นสาวนักเรียน นักเรียน นักเรียน เรียนมอ อีแม่ีพ่อคาวนมอเตอร์ไซค์ให้ใช้
 ขับไปโรงเรียนฝึกอ่านฝึกเขียนเพียรตั้งใจ บ่เคยเหลวไหลเถลไถลออกเส้นทาง
 แต่มาเมื่อนี้ ๆ เมื่อนี้ ๆ มีบุญมีงานอยู่บ้านข้างหน้าขวางทาง ชางมาคียากลำบากหัวใจ
 ของนางสิไปโรงเรียนหรือไปเอาบุญน้อเฮา
 ... ย้อนเขาลื้อเขาส่าว่าละมีรถแห่ วงใหญ่คักแน่นแห่ยามมื่อเช้า เสียงดังตึ้ม ๆ ตึ้ม ๆ ตึ้ม ๆ
 ตึ้ม ๆ ๆ ๆ ๆ กระหึ่มดำใจเฮา เป็นตามวนเอาฮ้ายโอย่นายคักแน่น
 กะเลยแว๊บบ แว๊บบ แว๊บบ แว๊บบ ขับรถไปใส่รถแห่ เข้าไปจอดแห่แล้วละอยู่หน้ารถแห่
 กะเลยแว๊บบ แว๊บบ แว๊บบ แว๊บบ ขับไปเดินแห่แล้ว ละยกมือแก่แต่ละอยู่หน้ารถแห่...”

ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของวงดนตรีอีสาน พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของวงดนตรีกับการทำรถแห่ ที่ใช้ในการแห่งานบุญหรือเทศกาลงานต่าง ๆ ของคนอีสาน สอดคล้องกับ นฤมลกิจ ทวีชาติ (2561) อธิบายว่า มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของวงดนตรี เพื่อใช้ในการแห่งานบุญหรือเทศกาลงานต่าง ๆ ของคนอีสานอีกรูปแบบหนึ่ง ได้เกิดขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2541 เกี่ยวกับการทำรถแห่ในภาคอีสาน เมื่อพ่อค่านวน ชูพงษ์ (เสียชีวิตแล้ว) และแม่ปราณี ชูพงษ์ ได้คิดรูปแบบการทำรถแห่ขึ้นชื่อว่า “คาราทอง” ซึ่งเป็นรถแห่คันแรกของจังหวัดบุรีรัมย์และคันแรกภาคอีสาน รถแห่ดนตรีสดได้นำเครื่องเสียงกลางแจ้งขนาดใหญ่ เครื่องปั่นไฟฟ้า พร้อมเครื่องดนตรีเอาขึ้นไปไว้บนรถบรรทุกหกล้อเพื่อใช้แสดงดนตรีสด มีการดัดแปลงรถให้เป็นเวทีคอนเสิร์ตแบบเคลื่อนที่ได้ นักดนตรีสามารถขึ้นไปเล่นได้และสามารถเล่นเพลงได้ใน

ทุกแนว ตั้งแต่ลายแห่ แนวสตรีท ลูกทุ่ง หมอลำ กัณฑ์ริม ไปจนถึงเพลงสากล และสามารถขอเพลงได้ตามใจชอบ



ภาพที่ 5.10 การเต้นน้ำรอกแห่งชาวอีสาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงฮ่อน

ที่น่าสังเกต คือ ภาพเหล่านี้ส่วนใหญ่นำเสนอให้เห็นถึงความสนุกสนานของคนอีสาน โดยมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่จะนำเสนอให้เห็นตัวละครอีสานที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น ที่มักออกมาสนุกสนานกับรถแห่ดนตรี ที่มีการประดิษฐ์ตกแต่งและผสมผสานแนวดนตรีที่หลากหลาย ซึ่งอาจทำให้เห็นว่า ด้านหนึ่งวัยรุ่นซึ่งถือเป็นคนอีสานรุ่นใหม่นี้เองก็ไม่ละทิ้งวัฒนธรรมดนตรีอีสาน

แบบดั้งเดิม แต่อีกด้านหนึ่งก็มีการปรับเปลี่ยน และผสมผสานของวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ให้กับ ยุคสมัยในสังคมเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป

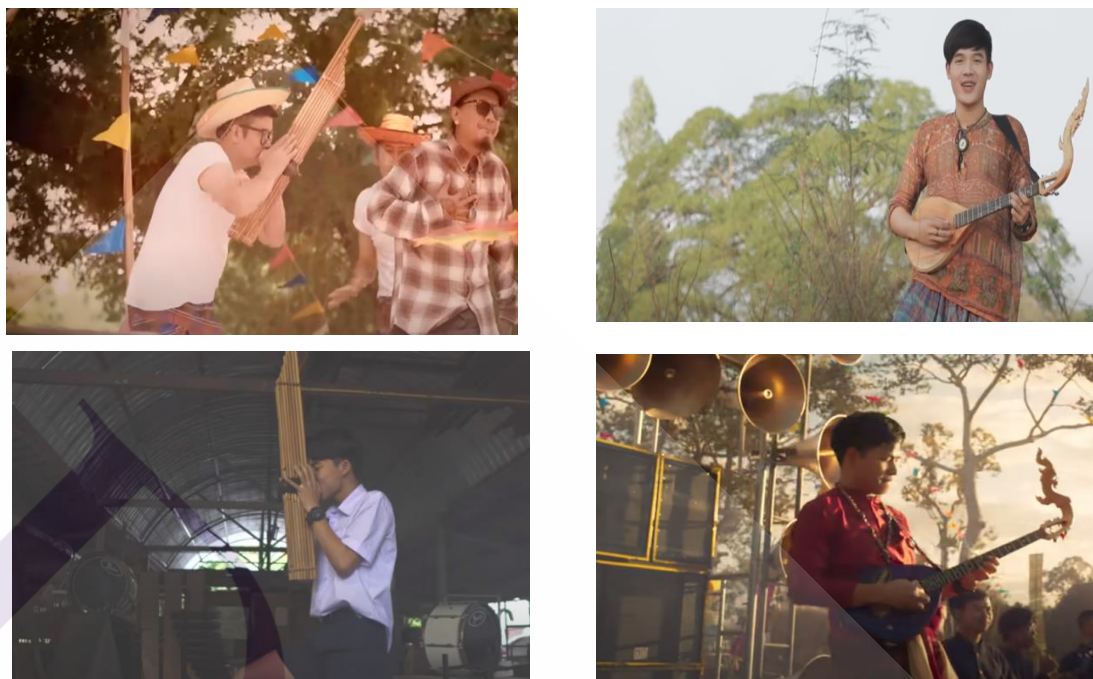


ภาพที่ 5.11 การเต้นหน้ารถแห่ของชาวอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงคารอแห่..แว่วับ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังต้องขอประเด็นด้านการเล่นดนตรีอีสาน มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจะนำเสนอให้เห็นผู้เล่นดนตรีอีสานส่วนใหญ่ นั่น หากพิจารณาในเรื่องช่วงวัย ส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่นที่เป็นผู้เล่นเครื่องดนตรี รวมทั้งหากพิจารณาถึงท่าทางการเล่นก็จะนำเสนอให้เห็นวิธีการเล่นที่สนุกสนาน มีการกระโดด โยกตัว และลักษณะที่ปรากฏนั้นผู้เล่นการแต่งกายของผู้เล่นเครื่องดนตรี จะมีแบบหลายแบบ ทั้งการแต่งกายแบบวิถีชีวิตของคนอีสาน การแต่งกายด้วยชุดแฟชั่น ปัจจุบัน ชุดนักเรียน หรือการแต่งด้วยชุดผ้าไหมอีสานแบบการแสดง รวมทั้งมีการนำเสนอให้เห็นการแต่งกายแบบโมเดิร์นด้วยการใส่เสื้อสูท เสื้อกั๊ก เป็นต้น



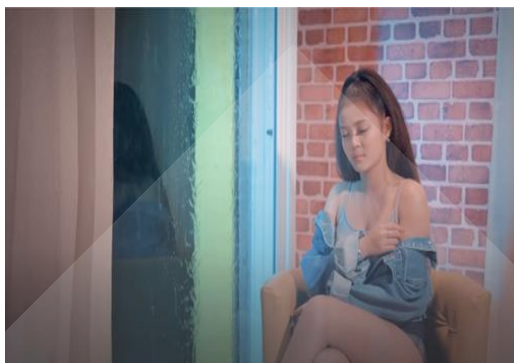
ภาพที่ 5.12 การแต่งกายของผู้เล่นเครื่องดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.13 การแต่งกายของผู้เล่นเครื่องดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตด้านเทคนิคในการสื่อสารผ่านภาษาภาพเกี่ยวกับการแต่งตัวของนักร้องในฐานะผู้เล่าถึงศิลปะดนตรีอีสาน พบว่า ส่วนของเส้นร้องในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นจะมีการแต่งตัวของนักร้องอยู่ 4 แบบ คือ 1. การแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบัน 2. การแต่งกายแบบโมเดิร์น 3. การแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่น 4. การแต่งกายแบบผสมผสาน โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบัน ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการแต่งกายของนักร้องด้วยชุดเสื้อผ้าแบบเรียบง่าย มีทั้งเสื้อเชิ้ตแขนยาว กางเกงยีนขาด ชุดนักเรียน และบางเพลงนำเสนอ นักร้องสวมรองเท้าแตะ เป็นการสร้างให้เห็นถึงวิถีชีวิตเรียบง่ายธรรมดา ๆ ที่สามารถเห็นได้จริงในสังคมไทย



ภาพที่ 5.14 การแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบันในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.15 การแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบันในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า มิวสิกวิดีโอที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ นำเสนอการแต่งกายของนักร้องที่แต่งกายด้วยชุดที่เรียบง่ายแจกเช่นชุดที่สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งแตกต่างจากยุคสมัยดั้งเดิมของภาพนักร้อง และสิ่งที่ทำให้ภาพความเป็นอีสานดูสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น อาจเป็นมาจากช่วงวัยของนักร้องที่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น จึงเห็นภาพของวิถีชีวิตและเรื่องราวของวัยรุ่นในท้องถิ่นอีสานที่สวมใส่เสื้อผ้าแฟชั่นปัจจุบัน ทั้งเสื้อเอวลอย กางเกงยีนแฟชั่น ที่ดูทันสมัยและเป็นปัจจุบันซึ่งไม่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ด้วยนั่นเอง

2. การแต่งกายแบบโมเดิร์น ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการแต่งกายของนักร้องด้วยชุดที่ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น ผู้หญิงผู้ชายจะแต่งตัวด้วยเสื้อสูท หรือเสื้อผ้าที่เป็นร่วมสมัย นำเสนออีกด้านของการแต่งกายที่ทำให้ภาพของนักร้องมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 5.16 การแต่งกายแบบ โมเดิร์นในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

3. การแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่น อีกหนึ่งการแต่งกายของนักร้องคือ แต่งกายด้วยเสื้อผ้าประจำถิ่น หมายถึง การนำเสนออัตลักษณ์อีสานผ่านเสื้อผ้า เพื่อนำเสนอตัวตน ความเป็นอีสานที่มีการแต่งกายหรือการใช้ผ้าประจำถิ่นมานำเสนอในมิวสิกวิดีโอ เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ความเป็นอีสานที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นได้ด้วยนั่นเอง



ภาพที่ 5.17 การแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่นในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

4. การแต่งกายแบบผสมผสาน จากการศึกษาพบว่า ในบางมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ยังมีการแต่งกายของนักร้องที่หลากหลายชุด และยังมีการผสมผสานและนำเสนออัตลักษณ์อีสานแบบร่วมสมัย เสมือนเป็นดั่งพื้นที่เปิด (open text) ที่รับเอาวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ยกตัวอย่างเช่น เพลงทศเวลาบาดเจ็บ ถึงแม้ว่านักร้องจะแต่งตัวด้วยชุดสูทแต่ยังคงไว้ด้วยการใส่รองเท้ายาวและเดินในทุ่งนา สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้เพลงจะสร้างให้นักร้องมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แต่อีกด้านก็ยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตท้องถิ่นของคนอีสานไว้ด้วยเช่นกัน เป็นการผสมผสานระหว่างความเป็นโลกสมัยนิยมและความเป็นชนบทไว้ด้วยกัน หรือในเพลงซึ่งก็นำเสนอภาพของการแต่งกายของนักร้องทั้งสามแบบด้วยเช่นกัน



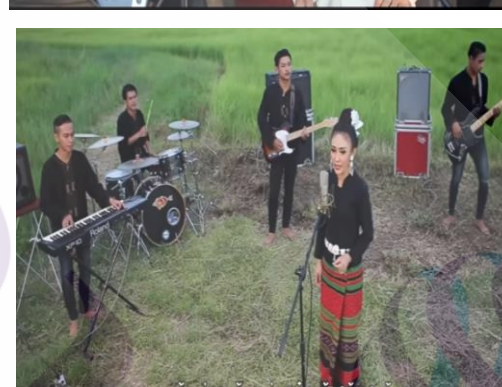
ภาพที่ 5.18 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.19 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

และอีกหนึ่งตัวอย่างจากเพลง ชางว่า นักร้องมีการแต่งกายด้วยชุดที่แตกต่างกัน 3 ชุด ในเส้นร้อง ทั้งชุดในชีวิตประจำวัน ชุดแบบโมเดิร์น และชุดประจำท้องถิ่น ซึ่งทำให้เห็นมิติรอบด้านเกี่ยวกับการแต่งกายของนักร้องที่นำเสนอผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน สะท้อนวิถีชีวิต

ของคนอีสานด้านหนึ่งถึงแม้ว่าจะปรับการแต่งตัวของนักร้องให้มีความทันสมัย แต่ก็ยังคงรักษาความเป็นวิถีชีวิตของคนอีสานผ่านการแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่นอีสานไว้ ทำให้เห็นถึงพื้นที่การต่อรองของคนอีสาน แม้ว่าจะรับวัฒนธรรมอื่นเข้ามา แต่ด้านหนึ่งก็ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตัวเองไว้อย่างไม่น่าเงินอาย



ภาพที่ 5.20 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

นอกจากนี้สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านการแต่งตัวของนักร้อง ผู้วิจัยพบว่า มีการสื่อความหมายในเนื้อหาของเพลงที่กล่าวถึงกายแต่งกายของคนอีสานด้วยการใส่ผ้าพื้นเมืองของชาวอีสาน ไม่ว่าจะเป็นผ้าซิ่นมัดหมี่ เสื้อข้อมคราม ผ้าลายขิดลายดอก ที่แสดงให้เห็นความภาคภูมิใจของคนอีสานที่ได้สวมใส่ มีการโพสต์ในโลกออนไลน์เพื่อแสดงถึงคุณค่าและภูมิปัญญาของคนอีสาน โดยที่ไม่ได้ขายใคร อีกทั้งในเนื้อเพลงยังสื่อความหมายว่าผู้หญิงที่นุ่งผ้าซิ่นนั้น ยังเป็นการรักษาจิตวิญญาณของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้อีกด้วย ในประโยคที่ว่า “เป็นผู้สาวนุ่งซิ่นนุ่งหมั่ววิญญาณท้องถิ่น กอดด้วยฮักแนบหัวใจ” จากเพลงผู้สาวนุ่งซิ่น (บาสโลป)

เพลง ผู้สาวนุ่งซิ่น (บาสโลป) ศิลปิน อ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง

บ่แม่นดอกฟ้าเมืองกรุง หอมกลางแสงไฟ เป็นแค่ดอกไม้บ้านนอก
 อยู่กับน้ำใจไมตรี อ้อมแขนความฮักที่บ่เคยลวงหลอก
 นุ่งซิ่นมัดหมี่ ใส่เสื้อย้อมคราม ลายซิดลายดอก
 งามบ่ล้ำดวงดาว แค่ดอกข้าวกลางนา เต็มแต่งแผ่นดินบ้านเฮา
 น้ำโขงน้ำมูลทอดยาว สืบสายธาร เป็นจิตวิญญาณท้องถิ่น
 ลูกหลานเดินทางหากิน อยู่ถิ่นแดนไกล ลังคนลืมไลบ้านเก่า
 ถิ่มทุ่งนาเก่าร้าง ซากเกวียนพัง ๆ ชุ้งฉางว่างเปล่า
 ผ้าซิ่นทอมือบ้านเฮา หูกทอเหงา ๆ ไผสิเป็นคนสืบสาน

* ซิ่นต่งใหม่ ๆ แม่ตำให้ตอนปีใหม่ ภูมิใจได้ใส่เกาะบ้าน

โพสต์ซิ่นโลกออนไลน์ บ้านเฮาบ่แพ้ผู้ใด ให้คนได้ชมได้อ่าน
มรดกบ้านเฮา พ่อแม่สร้างเปงมา เป็นของขวัญให้ลูกหลาน
เป็นผู้สาวนุ่งซิ่น นุ่งหมี่วิญญาณท้องถิ่น กอดด้วยฮักแนบหัวใจ

และหากพิจารณาภาพการแต่งตัวของนักร้องในมิวสิกวิดีโอเพลงผู้สาวนุ่งซิ่น (บาสโลป) จะเห็นได้อีกว่า มีการนำเสนอการแต่งกายของนักร้องทั้งในส่วนของเส้นร้อง และเส้นเรื่อง ด้วยการแต่งกายด้วยผ้าพื้นถิ่นของอีสาน โดยในส่วนของเส้นร้องจะนำเสนอด้วยชุดผ้าไหมอีสานที่ตัดเย็บเป็นชุดสไตล์ที่มีความทันสมัย และในเส้นเรื่องมิวสิกวิดีโอเองก็นำเสนอให้นักร้องซึ่งเป็นตัวละครของเรื่องสวมใส่ชุดด้วยผ้าพื้นถิ่นอีสานในชีวิตประจำวันด้วยความสวยงามและภาคภูมิใจ



ภาพที่ 5.21 การแต่งกายของนักร้องในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

สิ่งที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกต เรื่องประเด็นการแต่งกายของนักร้อง จากมิวสิกวิดีโอเพลงฮ่อนที่นำเสนอในเส้นร้อง ให้เห็นภาพนักร้องที่แต่งกายด้วยเสื้อแพ้น์เอวลอย กางเกงยีน ซึ่งการนำเสนอภาพผู้หญิงที่แต่งกายแบบนี้ อาจเป็นการนำเสนอของเด็กวัยรุ่นที่สังคมอาจมองว่าการแต่งกายในลักษณะนี้อาจมีความไม่เหมาะสม แต่สิ่งที่น่าสนใจในมิวสิกวิดีโอเพลงนี้ก็คือท่อนหนึ่งในระหว่างเพลง มีการเปลี่ยนดนตรีที่ใช้ดนตรีอีสาน โชว์การคิดพิน และนักร้องก็เซ็งแบบอีสานอยู่ท่ามกลางทุ่งนาด้วยเสื้อเอวลอยอย่างสนุกสนานกับวงดนตรีที่เป็นภาพประกอบ หากมองให้ลึกลงไป หรืออาจเป็นการสื่อสารความหมายบางอย่างท่ามกลางเปลือกนอกของวัยรุ่นที่อาจจะเข้ามาเปลี่ยนวัฒนธรรมอีสานให้เปลี่ยนแปลงไป แต่อีกด้านวัยรุ่นเหล่านี้ก็อาจต้องการความหมายต่อความเป็นอีสานว่าถึงแม้ว่าจะจะเป็นเด็กวัยรุ่นยุคใหม่ที่อาจแต่งตัวด้วยเสื้อแพ้น์เอวลอย แต่ก็ยังรักษาวัฒนธรรมอีสานดนตรี การฟ้อน การรำ ของคนอีสานไว้อย่างน่าสนใจด้วยเช่นกัน และทำให้ภาพของความเป็นอีสานดูแปลกใหม่ โดยจะเห็นได้ว่า ภาพเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเปลี่ยนความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ทำให้อีสานเกิดความหมายใหม่ด้วยภาพลักษณ์ที่แปลกตา (exoticize) ขึ้น



ภาพที่ 5.22 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.23 การแต่งกายแบบผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

จากการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน จะเห็นได้ว่า ดนตรีอีสานไม่ได้เป็นเพียงแค่ความสนุกสนาน แต่ยังถูกใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่มีดนตรีในวิถีชีวิต ดนตรีถูกใช้เพื่อประโยชน์ด้านความบันเทิง การผ่อนคลายความตึงเครียดของคนอีสาน และถูกใช้ในงานพิธีกรรม หรือประเพณีพื้นบ้านของสังคมอีสานที่มีวิวัฒนาการและถูกสั่งสม ถ่ายทอดมา โดยวัฒนธรรมดนตรีแบบหมอลำ หมอแคน ถือเป็นวัฒนธรรมร่วมกันของคนอีสาน ผ่านการบรรเลงเครื่องดนตรีอีสานประเภทต่าง ๆ ที่มีเสียงและลักษณะเฉพาะตัว และจะเห็นได้ว่า สังคมอีสานที่ผู้วิจัยได้ศึกษาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ ก็สื่อสารให้เห็นถึงวัฒนธรรมดนตรี 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านแรก วัฒนธรรมดนตรีอีสานมีการคัดสรร (selection) เฉพาะบางวัฒนธรรม และเฉพาะเครื่องดนตรีอีสานบางประเภทมานำเสนอเท่านั้น แต่ยังคงสื่อสารถึงความภาคภูมิใจของคนอีสานที่ไม่ได้รู้สึกเสียแต่อย่างใด แต่เป็นวัฒนธรรมดนตรีแบบคนอีสานที่มีการถ่ายทอดรุ่นสู่รุ่นจากบรรพบุรุษ และอีกด้านหนึ่งก็สื่อสารความหมายให้เห็นถึงการเปิดรับ ปรับเปลี่ยนรูปแบบดนตรี ทั้งการนำเอาเครื่องดนตรีในวัฒนธรรมส่วนกลาง หรือวัฒนธรรมอื่นเข้ามาทั้งกลอง เปียโน เบส กีตาร์ไฟฟ้า ทำให้ดนตรีอีสานมีความร่วมสมัย สามารถยกระดับดนตรีให้มีความทันสมัย เข้าใจได้ง่ายขึ้น อีกทั้งยังมีการใส่รูปแบบของเพลงเรีปมาผสมผสาน ทำให้มีการฟังเพลงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้หลากหลายยิ่งขึ้น

ตารางที่ 5.8 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านดนตรีแบบเก่า	การหรือสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีแบบใหม่
1. เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี (Isan Music Identity Marker)		
<input type="checkbox"/> กลุ่ม วัฒนธรรม ดนตรีอีสาน	อีสานมีกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีที่ หลากหลาย คือ 1.กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานเหนือ 2.กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานใต้	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการคัดสรร (selection) วัฒนธรรมดนตรีบางวัฒนธรรมขึ้นมา นำเสนอ โดยคัดเลือกวัฒนธรรมของกลุ่มอีสาน เหนือคือ วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน ที่เปรียบเป็น ประเพณีหลวง (Great Tradition) ของวัฒนธรรม อีสานขึ้นมานำเสนอ เพราะภายใต้กลุ่มวัฒนธรรม ดนตรีที่หลากหลาย แต่วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน ถือเป็นวัฒนธรรมใหญ่ที่สามารถสื่อสารเข้าใจ ร่วมกันได้ครอบคลุมบริเวณ 14 จังหวัดในภาค อีสาน และเป็นวัฒนธรรมดนตรียังเป็นอัตลักษณ์ ด้านดนตรีของคนอีสานที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ใช้ หมอลำเพื่อความบันเทิงและใช้ในงานบุญต่าง ๆ ใน สังคมอีสาน รวมทั้งยังอยู่ในความเป็นรากเหง้าของ คนอีสานที่เป็นที่ยอมรับและคนกลุ่มอื่นสามารถ รับรู้หรือเข้าใจได้ง่าย
<input type="checkbox"/> ประเภทของ เครื่องดนตรี อีสาน	ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานมี ความหลากหลาย	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการ คัดสรร (selection) เครื่องดนตรีอีสานแค่บาง ประเภทเท่านั้นมานำเสนอ เช่น เช่น พิณ แคน โหวด โปงลาง ไหซอง กลองหาง เป็นต้น และเป็นเครื่อง ดนตรีที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสาน ที่ แตกต่างไม่เหมือนดนตรีในภาคใด - มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเพิ่มเครื่องดนตรีจาก วัฒนธรรมส่วนกลางเช่น กลอง กีตาร์ไฟฟ้า เบส เปียโน มารวมบรรเลงผสมผสานในมิวสิกวิดีโอ และมีการนำมีท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่นเข้ามาทั้ง การร้องแบบแร็ป การร้องเพลงแบบอาร์แอนด์บี มาผสมผสานทำให้เพลงลูกทุ่งอีสานมีความ น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้ภาพของความเป็นอีสานดู สนุกสนานและร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านดนตรีแบบเก่า	การหรือสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านดนตรีแบบใหม่
<input type="checkbox"/> การ เล่นดนตรี อีสาน	ดนตรีอีสานถูกเล่นเพื่อความบันเทิง ในครัวเรือน สังคมอีสานและใช้ใน งานพิธีกรรม	<ul style="list-style-type: none"> - มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นการ เล่น ดนตรีอีสาน ทั้งเพื่อความบันเทิงใน ชีวิตประจำวัน และส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคน อีสาน และการเล่นดนตรีอีสานเป็นดังรากเหง้าของ คนอีสานที่มีการสั่งสมจากรุ่นสู่รุ่นของบรรพบุรุษ รวมทั้งเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม อีสานไว้ด้วย - มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอการเล่น ดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรถ แห่ดนตรีแบบร่วมสมัย
2. การสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี		
<input type="checkbox"/> การแสดง อัตลักษณ์ ดนตรีอีสาน	ดนตรีอีสานนั้นใช้บรรเลงเพื่อสร้าง ความบันเทิง และใช้ในงานพิธีกรรม การแสดงพื้นเมืองอีสานต่าง ๆ	<ul style="list-style-type: none"> - มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัด สรร (selection) เครื่องดนตรีอีสาน และวัฒนธรรม ดนตรีแค่บางประเภทเท่านั้นมานำเสนอ - เป็นการสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งรักษา ความเป็นอัตลักษณ์ด้านดนตรีแบบดั้งเดิมไว้ แต่ก็ เปิดรับ เพิ่มวัฒนธรรมดนตรีจากวัฒนธรรมอื่นเข้า มา - เกิดอัตลักษณ์ดนตรีแบบลูกผสม (hybrid) ที่มีความทันสมัย และยังส่งผลให้ยกระดับดนตรีให้ มีความทันสมัย เข้าใจได้ง่าย ทำให้มีการฟังเพลงที่ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้หลากหลายยิ่งขึ้น - ดนตรีอีสานไม่ใช่แค่ความบันเทิง แต่ยังถูกใช้เป็น เครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่มี ดนตรีในวิถีชีวิต มีคติความคิดความเชื่อของคน อีสาน และยังเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ที่ยึดโยง จินตนาการร่วมของผู้คนในสังคมอีสานไว้ - ดนตรีอีสานมุ่งเน้นที่นำเสนอถึงความสนุกสนาน บันเทิง

5.3 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

อาหารการกิน เป็นความต้องการและความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ทุกหมู่เหล่า เพื่อที่จักมีชีวิตอยู่รอด และในวิถีสังคมปัจจุบันอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของลักษณะร่วมทางวัฒนธรรมลาวชาวอีสาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับปากท้องของกิน ที่มีวัฒนธรรมการกินข้าวเหนียวเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญ ซึ่งในด้านประวัติศาสตร์โบราณคดีถือเป็นพันธุ์ข้าวพื้นเมืองของผู้คนในแถบนี้ทั้งหมด ในยุคก่อนการรับพระพุทธศาสนาจากอินเดีย อายุกว่า 5,000 ปี ดังलिที่สุจิตต์ วงษ์เทศ ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมการกินข้าวเหนียว ในมิตินัยความหมายแห่งฐานันดรทางสังคมว่า**“ข้าวเจ้าเป็นข้าวของเจ้า ส่วนข้าวเหนียวเป็นข้าวของไพร่”** โดยมีหลักฐานร่องรอยอธิบายว่า ข้าวเหนียวเป็นพันธุ์ข้าวพื้นเมืองของภูมิภาคสุวรรณภูมิที่มีมาแต่เก่าก่อน โดยคนทุกเผ่าพันธุ์ในแถบถิ่นนี้ล้วนแล้วแต่กินข้าวปามาก่อน ซึ่งเป็นตระกูลข้าวเหนียว โดยพบหลักฐานเป็นแถบข้าวเหนียวอยู่ในแผ่นอิฐตามศาสนสถานยุคทวารวดีทั่วทั้งประเทศไทย รวมทั้งที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่สุโขทัย นครปฐม ลงไปถึงนครศรีธรรมราช แสดงว่าที่อยู่ในดินแดนนี้ล้วนกินข้าวเหนียวเป็นอาหารหลักตั้งแต่เหนือจรดใต้ ดังนั้น พื้นฐานการกินข้าวแต่ดั้งเดิมของผู้คนในตระกูลไทย-ลาว คือ ข้าวเหนียวหรือข้าวหนึ่ง มาตั้งแต่ยุคก่อนสมัยทวารวดี แม้ในสมัยทวารวดีก็ยังกินข้าวเหนียวหรือข้าวหนึ่งเป็นอาหารหลักอยู่เป็นส่วนใหญ่ และในสมัยทวารวดีนี้เองเริ่มมีหลักฐานชัดเจนเกี่ยวกับข้าวเจ้า จนต่อมาภายหลัง ข้าวเจ้าก็แพร่หลายในภาคกลางและภาคใต้ มากกว่าข้าวเหนียว เพราะดินแดนเหล่านี้ที่อยู่ใกล้ทะเล มีการติดต่อค้าขายและสังสรรค์กับชาวต่างชาติอยู่เสมอ ๆ มากกว่าผู้คนในดินแดนภาคอื่น ๆ ที่อยู่ภายในตอนบน รวมทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการปลูกข้าว ตลอดจนถึงสภาพภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยจึงทำให้ข้าวเจ้าแพร่หลายมากขึ้น การประสมประสานกันทางเผ่าพันธุ์และวัฒนธรรมจากต่างชาติก็น่าจะมีส่วนกระตุ้นให้ข้าวเจ้ามีอิทธิพลมากกว่าข้าวเหนียวหรือข้าวหนึ่ง ดังกรณีอิทธิพลของ “กบข้าว” ที่รับแบบแผน แกลงใส่เครื่องเทศมาแต่ตะวันตก และอินเดีย ส่วนประเภทแกงจืดน้ำใส ๆ ร้อน ๆ ผัด ๆ มัน ๆ มาจากจีน ฯลฯ (ตึก แสนบุญ, 2553, น. 46-47) อาหารจึงไม่ใช่แค่การกินเพื่อดำรงชีวิตของมนุษย์เพียงเท่านั้น แต่เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่บอกเล่าวิถีชีวิตและสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของกลุ่มสังคมนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

อาหารมีคุณค่าและความหมายมากกว่าปัจจัยสี่ที่มนุษย์ใช้ในการดำรงชีวิต เพราะอาหารเป็นสิ่งหนึ่งที่มนุษย์ใช้ยืนยันอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละคน (self identities) และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (cultural identities) โดยเชื่อมโยงสถานภาพทางเศรษฐกิจภูมิศาสตร์และสังคม อาหารจึงเป็นวัฒนธรรมและประสบการณ์ร่วมของคนที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน มนุษย์ทุกคนต้องบริโภค

อาหารในขณะที่บริโภคอาหารมนุษย์ต้องใช้ประสาทสัมผัสครบทั้ง 5 ด้านไม่ว่าจะเป็น รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส ดังนั้นคุณค่าและความหมายของอาหาร จึงแทรกซึมเข้าสู่ร่างกายมนุษย์ (embody) ได้ไม่ยาก อาหารจึงเป็นพื้นที่ที่มนุษย์ใช้สร้างอัตลักษณ์อย่างเข้มข้น (สิริชญา คอนกรีต, 2556, น. 79)

Beardsworth and Keil (1997, อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2545, น. 213) ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจเกี่ยวกับอาหารว่า “ดูสังคมแล้วเห็นอาหาร ดูอาหารแล้วเห็นสังคม” ซึ่งหมายความว่า ในด้านหนึ่งเมื่อเราทำความเข้าใจเศรษฐกิจการเมืองและวัฒนธรรมของสังคมเราก็จะเข้าใจความหมายและการเคลื่อนไหวไปในกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารของมนุษย์ และในอีกด้านหนึ่งเมื่อเรามองพินิจไปยังอาหารเราก็สามารถสังเคราะห์คุณค่าต่าง ๆ ที่โครงสร้างสังคมได้ซุกซ่อนเอาไว้ในนั้น

จากคำกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นว่า อาหารถือเป็นวัฒนธรรมประเภทหนึ่งที่มีอยู่ในทุกสังคมและมีความหมายมากกว่าแค่ปัจจัยสี่ ในสังคมแต่มีความแตกต่างและหลากหลาย อาหารจึงถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ความคิด ความเชื่อ สถานะของผู้รับประทาน รวมทั้งถูกนำเป็นเครื่องบ่งชี้หนึ่งทางอัตลักษณ์ทางสังคมของชุมชนนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี อาหารจึงถือเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์เพราะมีแบบแผนในการผลิต การประกอบอาหาร และการบริโภคอาหาร สอดคล้องกับ นรมน เพ็ชรพูล (2556, น. 2) ได้กล่าวถึงประเด็นความสัมพันธ์ของอาหารกับมิติต่าง ๆ ในสังคม สรุปไว้ว่า อาหารเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งเนื่องจากเป็นแบบแผนในการผลิต การประกอบ และการบริโภคอาหาร หรือที่เรียกกันว่า วัฏจักรแห่งอาหาร (cycle of food culture) ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของผู้คนในแต่ละสังคม ที่มีการสั่งสมความรู้ ประสบการณ์ และทักษะมาหลายชั่วอายุคน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตมนุษย์ นับตั้งแต่การเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง ถึงการเข้าครัวทำอาหารเพื่อการกินการอยู่อย่างมีคุณค่า ซึ่งความต้องการอาหารของมนุษย์นั้นไม่ได้ให้หยุดแค่ความต้องการทางกายภาพเท่านั้น แต่มนุษย์กินอาหารเพื่อความพึงพอใจของตนเองด้วย อาหารจึงเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของสังคม

อาหารจึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องบรรเทาความหิวโหยหรือเพื่อการดำรงชีพของมนุษย์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่อาหารเป็นเครื่องมือทางสังคมที่มีคุณประโยชน์มากกว่าการเสพรสชาติและสารอาหาร แต่อาหารผสมผสานอย่างกลมกลืนด้วยคติความเชื่อ วิถีชีวิต วัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ ที่มักถูกนำเสนอให้เป็นอาหารเฉพาะถิ่นที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านเมนูหรือชนิดอาหาร รวมทั้งวิธีการประกอบอาหารเหล่านั้นอีกด้วย ซึ่งในประเทศไทยเองก็มีความแตกต่างทางด้านอาหารที่สามารถแบ่งตามภูมิภาค ทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคอีสาน หรือที่

เรียกว่า อาหารพื้นบ้าน โดยเมนูหรือกรรมวิธีในการปรุงอาหารก็มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น

อาหารพื้นบ้านเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น การคัดสรรและปรุงแต่งอาหารเป็นประสบการณ์ที่ผ่านการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก ปรับแต่งจนกลายเป็นสูตรหรือตำรับอาหารที่ลงตัวและถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น “อาหารตำรับพื้นบ้าน เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติรอบ ๆ ตัว การปรุงรสด้วยวิธีที่เรียบง่าย มีความหลากหลาย และมีรสชาติที่ชวนลิ้มลอง เป็นส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างประเภทและปริมาณของเนื้อสัตว์ ผักพื้นบ้าน เครื่องปรุงรสและประโยชน์ของอาหาร” ความพึงพอใจในรสชาติหรือความอร่อยของอาหารพื้นบ้านมักจะไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว เป็นความคุ้นเคยที่เรียนรู้มาตั้งแต่วัยเด็กซึ่งแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น นับเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงประสบการณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่สำคัญประการหนึ่ง (อุษา กลิ่นหอม , ทม เกตุวงศา, ประจวบ จันทรหมีน, สัจญา สุภจันตรา, สุจิตร์ เทียงเกตุ ,และวีระ ทองเนตร, 2548 , น. 63)

สำหรับการวิเคราะห์อัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาเพื่อให้เห็นภาพของการเปลี่ยนผ่านด้านอัตลักษณ์อาหารอีสาน ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.3.1 อัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร อาหารอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

5.3.2 อัตลักษณ์อีสานด้านอาหารอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

5.3.1 อัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร อาหารอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

ชาวอีสานดำรงชีวิตให้เข้ากับธรรมชาติสภาพแวดล้อมที่แห้งแล้งกันดารด้วยการประกอบอาหารขึ้นจากวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น มีพันธุ์พืชสมุนไพร ผัก ผลไม้ที่หลากหลายรวมทั้งต้องสรรหากรรมวิธีในการถนอมอาหารเพื่อรักษาอาหารไว้กินในระยะเวลานาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่หล่อหลอมทำให้เกิดตำรับอาหารอีสานที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ผ่านการสืบทอดภูมิปัญญามาตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน นอกจากจะมีรสชาติอร่อยถูกปากแล้ว ยังมีคุณค่าทางโภชนาการสูงจากส่วนประกอบที่หาได้ในท้องถิ่น รสชาติและเครื่องเทศวัตถุดิบรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารอีสานคือ เผ็ด เค็ม เปรี้ยว มีเครื่องเทศน้อยอย่างเป็นทางการประกอบหลัก ๆ ที่เป็นส่วนผสมของอาหารอีสาน คือ ตะไคร้ ใบมะกรูด ข่า ผักชีลาว ผักไผ่ เป็นต้น เนื่องจากเป็นพื้นที่แห้งแล้งมาก่อน จึงมีเครื่องเทศที่ไม่หลากหลายเหมือนอาหารจากภาคอื่น ๆ และที่สำคัญอาหารอีสานจะไม่มีน้ำตาลเป็นส่วนประกอบเนื่องจากไม่นิยมรับประทานอาหารที่มีรสชาติดหวาน (สมชาย ณ นครพนม, พิมพ์พรรณ ไพบูลย์หวังเจริญ, จุฑาทิพย์ โคตรประทุม, เบญจมาศ แพทอง, อรสา สายบัว, และดาวรัตน์ ชูทรัพย์, 2562, น. 143)

เฮ็ดอยู่ เฮ็ดกิน อย่างอีสาน

คนอีสานมีวิธีการหาอยู่หากินที่ผูกพันกับการเกษตรและใกล้ชิดกับธรรมชาติ กล่าวคือ วัตถุประสงค์สำหรับปรุงอาหารประจำวันได้มาจากเรือกสวนไร่นา พืชผักสวนครัวหลังบ้าน รวมถึงป่าเขา ลำห้วย ที่เป็นแหล่งอาหารตามฤดูกาลอันอุดม วัฒนธรรมการอยู่การกินที่สอดคล้องกับธรรมชาติ สืบเนื่องมาจากการตั้งถิ่นฐานของชุมชนที่มักสร้างบ้านเรือนในแหล่งอุดมสมบูรณ์ ทั้งตามลุ่มแม่น้ำสายใหญ่ไม่ว่าจะเป็นแม่น้ำโขง ชี มูล แยกออกเป็นลำน้ำสายย่อย เช่น สงคราม ลำปาว น้ำพอง รวมถึงห้วย หนอง คลอง บึงต่าง ๆ สายน้ำใหญ่น้อยเหล่านี้คือ เส้นเลือดหล่อเลี้ยงชีวิต เป็นทั้งแหล่งอาหารและแหล่งน้ำสำหรับท้องนาท้องไร่ของเกษตรกร เกิดเป็นวิถีชีวิตแบบคนลุ่มน้ำ ทั้งการเพาะปลูกข้าวและหากุ้งหอยปูปลา มิใช่เพียงแหล่งน้ำเท่านั้น คนอีสานยังตั้งถิ่นฐานใกล้ภูเขา ป่าเขาทั้งถิ่นที่มีภูเขาล้อมรอบ ชุมชนใดไม่อยู่ใกล้ภูมักตั้งบ้านเรือนใกล้พื้นที่ป่า ทั้งป่าโคก ป่าดง ป่าทู่ ป่าทาม สภาพแวดล้อมเหล่านี้มีพืชผักหลากหลาย มีสัตว์ป่านานาสายพันธุ์อยู่อาศัย เกิดวิถีการเก็บหาของป่ามากิน รู้จักเพาะปลูกตรงพื้นที่ไร่นา ภู่นานาเมล็ดพันธุ์ตรงหัวนา เพื่อเก็บมาปรุงอาหารยามทำนา เมื่อกลับมาถึงบ้านเด็ดผักจากสวนครัวหลังบ้านมาทำอาหาร เป็นการหากินแบบพอกินไปมื้อหนึ่ง ๆ หากมีเหลือนำไปแบ่งปันบ้านใกล้เรือนเคียงหรือแลกเปลี่ยนอาหารที่ตนไม่มีกับชุมชนอื่น วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสานจึงเป็นทั้งขานา ชาวไร่ และชาวสวนอาหารการกินเกิดจากการลงมือปลูกและลงแรงหา เป็นสภาพแวดล้อมของชุมชนอีสานอันเอื้อต่อการอยู่การกินที่สัมพันธ์ผูกพันเกี่ยวคู่กับธรรมชาติ (กานต์ เหมวิหค และสุปรียา ห่องแขง, 2556, น. 7)

ตำรับอาหารของชาวอีสานที่ปรุงแต่งขึ้นจากส่วนประกอบจากแหล่งอาหารธรรมชาติของท้องถิ่น จำพวกพืชผัก เห็ด สัตว์ แมลง และเครื่องปรุงรสต่าง ๆ มีมากกว่า 150 ตำรับ นั้นแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของทรัพยากรและความอุดมสมบูรณ์ของท้องถิ่นอีสาน และที่สำคัญ คือ การกินอาหารของชาวอีสานเป็นวัฒนธรรมในการดูแลสุขภาพเป็นการกินอยู่เพื่อการป้องกันและรักษาโรค ซึ่งเห็นได้จากความนิยมในการกินพืชผักสมุนไพรที่มีคุณค่าทางยา รวมทั้งมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่กำหนดให้กินอาหารบางประเภทเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายและมีข้อห้ามไม่ให้กินอาหารบางประเภทที่จะเกิดโทษต่อร่างกาย การกินอาหารของชาวอีสานเป็นการกินที่เข้าถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญา กล่าวคือ ชาวอีสานคัดสรรอาหารจากแหล่งอาหารที่อยู่ในท้องถิ่นประกอบอาหารตามสูตรหรือตำรับที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และผสมผสานคติความเชื่อด้านลักษณะและคุณประโยชน์ของอาหารที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ โดยอาจจะบุเอกลักษณ์ของอาหารอีสานที่เด่นชัด 3 ประการคือ หากินตามฤดูกาลมีแหล่งอาหาร

จากดินสอดฟ้า รสชาติขมนำ เผ็ดตามเปรี้ยวและฝาดตามธรรมชาติ และถือข้อคละำในการกิน (อุษา กลิ่นหอม และคณะ , 2548, น. 66-67)

ในการอธิบายประเด็นอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร อาหารอีสานแบบดั้งเดิมนั้น โดยผู้วิจัยจะอธิบายประเด็นเรื่องอัตลักษณ์อีสานด้านอาหารออกเป็น 4 ประเด็นคือ 1.ชนิดของอาหารอีสาน 2.กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน 3.วิธีการรับประทานอาหารอีสาน และ 4.สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ดังนี้

1. ชนิดของอาหารอีสาน

คนอีสานมีวิถีชีวิตผูกพันและหาอยู่หากินกับธรรมชาติ จุดเด่นของอาหารอีสาน คือ ความเรียบง่าย กล่าวคือ ง่ายจากธรรมชาติตามฤดูกาลหรือผลิตเอง **ปรุงง่ายด้วยส่วนผสมและเครื่องปรุงไม่กี่ชนิด** แต่นำมาทำอาหารได้หลากหลายอย่าง ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน และกินง่ายด้วยรสชาติของอาหารที่เป็นรสธรรมชาติแท้ ๆ โดยเน้นรสนำเผ็ดเค็มกลมกล่อม อาหารบางสูตรมีรสเปรี้ยว เป็นความเปรี้ยวจากผักพื้นบ้าน ไม่ว่าจะเป็นมะนาว มะขาม ทั้งขมค้ออ่อน ผักดิบ และมะขามเปียก มะอึก มะกอกป่า และผักตั่ว ผักอีสานมีรสตามธรรมชาติ ทั้งจัด ฝาด มัน เปรี้ยว เผ็ดซ่า นอกจากนำมาปรุงรสแล้ว ผักแทบทุกชนิดสามารถนำมาเป็นเครื่องปรุงหลัก เครื่องปรุงรอง และกินแหม่มด้วย (กานต์ เหมวิหค และสุปรียา ห่องแซง, 2556 , น. 17)

อาหารอีสานมีหลากหลายรสชาติ ปรุงรสด้วยปลาร้าที่คนต่างถิ่นไม่คุ้นกลิ่นบอกว่าเหม็นคนอีสานมีพฤติกรรมกรบิ โภคอาหารสุก ๆ ดิบ ๆ หรือกินดิบทั้งเนื้อและเลือดอย่างก้อยหรือลาบเลือด ส่วนขี้เอนจากไส้วัว รกวัว ก็นำมาปรุงอาหาร แม้แต่แมงกูดขี้จากกองขี้ควายยังนำมาคั่วกบ เขียด หรืออึ่งอ่างยังไม่เว้น แต่สิ่งนี้ถือเป็นวิถีการกินที่สัมพันธ์กับการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนใกล้ธรรมชาติ ถ้าคนต่างถิ่นเข้าใจบริบททางอาหารการกินซึ่งเกี่ยวพันกับธรรมชาติตามฤดูกาล เช่นนี้ไม่ยากที่จะทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมการกินแบบอีสาน และยอมรับในความแตกต่างได้โดยไม่ตั้งแง่รังเกียจ (กานต์ เหมวิหค และสุปรียา ห่องแซง, 2556, น. 15)

กระบวนการค้นหาข้อมูลว่าด้วยเรื่องอาหารอีสาน ผู้วิจัยใช้การทบทวนจากเอกสารเพื่อค้นหาความรู้เกี่ยวกับชนิดอาหารอีสานแบบดั้งเดิมที่คนอีสานบริโภค ทั้งจากงานวิจัย หนังสือ เว็บไซต์ และงานเพลงยุคเก่า ๆ ทำให้ผู้วิจัยนึกถึงเพลงลูกทุ่งประวัติศาสตร์เพลงหนึ่ง ที่เรียกได้ว่าเป็นการจดบันทึกเรื่องราววัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของคนอีสานไว้ได้อย่างงดงาม ในผลงานเพลง **“อีสานบ้านเฮา”** จากการประพันธ์ของครูพงษ์ศักดิ์ จันทุกุขา ศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดงดนตรีไทยลูกทุ่ง ปี พ.ศ. 2557 ซึ่งได้บันทึกเสียงไว้เมื่อปี พ.ศ. 2520 ขับร้องโดย เทพพร เพชรอุบล ในเนื้อหาของเพลงนี้ก็นำเสนอให้เห็นวิถีชีวิต การกินอยู่ของคนอีสาน รวมทั้งนำเสนอให้เห็นชนิดของอาหารอีสานไว้อย่างครบครัน ดังที่ชลธิ ธารทองศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะการแสดง

(นักแต่งเพลงลูกทุ่ง) ประจำปี พ.ศ. 2542 (สยามดารา, 2558) ได้กล่าวยกย่อง พงษ์ศักดิ์ จันทรุกขา ไว้ในหนังสือ ชีวิตและงานศิลปินแห่งชาติ ชลธี ธารทอง เทวคาเพลง ภาคสมบูรณั ว่า “เพลงอีสาน บ้านเฮา ได้ประมวลความเป็นภาคอีสานไว้ครบถ้วน ทั้งวัฒนธรรมการกิน การอยู่ การประกอบอาชีพ จึงได้รับการยอมรับ ว่าเป็นเพลงประจำภาคอีสาน” ดังจะเห็นได้ในเนื้อเพลง

เพลงอีสานบ้านเฮา ศิลปิน เทพพร เพชรอุบล

“หอมดอกผักกะแยง ยามฟ้าแดงกำลังมา
 แอ็บแอ็บเขียดจะนา ร้องยามฟ้าฮ้องฮวนฮวน
 เขียด โม่เขียดขาคำ เหมือนหมอลำพากันม่วน
 เมฆคำลอยปิ่นป่วน ฝนตกมาสู่อีสาน
 หมู่หญ่ตั้นกับแก ถูกฝนแลเขียดตระการ
 ควายทุยเสร็จจากงาน เล็มหญ่อ่อนตามคันนา
 รุ่งแจ้งพอพุ่มพู่ ตั้นเข้าตุ้รือบออกมา
 เร่งรูดไถสุดนา รีบนำฟ้าฟาวนำฝน
 อีสานบ้านของเขา อาชีพเก่าแต่นานคล
 เอาหน้าสู้ฟ้าฝน เฮ็ดนาไร่บ่ได้เขา เฮ็ดนาไร่บ่ได้เขา
 ม่วน..เฮ้ย..โอ...โอ... นอ.. ม่วนเฮ้ยม่วนเสียงกบ ร้องฮับฮับกล่อมลำเนา
 ผักเม็ดผักกะเดา ผักกระโดนและผักอีฮีน ธรรมชาติแห่งบ้านนา ฝนตกมามีของกิน..”

จะเห็นได้ว่า เนื้อเพลงดังกล่าว นำเสนอให้เห็นวิถีชีวิตของคนอีสานที่ใกล้ชิดธรรมชาติ กับวิถีชีวิตแบบชาวนา การหาอยู่หากินที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชผักนานาพันธุ์ และสัตว์ต่าง ๆ ที่หาได้จากท้องทุ่งนา

รวมทั้งอีกหนึ่งข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับอาหารอีสาน จากหนังสือ “ลูกอีสาน” โดย คำพูน บุญทวี ในปี พ.ศ. 2522 หนังสือนวนิยายที่ได้รับรางวัลนวนิยายดีเด่น จากคณะกรรมการพัฒนาหนังสือแห่งชาติ พ.ศ. 2516 และกระทรวงศึกษาธิการ ได้อนุมัติให้เป็นหนังสืออ่านนอกเวลา และยังได้รับรางวัลหนังสือนวนิยายยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน หรือรางวัลซีไรต์ พ.ศ. 2522 ถือเป็นหนังสือที่เกี่ยวกับอีสานที่โด่งดังมาก ผ่านการบอกเล่าถึงชีวิตวัยเด็กของคุณ ตัวละครเอกกับชีวิตในชุมชนอีสาน เป็นเรื่องราวชีวิตจริงอิงนิยายของผู้เขียนและครอบครัวเพื่อนบ้านที่ประสบชะตากรรมเดียวกันในอีสานสมัยนั้น และถือเป็นอีกวิธีการมองโลกของตัวละครคุณที่ยังสอดแทรกไปด้วยการหาอยู่หากินของชาวอีสานในยุคก่อนอย่างน่าสนใจ จนทำให้บริษัทไฟว์สตาร์ซ้อลิขสิทธิ์ลูกอีสาน

ไปสร้างเป็นภาพยนตร์ ออกโรงฉายในปี พ.ศ. 2525 ซึ่งภาพยนตร์เรื่องนี้ก็เป็นชื่อฮาในวงการภาพยนตร์อีกด้วย ทำให้หนังสือเล่มนี้เปรียบเป็นบันทึกหน้าประวัติศาสตร์ให้กับคนอีสานได้เป็นอย่างดี และในประเด็นเรื่องอาหาร รายการอาหารที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้ก็นำเสนอให้เห็นชนิดของอาหารอีสานที่หลากหลายอย่างน่าสนใจ ตั้งแต่ ข้าวเหนียว ส้มตำ/บักหุ้ง แกงอ่อม แจ่วปลาร้า แจ่วบั้ง ปลาแดกปลาร้า ปลาสาม ลาบปลาคูก ชุปบักมี ลาบเนื้อ ต้มงูสิง ลาบนกขุ่ม ลาบบั้ง ปันจิ้งหรีด แกงอ่อม อึ้งย่าง ลาบปลา หม่าปลา หมกปลาคูก ก้อยกบ แกงไข่มดแดง เป็นต้น

เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของจรรุภรณ์ ธรรมวัตร (2540) เรื่อง *วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวอีสาน : การสืบสานภูมิปัญญาและมรดกจากธรรมชาติ* ก็ได้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะการบริโภคอาหารสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ อาหารหลักในเขตชนบท คือ ข้าวเหนียว ผัก ปลาและปลาร้า ผลัดเปลี่ยนตามฤดูกาล ด้วยเพราะชาวบ้านในชนบทตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ลุ่มริมแม่น้ำและในป่า ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของน้ำและป่า ทำให้ชาวอีสานในชนบทสามารถผลิตข้าวและหาอาหารได้ทั้งปี ขณะที่ประชาชนในเขตเมืองรับเอาลักษณะการบริโภคจากพื้นที่อื่นเข้ามาแล้วผสมผสานกับการบริโภคอาหารพื้นบ้าน นอกจากนี้การได้รับอิทธิพลจากสื่อโทรทัศน์และวิทยุได้ ทำให้ผู้บริโภคในเขตเมืองรับเอาวิถีการบริโภคมาด้วย เช่น การแพร่กระจายของอาหารสำเร็จรูปและเครื่องบริโภคชนิดใหม่ ๆ จากส่วนกลางรวมถึงจากต่างประเทศ เป็นต้น วิถีการบริโภคเป็นไปตามฤดูกาล พึ่งพาธรรมชาติและพึ่งพาตนเอง วัฒนธรรมการบริโภคจึงใช้สรรพสิ่งรอบ ๆ ตัว เพาะปลูก ปลูกผักตามฤดูกาล จับปลา หาปลาตามห้วย คลอง บึง ฤดูน้ำหลากปลาอุดมสมบูรณ์ทั้งปลาใหญ่ ปลาเล็ก เมื่อจับได้มากจะทำเป็นอาหารแห้งและอาหารหมักดอง ดังเช่น การทำปลาร้า ที่ทำแล้วก็สามารถเก็บไว้กินได้ตลอดปี นอกจากนั้นวิถีการบริโภคของคนอีสานยังเป็นกิจกรรมที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับผี คนกับพระ ซึ่งแสดงออกผ่านโอกาสพิเศษที่มีการจัดงานประเพณีรวมถึงงานมงคล โดยสิ่งที่น่าสนใจบริโภคในปัจจุบันยังสามารถเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงสถานภาพทางสังคมของผู้บริโภคและเจ้าภาพด้วย ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การบริโภคอาหารของชาวอีสานเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกจากธรรมชาติ

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารอีสาน โดยใช้การศึกษาของสิริชญา คอนกรีต (2556) ในงานวิจัยเรื่อง *เพลงลูกทุ่งอีสาน: อัตลักษณ์และการเมืองเชิงวัฒนธรรมคนอีสานพลัดถิ่น* ที่ได้ศึกษาเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งจำนวน 200 เพลง มีเนื้อเพลงนำเสนอเรื่องราวของคนอีสานที่ต้องเดินทางจากอีสานไปอยู่ต่างถิ่น พบข้อมูลที่น่าสนใจในประเด็นเรื่องอัตลักษณ์อีสานด้านอาหารสิริชญา คอนกรีต ได้ศึกษาเพลงลูกทุ่งอีสาน ในประเด็นชื่อเรียกชนิดอาหารอีสานที่ปรากฏในเนื้อเพลงลูกทุ่งอีสาน ดังนี้ ข้าว ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาเซ็ง ปลาชิว ปลาช่อ ผักกะแยง

ผักหวาน ผีอีฮัน ผักเสี้ยน ไข่มดแดง แมงกูดจี เห็ดแตก เห็ดท่า เห็ดระโงก หน่อไม้ หมาน้อย เป็นต้น รวมทั้งภาคอีสานยังมีวัตถุดิบสำคัญในการประกอบอาหารต่าง ๆ คือ ปลาร้า

เครื่องปรุงอาหารอีสานที่สำคัญและแทบขาดไม่ได้เลย คือ ปลาร้า เป็นภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหารพื้นถิ่นด้วยการนำปลาหมักด้วยเกลือผสมด้วยข้าวคั่วหรือรำสำหรับเก็บไว้รับประทานตลอดทั้งปี ปลาร้าส่วนใหญ่ทำจากปลาน้ำจืดที่หาได้ง่ายเป็นจำนวนมากในต้นฤดูฝน เช่น ปลาหมอ ปลาช่อน วิธีการทำปลาร้าคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันที่ส่วนผสมและระยะเวลาในการหมัก โดยต้องยัดปลาให้แน่นแล้วปิดฝาให้สนิทที่สุด เรียกกรรมวิธีนี้ตามภาษาถิ่นว่าการแตกปลาร้าจึงมีอีกชื่อเรียกหนึ่งว่า ปลาแตก ตามลักษณะกรรมวิธีของการบรรจุปลาลงในไห (สมชาย ฉนกรพนม และคณะ, 2562, น. 146)

การถนอมปลาไว้เป็นอาหารนอกฤดูกาลโดยการหมัก คือ ปลาร้าหรือปลาแตกนั้น ในวัฒนธรรมอีสานถือว่าเป็นอาหารหลักและเครื่องปรุงรสที่สำคัญที่สุด จนถือเป็นวิญญูชนห้าของความเป็นอีสาน ได้แก่ ข้าวเหนียว ลาบ ส้มตำ หมอลำ ปลาร้า ผู้รับประทานปลาร้าในสมัยก่อนแทบทุกครัวเรือนต้องทำปลาร้าเอง แม้บ้านคนใดทำปลาร้าได้หอมปลาร้าไม่เน่า ไม่มีหนอน คือแม่ศรีเรือน โดยข้อดีของการรับประทานปลาร้า คือ ปริมาณที่ใช้ในการบริโภคไม่มาก ไม่น้อย มีรสชาติคงตัว ราคาไม่แพง เป็นสิ่งหนึ่งที่สะท้อนถึงความสามารถในการพึ่งพาตนเอง (จารุวรรณธรรมวัตร, 2538, น. 13-14)

ปลาร้าปลาแตก เป็นผลผลิตแห่งเทคโนโลยีการถนอมอาหาร ในวัฒนธรรมการกินอย่างชาวลาวอีสานร่วมสมัยกับ น้ำบุง ถั่วเน่า กะปิ จนถึงผลพลอยได้จากปลาทะเลเน่า หรือ น้ำปลา โดยขึ้นอยู่กับวัสดุที่เอามาหมักให้เน่า ถ้ากลุ่มชนอยู่ใกล้ทะเลก็ใช้ปลาทะเล แต่อยู่ไกลก็ใช้ปลาน้ำจืด ซึ่งกรรมวิธีดังกล่าว สุจิตต์ วงษ์เทศ อธิบายว่า เป็นกระบวนการถนอมอาหารแบบ ทำให้เน่าแล้วอร่อย ทั้งหมดคือ พัฒนาการของรากเหง้าวัฒนธรรมการกินอย่างไทย ๆ ลาว ๆ อีกทั้งในวิถีวัฒนธรรมการกินของคนอีสานจะไม่นิยมกินสัตว์ใหญ่ ยกเว้นในช่วงเทศกาลพิเศษ โดยวิถีปกติจะกินสัตว์เล็กพวกแมลงต่าง ๆ รวมถึงปลานานาชนิด (ดีก แสนบุญ, 2553, น. 46-47)

มีงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินปลาร้า ปลาแตก ของคนอีสานและสามารถอธิบายความสำคัญและวิถีชีวิตของคนอีสานได้อย่างดี ดังที่ นิลุบล ไพเราะ (2561, น. 156) ได้อธิบายไว้ในงานวิจัยเรื่อง ปลาร้า-ปลาแตก และสะพานมิตรภาพ : การสื่อสารเพื่อสร้างจินตกรรมมิตรภาพในความสัมพันธ์ไทย-ลาว ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้สำรวจข้อมูลทั้งจากฝั่งไทยและฝั่งลาว พบข้อสรุปที่น่าสนใจว่าปลาร้า-ปลาแตก มีความสำคัญต่อวิถีการบริโภคของคนไทยอีสานและคนลาว รวมถึงมีคุณค่าในการส่งต่อวิถีการถนอมอาหารแบบดั้งเดิมให้ได้รับการสืบทอด ผลิตซ้ำผ่านสื่อบุคคล เป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำปลาร้า ปลาแตก ผ่านวิถีชีวิตประจำวัน เห็นได้จาก

ข้อมูลที่ทั้งสองฝ่ายให้ตรงกันทั้งฝั่งไทยและลาวในเรื่องการทำอาหารที่ขาดปลาไม่ได้ ใ้ปลา ร้า ปลาแดก ในอาหารสารพัดอย่าง รวมถึงการกินมาแต่เล็กแต่น้อย นิบุบลยังสรุปเพิ่มเติมอีกว่า เรื่องเหล่านี้สะท้อนว่า ปลา ร้า-ปลาแดกเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในวิถีชีวิตคนลาว คนอีสาน เป็นมิตรภาพ ในชีวิตวัฒนธรรม และเป็นสื่อเชื่อมให้เกิดการสร้างความรู้สึกันว่า คนลาว คนอีสาน นั้นเป็นพวกเดียวกัน และจะนำไปสู่การสร้างจิตรกรรมเรื่องมิตรภาพร่วมกัน แม้จะถูกแบ่งกันด้วยเส้นพรมแดนของรัฐก็ตาม

ปลา ร้า ข้าวเหนียว ส้มตำ จึงมักถูกนำมาใช้ในเพลงลูกทุ่งอีสาน นำเสนอให้เห็นถึงการบริโภคอาหารท้องถิ่นอีสาน และแสดงให้เห็นถึงรากเหง้าของอีสาน ผ่านการบริโภคอาหารอีสาน ซึ่งถูกใช้เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่บ่งบอกความเป็นอีสาน รวมทั้งมีการใช้คำว่า ปลา ร้า ในความหมายเชิงสัญลักษณ์ เป็นตัวแทนของคนอีสานทั้งหมดดังเช่นในการศึกษาของสิริชญา คำว่า “ลูกปลา ร้า” ในเนื้อเพลง “ตะวันออกเฉียงเหนือ” ศิลปินไมค์ ภิรมย์พร ตอนหนึ่งว่า

“คนลูกปลา ร้าธานี ไ้มิตรเอ๋ยมิตรภาพ ทางเบียงต้องเสียงต้องเดิน แรงงานแรงงาน ต้องเร่เทไปถ่ายมาเหมือนดั่งน้ำโขง ไ้หลงสู่เจ้าพระยา โคดคิ่นดั่งปลา บากหน้าไปหาวังเย็น”

การนำปลา ร้ามาเป็นสัญลักษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น จึงสามารถสร้างจินตนาการร่วมกันของคนอีสานในวงกว้าง ที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่ความหมายระดับปัจเจกชน แต่เป็นการกำหนดอัตลักษณ์ร่วมกันของคนอีสานผ่านชนิดอาหาร และการนำอาหารอีสาน โดยเฉพาะปลา ร้า มาสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น ยังเป็นสิ่งที่เชื่อมให้เกิดความเป็นพวกเดียวกันของคนอีสาน ที่แสดงให้เห็นถึงจิตสำนึกร่วมกันของคนอีสาน และสะท้อนรากเหง้าของคนอีสานด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ วัฒนธรรมการกินกับคติความเชื่อของคนอีสาน มีคำพญาขิดกล่าวถึงวัฒนธรรมการแบ่งปันอาหารในสังคมอีสานไว้ ความว่า “บ่กินผักบ่มีเหยื่อท้อง บ่อเอาพี่น้องเสียดีเสียดีหน่อแหวด” หมายความว่า ไม่กินผักไม่มีกากอาหาร ไม่รักพี่น้องยอมเสียดีเสียดีเผ่าพันธ์ “กินบ่ปันหมู่ บาดहांงเขียวเขียวบ่มีไผเอาออก” หมายความว่า กินไม่แบ่งปันคนอื่น เมื่อมีอันตรายใครจะช่วยเหลือ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการแบ่งปันเอื้อเฟื้อภายในครอบครัวและกลุ่มเครือญาติในสังคมอีสาน ธรรมเนียมในครัวเรือน กำหนดให้ชายผู้เป็นสามีรับประทานอาหารก่อน เพื่อแสดงความเคารพยกย่องสามีในฐานะหัวหน้าครอบครัว ซึ่งสามีในฐานะผู้ทำงานหนัก ผู้เป็นภรรยาหรือหญิง งานหลักคือ ทำครัวปรุงอาหารเป็นแม่ศรีเรือน ชุมชนอีสานจึงกำหนดคุณสมบัตินี้ของหญิงที่ดีพร้อมต้องประกอบด้วย เรือนสามน้ำสี่ โดยครัวเรือนจะต้องจัดการให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพราะครัวเรือนในบ้านแบบอีสานเป็นบริเวณที่เปิดเผยต่อสาธารณะไม่มีมิดชิดเช่นปัจจุบัน แม่บ้านที่ตื่นอกจากปรุงอาหารอร่อยแล้ว เรือครัวก็ต้องดูแลให้สะอาดเรียบร้อย (สมชาย อนุกรม และคณะ , 2562, น. 147)

จะเห็นได้ว่า ชนิดอาหารของอีสานนั้นมีความหลากหลาย (variety) ชนิดของอาหารอีสานล้วนแล้วมาจากแหล่งธรรมชาติ จากพืชผัก สัตว์เล็ก ๆ ที่อยู่รอบตัวที่หาง่ายจากธรรมชาติตามฤดูกาลตามที่อยู่อาศัย ทั้งปลา กบ นก อีงอ่าง เขียด งู จักจั่น ไช้มดแดง แมงกูดจี่ เห็ดต่าง ๆ ในธรรมชาติ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย ภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ บ่งบอกถึงแนวกินของคนอีสานที่รู้จักหาอยู่หากิน มีแค่นี้ ก็กินแค่นั้น ไม่ได้มีความเดือนร้อนเรื่องอาหารการกินแต่อย่างใด กลับทำให้เห็นความอุดมสมบูรณ์ของชนิดอาหารอีสานที่หลากหลาย และให้ภาพของการหาอยู่หากินแบบพอเพียงของคนอีสาน รวมทั้งวัฒนธรรมการกินของคนอีสานที่แสดงถึงความสำคัญกับการแบ่งปันอาหาร มีน้ำใจเอื้อเฟื้อกับคนอื่น ๆ ในสังคมอีสาน ด้วยเช่นกัน

2. กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน

“ได้ปลามาหลายอยู่บ่

ได้มาพออ้อ บ่หลายคอก ผู้นี้ได้หลาย พอได้แกง พอได้ต้ม”

วิธีการหากินกับธรรมชาติของคนอีสานสัมพันธ์กับการประกอบอาหารในครัวเรือน แม้แต่การถามไถ่เรื่องการหากินยังใช้ประเภทของอาหารมาเปรียบเทียบว่าได้ปลามากพอแค่เพียงทำอ้อหม้อหนึ่ง แต่ไม่พอจะทำต้มปลาแกงปลา การถามไถ่ลักษณะนี้มักพูดถึงอาหารประเภทใช้น้ำเป็นหลัก ได้แก่ ต้ม แกง อ่อม อ้อ และอู่ ซึ่งความต่างอยู่ที่ปริมาณน้ำมากน้อย อาหารอีสานมีทั้งประเภทใช้น้ำและไม่ใช้น้ำ เครื่องปรุงหลักอาจเป็นได้ทั้งเนื้อสัตว์หรือพืชผัก มีเครื่องแกงและผักสมุนไพรสดกลิ่น ซึ่งเป็นกลิ่นรสตามธรรมชาติของเครื่องปรุงนั้น ๆ อาหารอีสานแบ่งประเภทตามกรรมวิธีการทำได้ดังนี้ ต้ม แกง อ่อม อ้อหรือเอาะ อู่หรืออู หมก ลาบ ก้อย น้ำตก ปั่น ซุบ แจ่ว หมักคอง ส้มผัก ตำ ปิ้งและคั่ว อาหารอีสานดั้งเดิมไม่มีประเภทผัดหรือทอด จนเมื่อร้านค้านำน้ำมันพืชมาขายคนอีสานจึงนำอาหารที่เคยปรุงด้วยการทาเกลือแล้วปิ้ง อย่างกบ เขียด ปลา เนื้อมาทอด น้ำมัน เนื้อสัมผัสของอาหารมีความมันไม่แห้งมาก ส่วนเนื้อสดอย่างวัวและหมูที่ปรุงด้วยการแกง คนอีสานคิดเมนูผัดผักกับเนื้อตามอย่างวัฒนธรรมการกินของคนภาคอื่นที่แพร่เข้ามาตามเขตเมือง คนชนบทมีโอกาสได้ลิ้มลองบ้างเป็นครั้งคราว กระนั้นอาหารประเภททอดและผัดยังไม่ใช่อาหารหลักของคนอีสาน อีกทั้งไม่มีการปรุงด้วยกะทิเหมือนภูมิภาคอื่น เพราะคนอีสานกินข้าวเหนียวซึ่งให้พลังงานมากเป็นทุน รวมถึงรสชาติและเนื้อสัมผัสไม่เข้ากันกับแกงกะทิ (กานต์ เหมวิหค และสุปรียา ห่องแสง, 2556, น. 9-14)

วัฒนธรรมการกินข้าวเหนียวของคนอีสาน ยังไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนว่า บรรพบุรุษของคนอีสานกินข้าวเหนียวมานานเท่าใด แต่มีข้อมูลที่พอเป็นหลักฐานดังที่ ไพท ภูธา (2556, น. 209-210) อธิบายไว้ว่า บรรพชนของคนอีสานทำการปลูกข้าวเหนียวกินมาตั้งแต่หกพันปี ดังสุบแต้มที่ผาแต้ม อำเภอยางชุมน้อย เมล็ดข้าวอายุหลายพันปีในพื้นที่โคราช ตลอดจนสุบแต้มคนตีฆ้องบั้งเพื่อขอฟ้า

ขอฝนจากพญาแถนในการเพาะปลูกพืช (ข้าว) ที่กาญจนบุรีและอุทัยธานี ต่างเป็นสิ่งยืนยันว่า บรรพบุรุษของคนอีสานกินข้าวเหนียวมาตั้งแต่ก่อนยุคประวัติศาสตร์ รวมทั้งการกินข้าวเหนียวเป็นอาหารหลักในแต่ละมือของคนอีสานนั้น นำมาสู่การจัดสรรหาอาหารกลุ่มอื่นทางโภชนาการมากับข้าว ซึ่งนอกจากมีพวกโปรตีนที่ได้แก่เนื้อสัตว์ต่าง ๆ ทั้งสัตว์ปีก สัตว์บก สัตว์น้ำแล้ว คนอีสานยังนิยมกินผักในทุกมื้ออาหาร ทั้งใช้ผักเป็นสิ่งปรุงหลักกับข้าวเหนียวนั้น ๆ และเป็นเครื่องเคียง กินกับน้ำพริกที่มีเครื่องปรุงสำคัญซึ่งคนอีสานขาดไม่ได้คือ ปลาาร้า

อาหารพื้นบ้านอีสานส่วนใหญ่เน้นผักเป็นหลักปรุงร่วมกับพืชผักพื้นบ้าน มีเครื่องปรุงและสมุนไพรในท้องถิ่นมีหลากหลายกรรมวิธีการปรุง ได้แก่ ลาบ ก้อย ซอยจู้ ซอยแซ่ ปิ้ง จี่ ย่าง หมก อั่ว ปั่น ซุบ แจ่ว คอง ต้ม อ่อม แกง เอาะ อู๋ หลาม หม่า แหนม ส้ม นึ่ง คั่ว และทอด ความหลากหลายด้านกรรมวิธีและส่วนผสมที่น่าสนใจแตกต่างจากภาคอื่น ๆ (สมชาย ณ นครพนม และคณะ, 2562 , น.155) เช่นเดียวกันกับการศึกษาของสิริชญา คอนกรีต (2556) ในประเด็นกรรมวิธีการประกอบอาหารอีสานที่ถูกนำเสนอในเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่ พบว่า ลาบ ก้อย ตำ จิ้มจุ่ม แกง ปั่น อ่อม ต้ม ปลาแดก (ปลาาร้า) ส้ม ปิ้ง ย่าง คั่ว เป็นต้น และกรรมวิธีการทำอาหารอีสานนั้น มักสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนอีสานที่ไม่ประคดประคอย การใช้ชีวิตที่เรียบง่าย พอเพียงของคนอีสาน มีน้อยก็กินน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของคนอีสานที่กินอยู่อย่างประหยัด และพอเพียงของคนอีสานที่หากินในชุมชน จากธรรมชาติรับประทานได้อย่างง่ายดาย และสะท้อนวิถีชีวิตของคนอีสานกับพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า นอกจากชนิดอาหารของอีสานนั้นที่มีความหลากหลายแล้ว กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสานนั้นก็มีกระบวนการประกอบอาหารที่หลากหลายวิธี (variety) ด้วยเช่นกัน และกรรมวิธีการประกอบอาหารอีสานนั้นเป็นไปอย่างเรียบง่าย จากของหรือวัตถุดิบที่หาได้ง่ายตามธรรมชาติ พื้นที่ใกล้ตัวในที่อยู่อาศัย ปรุงอาหารอย่างง่าย และผ่านกรรมวิธีได้หลากหลายไม่ซับซ้อน วัฒนธรรมการกินของชาวอีสานถือว่ามีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ดังเช่นที่ ดี๊ก แสนบุญ (2553, น. 49) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า วัฒนธรรมการกินของชาวอีสานที่เห็นได้ชัดคือ ไม่นิยมใส่กะทิ หรือใช้วิธีการทอด หรือการใช้เครื่องปรุงเครื่องเทศที่สลับซับซ้อนหาก แต่นิยมการหมก หลาม คั่ว ปิ้ง จี่ ก้อย ลาบ โดยวิถีเดิมจะใช้เกลือและน้ำปลาแดกแทนการใช้น้ำปลา โดยมีปลาแดกเป็นตัวขึ้นพื้นคอยเสริมรสชาติความอร่อยอยู่ในทุกรายการ ปัจจุบันด้วยเหตุปัจจัยต่าง ๆ ทางสังคมส่งผลให้มีการผสมผสานข้ามวัฒนธรรม ดังที่ปรากฏเอาอาหารพื้นบ้านอีสานไปประยุกต์รับใช้วิถีสังคมใหม่ เป็นพิซซ่าหน้าแมลง หรือจะเป็นปลาแดกกระป๋อง หรือจะเป็นแมงอบทอดกระป๋องส่งออกขายต่างประเทศ โดยแนวกินถิ่นอีสานในอดีตนั้น ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งการพึ่งพาตนเองอย่างสมถะเรียบง่าย แต่งดงามด้วยมายาจริตที่ซื่อตรง ด้วยจริยธรรมการกินอย่างเพียงพอและพอเพียง สมควร

แก่อัตภาพของการกินเพื่ออยู่ไม่ได้อยู่เพื่อกิน ที่สอดคล้องกับวิถีสังคมแบบชานา ก่อเกิดเป็นอาหารพื้นถิ่นทั้งแบบพื้นบ้านพื้นเมือง

3. วิธีการรับประทานอาหารอีสาน

อาหารอีสานมือเช้าเรียก “ข้าวบาย” มือเที่ยงเรียก “ข้าวสวย” หรือ “ข้าวเพล” ส่วนอาหารมือเย็นภาษาอีสานเรียก “ข้าวแดง” ชาวอีสานจะกินข้าวเหนียวหนึ่งเป็นอาหารหลักกับข้าวที่อยู่ในตำรับข้าวจะปรุงอย่างเรียบง่าย ใช้น้ำมันน้อย ใช้น้ำน้อยในการปรุงอาหารไม่มาก (สมชาย ฉัตรพนม และคณะ, 2562, น. 155) การกินข้าวแดง (ข้าวมือเย็น) เป็นกิจกรรมหลักของครัวเรือนอีสานอาหารที่มีในพาข้าวมือแดง จึงมากกว่าทุกมือ “พาข้าว” หมายถึงสำหรับประกอบด้วยอาหารประเภทน้ำอย่างแกงส้มหรืออ่อมเป็นหลัก อาจมีปุ้น ปิ้งชุบอีกอย่างแจ่วกับผักสด หรือผักนึ่งมักขาดไม่ได้ คนเป็นแม่ยกพาข้าวมาวางกลางเสื่อ ลูกสาวถือกระบุงข้าวตามมา ครอบครัวอีสานเป็นครอบครัวยุคหนึ่งล้อมวงพาข้าวกินข้าวแดงพร้อมหน้าพร้อมตา ปั้นข้าวเหนียวเป็นก้อนโดยใช้นิ้วมือถู ๆ จนข้าวเหนียวแน่น ใช้ขี้เถ้ากินเติมคำ จุ่มน้ำแกงจิ้มน้ำปุ้น โดยเมล็ดข้าวไม่ละลายในน้ำ วิธีการปั้นข้าวเหนียวจึงเหมาะกับวิถีการกินของอีสานที่กินข้าวในพาข้าวเดียวกันเป็นสิบคน วิถีอีสานในชนบทผู้เฒ่าผู้แก่กับลูกหลานในบ้านยังมีพาข้าวนั่งกินข้าวด้วยกัน (กานต์ เหมวิหค และสุปรียา ห่องแขง, 2556, น. 15)

วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวอีสานแต่ละจังหวัดไม่แตกต่างกันนัก โดยเฉพาะในชนบทยังคงเห็นภาพสมาชิกในครอบครัวยุคหนึ่งล้อมวงรับประทานอาหารกันอย่างอบอุ่น และมีการแบ่งปันอาหารแก่เพื่อนบ้านส่วนใหญ่นิยมนั่งรับประทานอาหารกับพื้น โดยใช้เสื่อปูลาดวางสำหรับอาหารสำหรับ อาจเป็นกระด้งไม้ไผ่หรือถาดสังกะสีแบบกลม ซึ่งสะดวกแก่การยกไปมา ทั้งเศษอาหารและวางซ้อนได้ และมีข้าวเหนียวหนึ่งใส่กระบุงไม้ไผ่ทรงเตี้ยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสานตั้งไว้ข้าง ๆ สำหรับการรับประทานอาจเปิบด้วยมือ หรือใช้ช้อนและจะมีขันน้ำดื่ม หรือกระตักน้ำแข็งใส่น้ำไว้ดื่ม เมื่อรับประทานอาหารคาวเสร็จแล้วก็จะมิขมหวานตามมาเป็นบางมือ (ปราณี ดันตยานบุตร, 2550, น. 87)

จะเห็นได้ว่าวิธีการรับประทานอาหารอีสานแบบดั้งเดิมนิยมใช้มือในการรับประทาน ไม่ได้มีลักษณะที่เข้มงวด เน้นความเรียบง่าย ดังจะเห็นได้ชัดเจนในนวนิยายเรื่องลูกอีสาน ตอนที่แม่ของคุณได้สอนวิธีการกินข้าวเหนียวจุ่มกับแจ่วบ่องหรือลาบปลาร้าให้คุณกับยี่สุน ดังข้อความในหนังสือตอนหนึ่งว่า

คุณควักข้าวเหนียวในกระบุงที่สานด้วยไม้ไผ่ขึ้นมา แล้วปั้นเป็นก้อน จิ้มลาบปลาร้ากินด้วยความอร่อยอีกครั้งหนึ่ง กลิ่นของมันมีกลิ่นหอมปนหัวข่าอ่อนและตะไคร้สดปนกัน เมื่อคุณชี้ปากเพราะเผ็ด แม่ก็บอกว่า

“ไม่เผ็ดเท่าใดหรือใส่พริกสีฟ้าเม็ดเท่านั้น ลูกผู้ชายต้องหัดกินเผ็ด ๆ ไร่”

“ครับแม่ ผมจะหัดกินเผ็ดเพราะพ่อบอกว่าโตขึ้นจะเก่ง ไร่ไหมแม่”

“ไร่แล้วลูก” แม่พยักคอ

ส่วนยี่สุ่นนั้นแม่ก็สอนให้ปั้นข้าวเหนียวก้อนเล็ก ๆ จิ้มปลาร้าไม่ปนเครื่องในถ้วยอีกด้วยหนึ่ง พอคุณเห็นยี่สุ่นอ้าปากจะกัด ไร่ต้มมาก จึงร้องห้ามว่า

“อย่ากัดคำใหญ่ ๆ ยี่สุ่น ต้องกินข้าวมาก ๆ กว่าไร่”

“จริงซึ่ลูก กินกับแต่น้อยกินข้าวมาก ๆ โตมาจึงจะเป็นคนเก่งและคนดี”

จากข้อความบทสนทนาข้างต้น จะเห็นได้ว่า วิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานนั้น ไร่ข้าวเหนียวปั้นแล้วจุ่มกับอาหารอื่นด้วยมือ และยังเป็นมืออาหารที่สอดแทรกการสอนให้เห็นถึงการรับประทานอาหารที่สอดแทรกความคิดเรื่องความเก่ง ความดีให้กับเด็ก ๆ ด้วยเช่นกัน และถูกสอนให้รับประทานข้าวเหนียวมากกว่ากับเพราะมันจะอยู่ท้อง และประหยัดนั่นเอง

วิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานนั้นยังถูกนำเสนอในเพลงลูกทุ่งอีสาน ทำให้เห็นวิธีการรับประทานอาหารแบบคนอีสานที่มีความเฉพาะตัว ดังเช่นที่ สิริขญา คอนกรีต (2556) พบว่า คนอีสานมีวิธีการรับประทานอาหารแบบเรียบง่าย ดังเช่นในเพลงลำลอง...บ้านเฮาหนาวแล้วบ่ - มนต์แคน แก่นคูณ

“ละคันลำบากอยู่เมืองใหญ่ กลับอีสานบ้านเฮา มากินข้าวแม่่นบายปลา ละอยู่บ่อนได้ในแผ่นหล้า

สิสุขทอดดอกเฮือนเฮา ยามใจเหงาให้กินนา จ้ำปนปลากี่สุขล้น ชีวิตคนไทบ้าน คนอีสานเว้ากันง่าย”

ในประโยคที่ว่า “จ้ำปนปลากี่สุขล้น” ในเนื้อเพลงลำลอง...บ้านเฮาหนาวแล้วบ่ของมนต์แคน แก่นคูณที่นำเสนอวิธีการประกอบอาหารอีสานประเภทป่น เพื่อเน้นย้ำความหมายเรียบง่าย พอเพียง เพราะป่นเป็นกรรมวิธีการทำอาหารที่นำเนื้อสัตว์หรือเห็ดมาตำให้ละเอียดและปรุงรสเล็กน้อย เวลารับประทานคือ ไร่ปั้นข้าวเหนียวให้เป็นก้อนแล้วจ้ำ (จิ้ม) ลงไปเล็กน้อยพอให้ข้าวเหนียวมีรสชาติ ทำให้รับประทานข้าวเหนียวได้มากปนด้วยเด็วจึงเป็นอาหารที่รับประทานกันได้ทั้งครอบครัว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะของคนอีสานที่กินอยู่อย่างประหยัดและพอเพียงของคนอีสาน

หรือในเพลงต.จ.ว.มอหก ของศิลปิน ต่าย อรทัย ในประโยคที่ว่า จ้ำปลาแดกได้บ่ สิริขญาอธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า เป็นการสะท้อนให้เห็นวิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานซึ่งบ่งบอกถึงความเรียบง่าย คือ การเอาข้าวเหนียวมาปั้นเป็นก้อนและจิ้มลงบนปลาแดก คนอีสาน

ไม่พิถีพิถันกับอาหารการกิน ชาวบ้านไม่ค่อยได้ใช้ช้อนส้อมหรือตะเกียบ จะใช้ช้อนตักแกงเท่านั้น ซึ่งวัฒนธรรมการกินอาหารของคนอีสาน ทำให้คนในกรุงเทพฯ ตั้งข้อรังเกียจว่า ชาคสุขอนามัย

เพลง ต.จ.ว.มอหก ศิลปิน ต่าย อรทัย

“ต.จ.ว. ยี่หื้อของคนขยัน บ่ยั่นยั่นเรื่องสวยเรื่องงามหรือหนอ

ต.จ.ว. ยี่หื้อของคนจริงใจ หน้าบ่ใส แต่คิดว่าใจดีพอ

ถ้าอ้ายอยากมาอยู่นำ จำปลาแดกได้บ่ หากว่าอ้ายจริงจัง

ฟังหมอลำเป็นบ่ไอ้โสะ โอหะหนอเป็นสาว ต.จ.ว.เคื้ออ้าย”

จากการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ จะสังเกตได้ว่า วิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานแบบดั้งเดิม มีขนบการกินอาหารแบบเฉพาะตัว สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับเมนูอาหารที่มีข้าวเหนียวเป็นองค์ประกอบหลักในมื้ออาหาร การปั้นข้าวเหนียว เป็นก้อนโดยใช้นิ้วมือแล้วจิ้มกินกับอาหารต่าง ๆ บ่งบอกถึงความเรียบง่ายของคนอีสาน และนำเสนอให้เห็นการกินอาหารแบบลูกอีสานขนานแท้ อีกด้วย

4. สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน

คนอีสานมีวัฒนธรรมการกินข้าวด้วยกันอย่างเหนียวแน่น สมัยก่อนต้องเดินไปไร่ไปนา ที่อยู่ไกลหมู่บ้าน หัวกระดืบข้าวใส่ตะกร้าไปกินข้าวที่นาทั้งมือเช้าและกลางวัน ดันฤดูฝนหวาน เมล็ดพันธุ์พืชไร่ทั้งบวบ พักแพง แดง ข้าวโพด ถั่ว ตรงหัวนา หากุ้งหอยปูปลาจากท้องนาและลำห้วย ทำเครื่องกับดักสัตว์ป่าหรือเข้าป่าหาเห็ดหาหน่อไม้ มาปรุงอาหารกินด้วยกันที่เถียงนา พอเย็น ยำนำของที่ทำได้จากป่าจากนากลับไปทำที่บ้านเป็นกับข้าวยามแลง สำหรับกินกันทั้งครอบครัว แม้ตอนนี้มีรถเครื่องขับไปนาได้สะดวกรวดเร็วจนไม่ต้องกินข้าวในนา แต่การกินข้าวด้วยกันก็ยังเป็นวิถีอีสานอยู่ (กานต์ เหมวิหค และสุปรียา ห้องแสง, 2556, น. 15)

หรือดังเช่น สถานที่การกินอาหารอีสาน ที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งในงานวิจัยของภาสพงศ์ ผิวพอใช้ (2548) ในงานวิจัยเรื่อง เพลงลูกทุ่งอีสานกับการสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น: ศึกษาในผลงานเพลงของศิริพร อำไพพงษ์ ดังปรากฏเรื่องอาหารการกินของคนอีสานในเพลงทุ่งรักนาเรา ของศิลปิน ศิริพร อำไพพงษ์ ปี พ.ศ. 2543

“...แมงกูดจิบน์รีใส่กองขี้ควาย เข้าป่าไปหาหน่อหวายมาแกงใส่กับใบย่านาง
ยอดมะขามอ่อนต้มส้มกับอึ่งบักย่าง ดอกกะเจียวเขียวแดงชิมทางเก็บมาลวกกินกับป่น
เฮาสองคนจากกันคนอยู่คนละทาง อยากชวนอ้ายคืนไปฟังเสียงโปงลาง คุยข้างกองโพน
ไปกินข้าวป่าทวนสัญญาได้กกระ โคน นำน้ำเสียงซุงลายโยนคุยสองคนที่ทุ่งนาเรา”

เช่นเดียวกับเพลงกินข้าวนำกันเด้ออ้าย ของศิลปิน สิริพร อำไพพงษ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างศึกษาของงานวิจัยของ สิริชญา คอนกรีต (2556) ที่นำเสนอให้เห็นทั้งเมนูอาหารของอีสานแบบดั้งเดิมและสถานที่กินอาหารที่หญิงสาวร้องเชิญชวนแฟนหนุ่มที่ต้องห่างไกลเพื่อไปทำงานในกรุงเทพ ฯ กลับมากินอาหารอีสาน

“...หน่อไม้วัยรุ่นตัดอ่อนอ่อน จากกอข้างสระ ผักกะแนงนากับย่านางทั้งปลาแดกนัว
ข้าวเปลือกต้มพร้อมเห็ดขอนแล้วคนให้ทั่ว แกงจากครัวเถียงนา โลกปากุง
ตำบักหุ่งใส่ปูคองและปลาแดกตวง มื้อนี้แฟนคงบึ่งปลาคุบขี้กบลงฟุง
แต่งใส่พาข้าวพี่น้องเขาพ่อแม่ป้าลุง ของกินบ้านทุ่ง ประใหม่ใหม่กิดสอดอ้ายกะยังว่า
กคเบอร์โทรหาว่ามาเด้อกินข้าว ของกินบ้านเขาที่อ้ายเคยมักตอนที่อยู่นา
อยู่ กทม. ได้ยังกินน้อยามอ้ายเมื่อยล้า มากินข้าวป่าอยู่เถียงน่านำกันเด้อ
ถ้าอยู่เด้ออ้ายว่างยามใดช่วยโทรส่งข่าว พี่น้องบ้านเขาสิจัดหาอ้ายเสมอ...”

จะเห็นได้ว่า การหุงหาอาหารกันที่เถียงนาสัมพันธ์กับประสบการณ์และความสัมพันธ์ของคนอีสาน รวมทั้งการแสดงออกของคนอีสานในวิถีชุมชน ความรักของหนุ่มสาวเองก็ถูกนำเสนอผ่านกระบวนการแสวงหาอาหารของคนอีสาน และในเพลงข้างต้นเห็นได้ว่า นักร้องออกไปหาอาหารแล้วกินกับข้าวกับปลาถิ่น บริเวณท้องทุ่งนาใกล้เรือนชานที่พัก ซึ่งคนอีสานในชนบทนั้นเมื่อหาอาหารได้มา ก็จะใช้วัตถุดิบที่หาได้ตามธรรมชาติประกอบอาหารด้วยวิธีง่าย ๆ ในช่วงกลางวันคนอีสานทำนาจะไม่ได้กลับบ้าน จึงมักประกอบอาหารกินกันที่เถียงนาด้วยนั่นเอง

ยิ่งไปกว่านั้นสิริชญา ยังพบอีกว่า เนื้อเพลงลูกทุ่งที่สะท้อนให้เห็นสถานที่ในการรับประทานอาหารอีสานแล้ว เพลงยังได้นำเสนอให้เห็นการบริโภคอาหารอีสานในสังคมเมืองว่าการรับประทานอาหารอีสานในเมืองสังคมเมืองนั้น จำเป็นต้องรับประทานด้วยอาการหลบซ่อนไม่ให้ใครเห็น ดังเช่นตัวอย่างในเพลง

เพลงแจ่วบองในกล่องคอมพ์ - สิริพร อำไพพงษ์

“ยังจำกลิ่นแจ่วบองได้บ่หลายปีอยู่ กทม. ย่านแต่กินปลาร้าบได้พี่น้องฝากแจ่วบอง
ใส่กล่องเปล่าคอมพิวเตอร์ส่งไปใส่ถุงขึ้นรถทัวร์บ่ได้
ย่านอ้ายอายุคนที่ทำงานไป ไกลบ้านกินนานแล้วหนา
พักหลังบ่ค่อยโทรมาติดธุระหยิ่งน้อ ทางนั้น เดี๋งานตึกสูงเขาบอกยื่นกายแต่ใจกคค้น
ยากกว่าเสี้นาอยู่บ้านซำบ่อ้ายเฮย

น้องเป็นห่วงหลายกับข้าวเมืองใหญ่ย่านอายกินป่วนท้อง
 หวังว่าแจ่วบองที่น้องปรุง คงพอช่วยไหว ข้าวเหนียวอุ่นๆจ่ำค่อยๆย่ำใส่แสงหลาย
แต่อย่าให้กลิ่นลอยไกลเดี่ยวเจ้านายสิหักค่าแรง
 ขอให้แกร่งมีแสงสู้ไหวน้องส่งสะเบียงแรงใจ
 ให้อายทนคนเมืองใจแห้ง ได้กลิ่นแจ่วบองซ่อนในกล่องคอมของเมืองสีแสง”

ข้าวเหนียวปลาร้าอาจมีกลิ่นหอมสำหรับคนอีสาน แต่สำหรับคนกรุงเทพฯ ไม่คุ้นเคยกับกลิ่นปลาร้ารู้สึกว่าเป็นของเหม็นคังภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงแจ่วบองในกล่องคอมพ์ ด้วยการแสดงท่าที่รังเกียจ และสื่อผ่านภาษาในเนื้อเพลงว่า “อย่าให้กลิ่นลอยไป เดี่ยวเจ้านายสิหักค่าแรง” และโดยเฉพาะในพื้นที่หวงห้ามคือ ที่ทำงานอาจไม่ใช่พื้นที่ที่อนุญาตให้อาหารอีสานเข้าไปอยู่

กล่าวโดยสรุปในประเด็นเรื่องอาหารอีสานกับการสร้างอัตลักษณ์ด้านอาหารอีสานแบบดั้งเดิมนั้น อาหารอีสานไม่ได้ทำหน้าที่เพียงการสะท้อนภาพวิถีชีวิตและการบริโภคของคนอีสานเท่านั้น แต่สำหรับคนอีสานอาหารถือเป็นเครื่องบ่งชี้ทางอัตลักษณ์ (identity marker) ที่สำคัญเพื่อบอกลักษณะของคนอีสานว่ามีแตกต่างจากคนในภูมิภาคอื่น ๆ อย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับอาหารอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. อาหารอีสานกับความเรียบง่าย จะเห็นได้ว่า จุดเด่นของอาหารอีสานคือ ความเรียบง่าย เป็นอาหารที่หาได้ง่ายจากธรรมชาติตามฤดูกาล ปรุงอาหารอย่างง่าย ๆ มีวิธีการทำอาหารอย่างหลากหลาย (variety) แต่ไม่ได้มีขั้นตอนหรือวิธีการทำที่ปราณีตซับซ้อน หรือประดิษฐ์ประดอยให้สวยหรูแต่อย่างใด และกินง่ายด้วยรสชาติของอาหารที่เป็นธรรมชาติแท้ ๆ

2. อาหารอีสานกับการหาอยู่หากิน คนอีสานมีวิถีชีวิตผูกพันและหาอยู่หากินกับธรรมชาติ อยู่บนพื้นฐานแห่งการพึ่งพาตนเอง ดังจะเห็นได้เมนูของอาหารอีสานที่ล้วนแล้วมาจากแหล่งธรรมชาติทั้งจากพืชผัก สัตว์เล็ก ๆ ที่อยู่รอบตัวที่หาง่ายจากธรรมชาติตามฤดูกาลในตามที่อยู่อาศัย สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย สอดคล้องกับวิถีสังคมแบบชาวนา และสภาพภูมิอากาศบ่งบอกถึงแนวโน้มของคนอีสาน การหาอยู่หากินเพื่อดำรงชีวิต และการแบ่งปัน ไม่ได้เพื่อจุดหมายเพื่อการค้าขาย มีน้อยก็กินน้อย แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะที่กินอยู่อย่างประหยัด พอเพียงของคนอีสาน

3. อาหารอีสานกับความหลากหลาย อาหารของอีสานนั้นมีความหลากหลาย (variety) ทั้งในส่วนของคุณธุ์หรือเมนูอาหาร และหลากหลายทั้งกรรมวิธีการประกอบอาหารอีสานนั้นมีการกระบวนการประกอบอาหาร ทำให้วัฒนธรรมการกินของชาวอีสานถือว่ามีอัตลักษณ์เฉพาะตัว

ทั้งในส่วนของรสชาติ การปรุงรส อย่างใกล้ชิดเชิงธรรมชาติ โดยมีปลาร้าเป็นตัวขึ้นพื้นคอยเสริมรสชาติความอร่อยอยู่ในทุกรายการ

4. **อาหารอีสานกับวิถีการกินแบบคนอีสาน** จะเห็นได้ว่า คนอีสานมีขนบการกินอาหารแบบเฉพาะตัว สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับเมนูอาหารที่มีข้าวเหนียวเป็นองค์ประกอบหลักในมื้ออาหาร การปั้นข้าวเหนียวเป็นก้อน โดยใช้นิ้วมือแล้วจิ้มกินกับอาหารต่าง ๆ ไม่ได้มีลักษณะที่เข้มงวด แต่บ่งบอกถึงความเรียบง่ายของคนอีสาน และนำเสนอให้เห็นการกินอาหารแบบลูกอีสานขนานแท้ อีกด้วย

5. **อาหารอีสานกับรากเหง้าและจินตนาการร่วมของคนอีสาน** อาหารอีสานเป็นมากกว่ามื้ออาหาร เพียงแค่การดำรงชีวิต หากแต่ว่า อาหารอีสานยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงรากเหง้าของคนอีสานทั้งเรื่องวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อม และอาหารอีสานยังเป็นสิ่งยึดโยงความรู้สึก ความรัก ความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของคนอีสาน แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์และความสุขผ่านเมนูอาหารที่หลากหลายตามธรรมชาติในทุกฤดูกาล รวมทั้งความรักความอบอุ่นในครอบครัวระหว่างมื้ออาหาร รวมทั้งยังเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ในชุมชน จินตนาการร่วมกันระหว่างกันของผู้คนในสังคมอีสาน และยังนำเสนอคุณค่าภายในจิตใจที่งดงามของคนอีสานด้วยเช่นกัน

5.3.2 อัตลักษณ์อีสานด้านอาหารอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

การศึกษาในประเด็นเรื่องอัตลักษณ์อีสานนั้นถือเป็นการศึกษาเกี่ยวกับจิตสำนึกร่วมและประเด็นอัตลักษณ์อีสานที่นามธรรม และการแสวงหาคำตอบการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานใหม่ จึงจำเป็นต้องศึกษานบนพื้นที่ที่นำเสนอภาพจำลองอัตลักษณ์อีสานใหม่เหล่านั้น และในการศึกษาครั้งนี้คือ พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพราะเป็นพื้นที่ หรือเวทีที่แปลงร่างจากจินตนาการอัตลักษณ์อีสานที่เป็นนามธรรมมาเป็นภาพที่ชัดเจน (visualize) ผ่านทั้งภาษาภาพและภาษาเสียง รวมทั้งในเนื้อเพลงของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่ผู้คิดอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ไว้อย่างเข้มข้นด้วยนั่นเอง โดยในประเด็นเรื่องอาหารอีสานจากการศึกษาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจำนวน 30 มิวสิกวิดีโอ นั้น พบว่า อาหารอีสานยังถูกนำมาใช้เพื่อเป็นอีกหนึ่งเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานอย่างเข้มข้น กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นอาหารอีสาน ที่สะท้อนวัฒนธรรมของคนอีสานทั้งในส่วนเนื้อหาในเพลง รวมทั้งภาพที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานดังจะสามารถอธิบาย โดยใช้เกณฑ์อัตลักษณ์ด้านอาหารอีสานทั้ง 4 ด้าน ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วในส่วนของอัตลักษณ์ด้านอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) คือ 1.ชนิดของอาหารอีสาน 2.กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน 3.วิธีการรับประทานอาหารอีสาน 4.สถานที่ในการรับประทานอาหารอีสาน มาเป็นเกณฑ์ตั้งต้นในการอธิบายอัตลักษณ์อีสานใหม่จากการศึกษาจากมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน รวมทั้งนำประเด็นการค้นพบที่สำคัญ

เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาหารอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) และอัตลักษณ์อาหารอีสานแบบใหม่ จะมีรูปแบบการสื่อสารความหมายด้านอัตลักษณ์อาหารอีสานที่สืบทอด แปรเปลี่ยน ลดทอน หรือเพิ่มเติมอย่างไรบ้าง สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ชนิดของอาหารอีสาน

ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการนำเสนอให้เห็นถึงชนิดของอาหารอีสาน ที่สะท้อนวิถีของคนอีสานในชนบท ทั้ง ปลาไร่ ส้มตำ ยังเป็นภาพวิถีชีวิตแบบหาอยู่หากินของคนอีสานและเป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็นอีสาน ได้อย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลงอ๊กอ๊กอ๊ก ของศิลปิน หนิง ต้นไม้มิวสิก ตอนหนึ่งว่า

เพลง อ๊กอ๊กอ๊ก ศิลปิน หนิง ต้นไม้มิวสิก

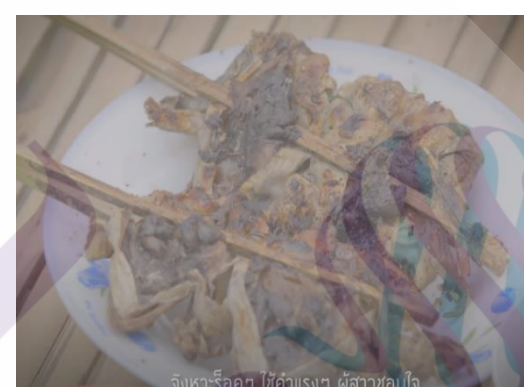
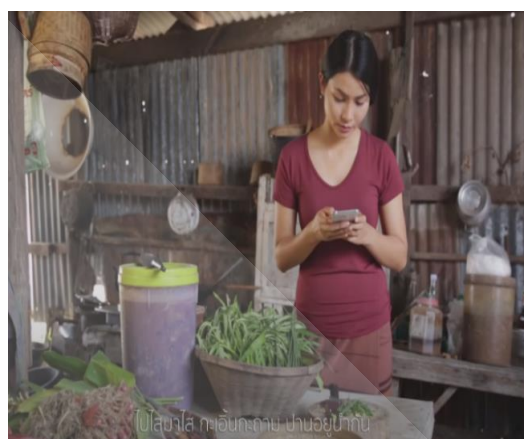
“...กินตำบักสูงกะกินคำใหญ่ นึกปลาแดกกะตอนใหญ่ๆ
คุณนี่นิ้วคู่มือแซบหลายบ่เคยอายุผู้ได้
ย้อนเป็นคนง่ายๆ บ่เคยมีอ๊กกับไผ
อ๊กมันเป็นจั่งได้เฮาบ่เคยอู้..”

หรือในเพลง คิดฮอดเต๋อ ของศิลปิน เนม สุรพงษ์ ที่นำเสนอเรื่องราวความรักของชายหญิงที่บอกเล่าวิถีชีวิตของคนอีสาน ผ่านเมนูหรือชนิดอาหารอย่างเช่น ข้าวจี ถึงแม้ว่าความรักต้องจบลงด้วยการเลิกรา แต่ภาพคู่รักที่เคยนั่งจิบข้าวเหนียวด้วยกัน ยังเป็นภาพความทรงจำที่ยังย้ำเตือนให้ลืมไม่ลง

เพลง คิดฮอดเต๋อ ศิลปิน เนม สุรพงษ์

“...อ้ายยังบ่ลืม ที่สองเฮาเคยปั้นข้าวจี
ฮอดยามหนาวทุกปี เคยมีเจ้าเคียงผิงไฟ
ยังจำได้ดี ที่เจ้าเคยซ้อนท้าย
กอดแอมบักอ้ายไปเบิ่งหมอลำ
เจ้าลืมละติ ลืมแล้วบ่กอนคำ ภาพความทรงจำ ยังบ่เคยจางหาย...”

รวมทั้งการนำเสนอผ่านภาษาภาพในหลาย ๆ มิติสื่อกวีดีโอ ก็ยังมีการนำเสนอการรับประทานอาหารอีสานอย่างเช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ข้าวจี ปลาอย่าง กบย่าง แกงผักหวานไข่มดแดง ห่อหมกฮวก เป็นต้น มิติสื่อกวีดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นภาพของการรับประทานอาหารอีสานที่มีรสชาติจัด หรือที่ชาวอีสานเรียกว่า แซ่บ หรือนัว อันเป็นอัตลักษณ์ด้านอาหารของคนอีสาน ที่มีปลาร้าเป็นเครื่องปรุงหลักที่ขาดเสียไม่ได้



ภาพที่ 5.24 ชนิดอาหารในมิติสื่อกวีดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

จะเห็นได้ว่า ด้วยข้อจำกัดของมิติสื่อกวีดีโอที่ต้องคัดเลือกภาพในการสื่อสารความหมายกับกลุ่มผู้ชม และด้วยระยะเวลาในการนำเสนอที่มีจำกัด ภาพของชนิดอาหารอีสานส่วนใหญ่ที่ปรากฏจึงต้องมีเทคนิคการสื่อสารด้วยภาษาภาพ ขนาดของภาพที่มักนำเสนอให้เห็นภาพขนาดปานกลาง (Medium shot) หรือภาพขนาดใกล้ (Close-up shot) เป็นขนาดภาพที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับสิ่งที่ถ่ายมากกว่ามุมมองอื่น ๆ สามารถมองเห็นชนิดของอาหารอีสานในระยะใกล้ และเห็นสีหน้าท่าทาง ตลอดจนการเคลื่อนไหวของนักแสดงอีกด้วย ทั้งยังทำให้ผู้ชมเข้าใจสถานการณ์และฉากหลังที่เปลี่ยนไป ถือได้ว่าเป็นขนาดภาพที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์ใน

เรื่อง ได้คือ อัตลักษณ์เป็นลักษณะหนึ่งของวิถีชีวิตอีสาน เป็นการดึงตัวตน (self) ของผู้ชมให้สามารถระบุตัวตน (identify) กับภาพชนิดอาหารอีสานที่เห็นได้ อีกทั้งผู้วิจัยยังพบว่า ในบางมิวสิกวิดีโอยังมีการตั้งใจเล่าเรื่องประกอบและนำเสนอให้เห็นภาพชนิดของอาหารอีสาน ที่ไม่ได้สอดคล้องกับคำร้องของเพลงแต่อย่างใด แสดงถึงความตั้งใจของผู้ส่งสารที่จำลองหรือแปลงจินตนาการเรื่องอัตลักษณ์ด้านอาหารอีสานมาเป็นภาพ (visualize) ที่ชัดเจน และมุมมองที่นำเสนอยังเป็นเสมือนการขีดเส้นใต้ให้เห็นถึงเมนูหรือชนิดของอาหารอีสานบางอย่างที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอออกมาด้วยเช่นกัน

ผลการศึกษานชนิดของอาหารอีสานดั้งเดิมที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปแล้วนั้น ชนิดของอาหารอีสานมีความหลากหลาย (variety) แต่สิ่งที่ถูกสื่อสารผ่านพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเกี่ยวกับชนิดของอาหารอีสานในการศึกษาครั้งนี้ กลับพบว่า มีการคัดสรร (selection) ชนิดอาหารอีสานมานำเสนอโดยใช้วิธีการลดทอนชนิดของอาหารอีสานที่มีอยู่หลากหลาย แล้วคัดเลือกเฉพาะชนิดอาหารที่มีชื่อเสียง (popular) หรือเป็นที่ยอมรับ เพื่อนำเสนอให้เป็นภาพชนิดอาหารอีสานที่เห็นได้ง่าย ๆ และเข้าใจได้ง่าย ๆ เพราะการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่คนกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มคนอีสานด้วย การสื่อสารถึงอัตลักษณ์อีสานในประเด็นชนิดอาหารจึงมักถูกนำเสนอผ่านเมนู ส้มตำ ปลาจ๋า ข้าวเหนียว แกงผักหวานไข่มดแดง ข้าวจี ที่เปรียบเหมือนเป็นหัวใจหลักสำคัญของเมนูอาหารอีสาน เหตุผลเพราะด้านหนึ่งมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้มีเป้าหมายในการสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านแรกคือยังคงสื่อสารกับคนอีสาน หรือเรียกว่า สื่อสารกับกลุ่มตนเอง เพื่อตอกย้ำว่าให้เห็นถึงตัวตนของคนอีสาน และสามารถเชื่อมโยงสำนึกร่วมกันของผู้คนอีสาน และอีกด้านหนึ่งมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ ก็สื่อสารกับคนอื่นที่เป็นคนวงนอกด้วยเช่นกัน เพราะมิวสิกวิดีโอเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่หลากหลายเพียงแค่ปลายนิ้วคลิกเข้ามาเพื่อรับชม เพราะฉะนั้น จึงต้องคัดเลือกชนิดอาหารอีสานที่สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันในวงกว้าง

จะเห็นได้ว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ เสมือนจะนำเสนอให้เห็นถึงความหมายเกี่ยวกับอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ ให้ดูมีความง่าย (simplified) หมายถึง สามารถเห็นปุ๊บก็รู้ได้เลยว่านี่คือ ชนิดอาหารของคนอีสาน ผู้ชมสามารถรับรู้ เข้าใจ ได้อย่างรวดเร็ว เพราะเป็นชนิดอาหารที่เคยเห็นหรือมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากวัฒนธรรมส่วนกลาง ทูนาทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของคนอีสานถูกดึงมาทำให้เป็นภาพที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน แต่ในขณะที่เดียวกันก็พร้อมที่จะทำให้อีสานมีลักษณะที่เปิด (open to translation) กล่าวคือ อีสานก็เป็นพื้นที่ที่เปิดและปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ยังมีการนำเสนอให้เห็นวิถีการหาอยู่หากินของคนอีสาน แต่บางมิวสิกวิดีโอก็ยังนำเสนอให้เห็นถึงการบริโภคนิยมแบบซื้อมากิน เห็นได้จากงานสัมตำที่ถูกจัดประดับตกแต่งให้สวยงาม ทำให้ด้านหนึ่งถึงแม้ว่าวิถีชีวิตของคนอีสานมักสอดรับกับชนิดอาหารอีสานแบบหาอยู่หากินจากพืชผักและสัตว์เล็ก ๆ จากในธรรมชาติในชุมชน แต่อีกด้านหนึ่งก็เปิดรับวัฒนธรรมการบริโภคจากส่วนกลาง กับการซื้อหาของกิน ทำให้ภาพสัมตำอีสานถูกทำให้ดูเป็นอีสานแบบโมเดิร์น มีผักเคียงสวยงามบนจานอาหารในร้านอาหาร ภาพชนิดของอาหารอีสานใหม่เหล่านี้ ทำให้เห็นว่า ภายใต้อาหารอีสานแบบดั้งเดิมที่มีความหลากหลาย แต่ก็สามารถคัดสรรเพื่อเลือกผลิตในการสร้างการรับรู้ของผู้คนได้ รวมทั้งภาพของอาหารอีสานมักเสนอให้เห็นความเรียบง่าย แต่อีกด้านหนึ่งอาหารอีสานก็สามารถปราณีต หรือประดิษฐ์ประดอยให้สวยงามด้วยเช่นกัน เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า ในประเด็นเรื่องชนิดอาหารก็มีการคัดสรร (selection) และเป็นการสื่อสารที่ผสมผสานระหว่างของเก่าและของสิ่งใหม่เพิ่มเข้ามาแทน (addition) ด้วยเช่นกัน

2. กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน

ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า มีการนำเสนอเกี่ยวกับกรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน โดยในเพลงก็มีการนำเสนอให้เห็นวิถีชีวิตของคนอีสานที่เรียบง่าย ผ่านการประกอบอาหาร ไม่ว่าจะเป็น ลาบ ก้อย จู๋ชอย จ้ำ จี๋ ยังเป็นวิธีการประกอบอาหารเฉพาะตัวที่ขาดไม่ได้ของคนอีสาน ดังตัวอย่างในเพลง ไอ้ละน้อ

เพลง ไอ้ละน้อ ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่

“เกิดเป็นคนอีสาน เลือดก็คนอีสาน

มีบุญมีงานก็ต้องมีหมอลำ มีลาบ มีก้อย มีจู๋ชอยจ้ำยังจดยังจำวิถีบ้านเฮา”

ในเนื้อเพลงยังกล่าวให้เห็นอีกว่า ซึ่งเหล่านี้คือ วิถีชีวิตของคนอีสาน อัตลักษณ์ของคนอีสานที่ถูกนำเสนอผ่านวัฒนธรรมการประกอบอาหารของคนอีสานด้วยนั่นเอง หรือในเนื้อหาของเพลงห่อหมกฮวกไปฝากป้า ของศิลปิน ลำเพลิน วงศกร ก็ได้นำเสนอให้เห็นถึงวิธีการหาอาหารของคนอีสานจากธรรมชาติในชุมชน แสดงให้เห็นถึงความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย

เพลงห่อหมกฮวกไปฝากป้า ศิลปิน ลำเพลิน วงศกร

“มือนี่เขียนข่อย เพิ่น ไปประสาธิตขอย ลงท่งหาหอย หาเห็ดและหาปลา

เพิ่นสอนอยู่บวก เพิ่นได้สวกมา เขียวคินา แมงดาและกบน้อย

มือนี่เสียนข่อย ประมาณหกโมงแสง เห็นเส็ดแนวกินแสง หอมหื่นๆกลิ่นค้ำดั่ง
มีตำบักหุ้งหมกชวกและกึ่งห่าง ถอนหายใจคั่งๆ กำลังนั่งแม่ข่อยใช้
เท็งอยากลิห้อง อยากลิให้ เห็นบอกข่อยฮิฟ้าวไป เอาห่อหมกชวก ให้ป่าสาก่อน...”

การนำเสนอด้วยภาษาภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการนำเสนอให้เห็นถึง
กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสานนั้น ผู้วิจัยสังเกตว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเองก็มีการ
คัดสรร (selection) กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสานบางอย่างไว้ในการนำเสนอเท่านั้น ที่เด่นชัด
คือ การจี่ การปิ้ง ด้วยสภาพแวดล้อมของชุมชนอีสานแบบดั้งเดิมที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การหาอยู่
หากินแบบดั้งเดิมมักกินพืชผัก ปลา และข้าวเหนียว ผ่านกรรมวิธีการปรุงแบบง่าย ๆ ไม่ได้มีขั้นตอน
ในการเตรียมอาหารมากนัก สิ่งเหล่านี้เหมือนเป็นจุดเด่นด้านกรรมวิธีการปรุงอาหารของคนอีสาน
ให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเลือกมานำเสนอด้วยเช่นกัน ด้านหนึ่งก็เป็นการนำเสนอให้เห็น
กรรมวิธีการประกอบอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสานที่ไม่เหมือนวิธีการปรุงอาหาร
ของคนกลุ่มอื่น หรือคนในภาคอื่น ๆ ทำให้คนอีสานยังสามารถรับรู้ความเป็นตัวตนของอีสาน
ที่ไม่เหมือนใคร และภาพเหล่านี้ที่ถูกสร้างมาก็สามารถสื่อสารเพื่อบอกเล่าภาพของสังคมอีสาน
เห็นวิถีชีวิตที่ยังคงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานไว้ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 5.25 ชนิดอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

หรือในมิวสิกวิดีโอเพลงเลาะท่ง (หาแฮ่ หากี้โป้ม กู้คัจ) ของศิลปิน ปลื้ม 5 G เนื้อหาของ
เพลงได้อธิบายวิถีชีวิตการออกหาของกินของคนอีสานแบบดั้งเดิมไว้อย่างน่าสนใจ ทั้งการขุดดิน
หาแฮ่ หาด้วง ในกองขี้ควาย โดยมิวสิกวิดีโอนำเสนอให้เห็นเป็นภาพที่มีความสุขและสนุกสนาน
กับวิธีการหาของกินจากสัตว์ตัวน้อย ตามท้องไร่ ท้องนา ตามแบบฉบับของคนอีสาน

เพลง เลาะท่ง (หาแย้ หากี้โป้ม กู้ดจี้) ศิลปิน ปลื้ม 5 G

“...มือนี่รู้สึกว่ามีค้ำนอนอนเว็น รู้สึกตื่นเต็น ได้ออกไปหาแนวกิน
 ท้องฟ้ากะแจ่มใสปมีฝนริน ได้ออกหากิน ท้องถื่นบ้านนา ก้าวขาออกมาลิ่งที่ตามหา กะพ้อ
 แล้ว สุนัน้สูงแง แต่เล่นแต่ แต่เล่นแต่ แต่เล่นแต่ สุนัน้สูงแง
 แต่เล่นแต่ แต่เล่นแต่ แต่เล่นแต่ สุนัน้สูงแง สูงแง ฮวบักใหญ่
 นัน้ขวยกี้โป้ม โอเฮาโอ โอสะโอ โอสะโอ นัน้ขวยกี้โป้ม โอเฮาโอ โอสะโอ โอสะโอ
 นัน้ขวยกี้โป้ม ขวยบักใหญ่ ขวยกี้โป้ม ขวยกี้โป้ม
 ขวยบักใหญ่นัน้ขวยกู้ดจี้ นัน้ขวยกู้ดจี้ นัน้ขวยกู้ดจี้
 อยู่ในจีของงัวและควาย ให้พวกเขาส่อยกันตั้งใจ ขุดเอาไปเฮ็ดแนวกินแลง...”

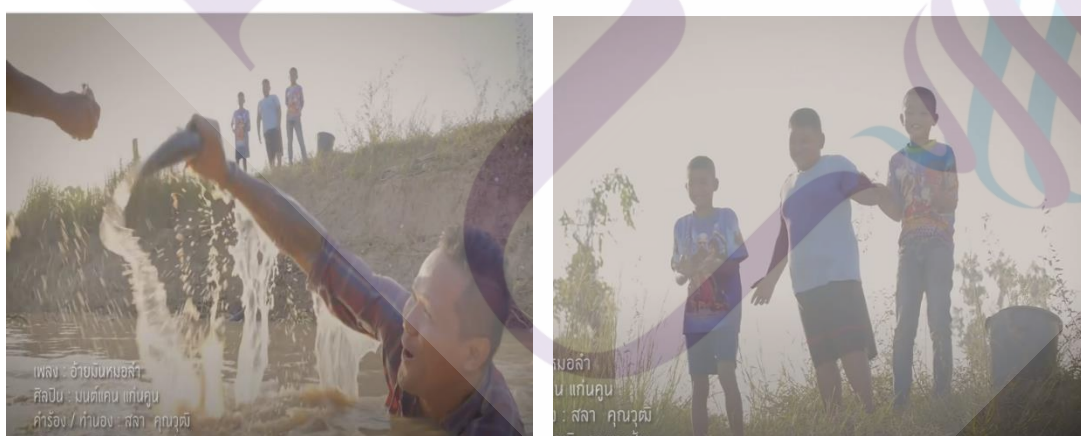


ภาพที่ 5.26 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ความน่าสนใจของภาพที่นำเสนอเกี่ยวกับการหาอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงเลาะ
 ท่ง (หาแย้ หากี้โป้ม กู้ดจี้) ของศิลปิน ปลื้ม 5 G นั้นนำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมในการหา
 อาหารของคนอีสานในสังคมอีสาน ผ่านตัวละครเด็ก ที่มีการรวมตัวกันพาจอบ พาเสียม พาซ้อง

ไปนา หาของกินแบบวิถีของคนอีสาน ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลงตอนหนึ่งว่า “มือนี้รู้สึกว่ามีค่า นอนเว็น รู้สึกตื่นเต้น ได้ออกไปหาแนวกิน ท้องฟ้ากะแจ่มใสบ่มีฝนริน ได้ออกหากิน ท้องถิ่น บ้านนา ก้าวขาออกมา สิ่งก็ตามหา กะพ้อแล้ว” ที่หมายถึงแนวกิน หรือที่เรียกว่า อาหารการกินแบบ หาอยู่หากินของชาวอีสานด้วยนั่นเอง และเป็นภาพของความสุขสนานของเด็ก ๆ กับการของกิน กับธรรมชาติใกล้ชิดที่ดูอุดมสมบูรณ์ ทั้งแมงกิ้งจอกในกองขี้ควาย หรือชุดดินหาไข่ โดยไม่ได้รู้สึก น่าอายหรืออย่างไร และมีวิถีชีวิตโอเองก็ไม่ได้นำเสนอให้เห็นถึงความอดยาก หรือแห้งแล้งแต่อย่างใด แต่ดูเหมือนเป็นการต่อยอดวิถีชีวิตของสังคมอีสานที่เรียบง่าย อยู่น่าย กินง่าย หาของกินจาก ธรรมชาติใกล้ตัว จากสัตว์เล็กที่หาได้จากท้องทุ่งนาของตนเอง อีกทั้งการนำเสนอเรื่องราวผ่าน ตัวละครเด็ก ๆ เหล่านี้ยังทำให้เห็นถึงการถ่ายทอดภูมิปัญญาของชาวอีสานจากรุ่นสู่รุ่นที่ถูกส่งสม มาจากบรรพบุรุษ (collective identity) ผ่านภาษาภาพของมิวสิกวิดีโออีกด้วย

เช่นเดียวกันกับในมิวสิกวิดีโอเพลง อ้ายมันหมอลำ ของศิลปินมนต์แคน แก่นคูณ ที่มี การสื่อสารให้เห็นวิธีการหาลาในหนองน้ำตามท้องนาของชาวอีสาน ผ่านตัวละครผู้ใหญ่ที่ลงไป จับปลาด้วยวิธีการถอดแห และมีตัวละครเด็ก ๆ ในชุมชนมาขึ้นรายล้อมจับจ้องมองดูวิธีการ เหล่านั้น และภาพที่แสดงถึงความดีใจของเด็ก ๆ เมื่อสามารถจับปลาได้ นอกจากจะแสดงให้เห็นถึง การถ่ายทอดภูมิปัญญาของชาวอีสานในเรื่องการหาอยู่หากินแบบคนอีสานแล้ว ยังทำให้เห็นถึงสาย สัมพันธ์ของผู้คนในสังคมอีสานอีกด้วย



ภาพที่ 5.27 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

และหากสังเกตด้านเทคนิคภาพในการสื่อสารเรื่องอาหารอีสานในหลายมิวสิกวิดีโอจะเห็นได้ว่า มีการนำเสนอให้เห็นการหาอาหารอีสาน หรือแนวกินถิ่นอีสาน มีการใช้ขนาดภาพ และเทคนิคการเคลื่อนกล้องที่หลากหลาย อย่างเช่น ในมิวสิกวิดีโอเพลงเลาะทุ่ง (หาแฮ่ หากี้โป่ม กู้คัจ) ของศิลปิน ป๊อปปี้ 5 G ก็นำเสนอขนาดภาพแบบทั้งแบบภาพไกล (Long shot) เพื่อให้เห็นกลุ่มเด็ก ๆ และรายละเอียดของบุคลิกการแต่งกายของนักแสดง การหอบหิ้วอุปกรณ์สำหรับออกไปหาของกิน หรือภาพขนาดใกล้ (Close-up shot) การหาในกองข้าว สามารถเห็นรายละเอียดเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครได้ ซึ่งเป็นภาพที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับสิ่งที่ถ่ายมากกว่าขนาดภาพอื่น ๆ หรือแม้กระทั่งการทำภาพแบบหน้าชัดหลังเบลอ ในภาพการหาอาหารที่เหล่าเด็ก ๆ ชูทั้งสัตว์เล็ก ๆ อย่าง แฮ่ หรือแมงกูดจี้ ก็ล้วนเป็นการสร้างจุดเน้น สร้างจุดสำคัญในการให้โฟกัสการรับชมกับวิธีการหาอีสานแบบคนอีสานไว้สำหรับผู้ชมด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 5.28 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

หรือการสื่อสารในมิวสิกวิดีโอเพลงไอ้ละน้อ ของศิลปิน ก้อง ห้วยไร่ ร่วมร้องกับ ปู่จ่าน ลองไม้ค้ ก็มีการนำเสนอให้เห็นถึงวิธีการหาอาหารของคนอีสานแบบดั้งเดิม ผ่านเทคนิคด้านภาพที่น่าสนใจ เช่น การใช้มุมภาพข้ามไหล่ (Over Shoulder shot) คือ การตั้งกล้องไว้ทางซ้ายหรือขวาของกลุ่มสนทนาถ่ายเฉียงผ่านไหล่ของกลุ่มสนทนา เห็นหน้าของคนที่แสดงหรือคนที่กำลังพูดแสดง ทำให้รู้ว่ากำลังคุยกับผู้อื่น และทำให้ภาพมีมิติมีความลึกโดยภาพดังกล่าวนี้เป็นการออกไปหาปลาด้วยการใช้เบ็ดในทุ่งนา และตัวแสดงสองคนชูปปลาที่ได้เข้าหากัน เทคนิคด้านภาพนี้เองก็เปรียบเสมือนเป็นฉากที่คนอีสานกวักมือเรียกให้ผู้ชมมิวสิกวิดีโอ เพื่อสื่อสารให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนอีสานที่เรียบง่าย ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การหาอยู่หากินแบบคนอีสาน หรือภาพพ่อและลูกสาวออกไปหาปลาในท้องนา เหล่านี้ก็ล้วนแล้วแต่เป็นการสื่อสารให้เห็นความสัมพันธ์ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาการหาอยู่หากินในครอบครัว



ภาพที่ 5.29 การหาอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน รวมทั้งวิธีการหาอาหารของคนอีสานที่ถูกนำเสนอผ่านทั้งเนื้อร้องและภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นว่า จากเดิมที่ภาพการนำเสนอวิธีการประกอบอาหาร หรือการหาอาหารจากมุมมองคนนอกที่มองมานั้น อาจจะมองว่ากรรมวิธีการหาอาหารของคนอีสานนั้นเป็นผลมาจากความแห้งแล้งของแผ่นดินอีสาน จึงต้องอาศัยการหาพืชผัก สัตว์ หรือแมลงต่าง ๆ รับประทาน แต่ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกลับนำเสนอให้เห็นความพออยู่พอกิน วิถีชีวิตแบบเรียบง่าย และภาพอาหารที่สามารถหาได้ตามพื้นที่ท้องไร่ ท้องนา ถึงแม้จะไม่ใช่อาหารที่มีราคาแพง แต่ก็นำเสนอให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของแผ่นดินอีสานที่มีอาหารมากมาย และชาวอีสานเรียนรู้ที่จะนำไปประกอบอาหาร และการนำเสนอภาพอีสานในครั้งนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงความสนุกสนาน ความภาคภูมิใจในการนำเสนอ และการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แบ่งปันอาหารการกินของคนในชนบทอีสาน และที่น่าสนใจคือมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ในประเด็นเรื่องอาหารการกินของคนอีสานยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นรากเหง้าของคนอีสานจากรุ่นสู่รุ่นในกรรมวิธีการปรุงอาหารที่ถูกสั่งสมมาจากบรรพบุรุษ (collective identity) ด้วยเช่นกัน อีกทั้งยังปฏิเสธวิถีคิดแบบอีสานแบบเดิม มายาคติเดิม (deconstruct) ที่มองว่าอีสานคือ ความแร้นแค้น แห้งแล้ง ยากจน แต่เป็นวิถีคิดที่มุ่งให้เห็นอีสานกับภาพความอุดมสมบูรณ์ การหาอยู่หากินที่เรียบง่าย เป็นอีสานที่มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด (open to translation) และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลง

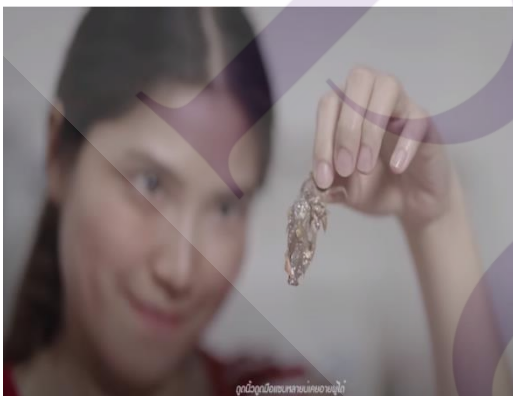
3. วิธีการรับประทานอาหารอีสาน

วิธีการรับประทานอาหารแบบดั้งเดิมของชาวอีสานนั้น มักนิยมใช้มือในการเปิบ หรือจกด้วยมือเปล่า ซึ่งถือเป็นวิถีเฉพาะตัวของคนอีสาน และจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในการศึกษาครั้งนี้ สำหรับประเด็นเรื่องวิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานพบว่า ยังมีการนำเสนอให้เห็นวิถีการกินแบบคนอีสานแบบดั้งเดิมเอาไว้ด้วยเช่นกัน ดังเช่น เนื้อหาเพลง อัก อัก อักก็นำเสนอถึงวิถีการกินส้มตำของคนอีสานกับวิถีการกินแบบจกด้วยมือแบบคุณน้า โดยที่ไม่มีความรู้สึกเงินอาย

เพลง อัก อัก อัก -หนิง ต้นไม้มิวสิก

“แต่ก่อนบ่คิดสิมีผู้ได้ หัวใจยังโดดเดี่ยว เป็น โสคนคนเดียวมานานรู้ไหม
 อยากรไปใส่กับไผะไป แต่งโตจั่งได้กะได้ บ่เคยแค้นคำไผสิว่า
กินตำบักสูงกะกินคำใหญ่ นึกปลาแดกกะตอนใหญ่ ๆ
คุณน้าคุณมือแซบหลายบ่เคยอายผู้ได้
ย่อนเป็นคนง่าย ๆ บ่เคยมีอึดกับไผ อักมันเป็นจั่งได้เฮาบ่เคยอู้”

รวมทั้งในมิวสิกวิดีโอเพลงฮักฮักฮัก และเพลงซางว่า ได้นำเสนอภาพการรับประทาน ส้มตำ โดยตัวละครยังใช้วิธีการบริโภคแบบเปิดด้วยมือเปล่า ในการสื่อสารความหมายถึงลักษณะ การบริโภคของคนอีสานแบบดั้งเดิมไว้การใช้มือในการรับประทานอาหารอีสาน จึงมักถูกสังคมอื่น เป็นการปะทะกับส่วนกลาง โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ที่อาจมองว่าไม่ถูกลักษณะ หรืออาจเป็นกิริยาการ รับประทานอาหารที่อาจดูไม่สวยงาม แต่หากลองพิจารณาจากภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ช้างต้น ตัวละครรับประทานส้มตำในร้านอาหาร ถึงแม้ว่าจะมีช้อนส้อมสำหรับการรับประทาน แต่ ตัวละครยังรับประทานส้มตำด้วยการใช้มือจก อ้าปากกว้าง โดยที่ไม่รู้สึกผิดแปลกจากผู้อื่นอย่างไร



ภาพที่ 5.30 วิธีการรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ภาพการวิธีการรับประทานอาหารอีสานทั้งสองมิวสิกวิดีโอที่ผู้วิจัยนำมานี้ จะเห็นได้มี การสื่อสารผ่านภาษาภาพที่น่าสนใจ กล่าวคือ เทคนิคการนำเสนอด้วยขนาดภาพและมุมกล้องที่เน้น ย้ำและมุ่งโฟกัสให้เห็นวิธีการรับประทานส้มตำของนักร้องทั้งสองคน ซึ่งสมบทเป็นนักแสดงใน เล่นเรื่องของมิวสิกวิดีโอด้วย การใช้ขนาดภาพปานกลาง (Medium shot) ทำให้มองเห็นสีหน้า ท่าทางตลอดจนการเคลื่อนไหวของนักแสดง อีกทั้งยังใช้ภาพขนาดใกล้ (Close-up shot) เห็นภาพ การรับประทานอาหาร ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับอาหาร และสามารถถ่ายทอดรายละเอียด

เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกภายในของนักแสดงได้อย่างชัดเจน และการปรับโฟกัสแบบชัดขึ้น เป็นการสื่อสารที่สื่อจุดโฟกัสให้ผู้ชมสนใจอาหารในภาพในที่นี้ คือ ปลาข้าว รวมทั้งใช้การทิลท์ เป็นการหมุนกล้องการหันพื้นที่ทรงภาพจากล่างขึ้นบนหรือจากบนลงล่างเป็นหลักทั้งนี้การทิลท์ มีจุดมุ่งหมายที่สำคัญเพื่อให้ผู้ชมตามการแสดงออกการกินปลาข้าวของหญิงสาวในมิวสิกวิดีโอ เพื่อให้ผู้ชมมีประสบการณ์ร่วมกับการเฝ้าดูตามการกระทำของตัวนักแสดงด้วยนั่นเอง ถึงแม้ว่าภาพเหล่านี้จะนำเสนอให้เห็นวิธีการรับประทานอาหารอีสานด้วยวิธีดั้งเดิมในชีวิตประจำวัน แต่ก็สื่อสารให้เห็นความหมายด้วยภาพที่แปลกตา (exoticize) ในขณะเดียวกัน

ถึงแม้ว่าอีสานจะมีวิธีการรับประทานอาหารเฉพาะตัว ทั้งการจกข้าวเหนียว หรือส้มตำ ปลาข้าว แต่ในมิวสิกวิดีโอบางเพลงก็นำเสนอให้เห็นภาพคนอีสานที่ใช้ช้อนส้อมในการรับประทาน แสดงให้เห็นว่า ด้านหนึ่งคนอีสานยังรักษาวิธีการกินอาหารแบบดั้งเดิมไว้ ทั้งการจกหรือเปิบด้วยมือ แต่ในบางสถานการณ์ หรือบางสถานที่ที่อาจมองเรื่องสุขลักษณะอนามัย อีสานเองก็ยอมรับในวัฒนธรรมส่วนกลางด้วยการรับประทานอาหารด้วยช้อนส้อมไม่ได้เป็นสังคมที่ปิดตาย แต่ยังรับวัฒนธรรมการกินจากส่วนกลางมาใช้เหมือนคนในสังคมอื่น ๆ แต่วิธีการกินก็อาจรับประทานแบบคำใหญ่และแสดงสีหน้าแบบถึงใจในรสชาติแบบฉบับคนอีสาน แสดงให้เห็นถึงการต่อสู้ของคนอีสานถึงแม้ว่าจะยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวผ่านวิธีการรับประทานอาหารแบบดั้งเดิมไว้ แต่เมื่อต้องเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมหลัก ก็จำเป็นต้องผ่อนปรน เพื่อที่จะเข้าอยู่ในสังคมใหญ่ได้ แต่ในบางจังหวะก็ยังสอดแทรกให้เห็นวิธีการรับประทานอาหารแบบคนอีสานไว้อยู่ทุกขณะ ทำให้วัฒนธรรมอีสานเปลี่ยนแปลงเรื่องความหมายสุขอนามัยเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 5.31 วิธีการรับประทานอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.32 วิธีการรับประทานอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

4. สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน

สถานที่การรับประทานอาหารของคนอีสานแบบดั้งเดิมมักสอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวนา คนอีสานจึงมักรับประทานอาหารที่เรือนชานพักอาศัย ตามท้องนา หรือใต้ต้นไม้ แต่ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สถานที่การรับประทานอาหารของคนอีสานนั้นในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น มีการนำเสนอให้เห็นสถานที่การรับประทานอาหารอีสานที่หลากหลาย มากยิ่งขึ้น ทั้งในใต้ถุนบ้านของคนอีสาน เกียงนา นอกชานบ้าน หรือในห้องพัก หรือเป็นการรับประทานอาหารนอกสถานที่ ทั้งร้านอาหารส้มตำ หรือในร้านอาหารแบบร่วมสมัยในเมือง



ภาพที่ 5.33 สถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.34 สถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

อีกทั้งมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในส่วนของเนื้อหาของเพลง ก็ยังสอดแทรกให้เห็น วิถีคิด วิถีปฏิบัติเกี่ยวกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนอีสาน การไปมาหาสู่ระหว่างกันก็มีตำรับอาหารไว้คอยต้อนรับ ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลงสะออนอีสาน ตอนหนึ่งว่า

เพลง สะออนอีสาน ศิลปิน อ่อมแอ้ม ละมัยแสงทอง

“...ไปบ้านพุ้นได้กินปลา มาบ้านพี่ได้กินข้าว
 บ่ว่าหนุ่มหรือผู้สาว คำว่ากะม่วนหู
 เจ็ญหนุ่มเจ้าให้มาดู สิู้เห็นเด่นกับตา
 โอ้ละน้อ โอ้ละหนา โอ้ละน้อ โอ้ละหนา..”

เช่นเดียวกันภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานก็ยังนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ในมิวสิกวิดีโอเพลงคิดฮอดถิ่น ของศิลปินก้อง ห้วยไร่ ก็ฉายภาพให้เห็นวิถีชีวิตของคนอีสาน ที่ด้านหนึ่งคือ สะท้อนความเป็นรากเหง้าของวัฒนธรรมด้านอาหารอีสาน แต่อีกด้านหนึ่งนำเสนอแสดงให้เห็นถึงความภูมิใจ ความอบอุ่นระหว่างมืออาหารกับครอบครัว และสายสัมพันธ์ของคนในครอบครัว รวมทั้งการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่การแบ่งปันอาหารระหว่างกันของคนในชุมชนอีสานอีกด้วย



ภาพที่ 5.35 การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบอีกว่า ในมิวสิกวิดีโอยังนำเสนอให้เห็นการนำประเด็นเรื่องอาหาร หรือแนวกินแบบฉบับของคนอีสาน เพื่อสร้างจินตนาการร่วมของคนอีสาน ถึงแม้คนอีสานต้องเดินทางจากแผ่นดินอีสานมาทำงานในเมืองใหญ่ ที่มักทำให้เกิดความรู้สึกแปลกแยก (alienation) กับความเป็นเมือง เกิดเป็นอารมณ์เหงา และคิดถึงบ้าน นอกจากครอบครัวที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของกลุ่มคนอีสานแล้ว แนวกินถิ่นอีสาน ก็ยังถูกใช้เป็นเครื่องยึดโยงความรู้สึกร่วมของคนอีสานพลัดถิ่น (diaspora) เอาไว้ด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้ในเนื้อเพลงคิดฮอดถิ่น ตอนหนึ่งว่า

เพลง คัดลอกต้น ศิลปิน ก้อง ห้วยไร่

“...โคตเคี้ยวอ้างว้าง ชายแรงไกลถิ่น	หูได้ยินแต่เสียงนาย
แต่ยังคงเข้มแข็ง เรื่อยไปบ่แห่งหน่าย	จะหนักแค่ไหน ก็ทนเอา
คิดฮอดเค้ คิดฮอดถิ่น	คิดฮอดแนวกิน คิดฮอดคนอยู่ทางหลัง
คิดฮอดกองไฟ ที่อีพ้ออีแม่ดั่ง	คิดฮอดความหลัง บุญบ้านเฮาไหลเรือไฟ..”

จากการศึกษาในประเด็นสถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานทั้งหมดอาจไม่ได้กล่าวถึงสถานที่ในการรับประทานอาหารของคนอีสานในส่วนของเนื้อเพลง แต่ปรากฏสถานที่ในการรับประทานอาหารในพื้นที่ของภาพในมิวสิกวิดีโอที่สอดแทรกให้เห็นวิถีชีวิตของคนอีสาน ถึงแม้ว่าภาพจะนำเสนอให้เห็นเกี่ยวกับสถานที่ทั้งในตัวได้ถุนบ้าน หรือริมชานนอกบ้าน แต่ภาพเหล่านั้นแสดงให้เห็นถึงความอบอุ่นในครอบครัวระหว่างมืออาหารกับสถานที่ที่เป็นบ้านในชุมชนของคนอีสานที่มีพ่อแม่ หรือเครือญาติ รายล้อมกัน หรือแม้ภาพการรับประทานอาหารแบบสังคัมเมือง วันนี้อีสานก็ถูกจัดแต่งในร้านอาหารต่าง ๆ และสิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือ ภาพมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ ไม่ได้สะท้อนให้เห็นการหลบ ๆ ซ่อน ในการรับประทานอาหารอีสานเหมือนในมิวสิกวิดีโอยุคก่อนๆ คนอีสานสามารถรับประทานอาหารอีสานที่ไหนก็ได้ โดยไม่ต้องเงินอวย หรือหลบซ่อน สะท้อนให้เห็นว่าสังคัมเปิดกว้างในเรื่องอาหาร โดยเฉพาะอาหารอีสานที่วันนี้เปลี่ยนรูปแบบหน้าตา รวมทั้งเข้าไปอยู่เป็นเมนูต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทั้งริมทาง ห้างร้าน ต่าง ๆ โดยที่ไม่ได้ผิดแปลก หรือแปลกแยกในสังคัมอีกต่อไป

ตารางที่ 5.9 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสานด้านอาหารแบบเก่า	การสื่อสร้างความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านอาหารแบบใหม่
1. เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร (Isan Food Identity Marker)		
<input type="checkbox"/> ชนิดของอาหารอีสาน	ชนิดของอาหารอีสานมีความหลากหลาย เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาแห้ง ปลาชิว ผักกะแยง ผักหวาน ผักอีฮิน ปลาร้า เป็นต้น	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ชนิดอาหารเพื่อนำเสนอ โดยคัดเลือกชนิดอาหารที่โดดเด่น เป็นเมนูที่มีชื่อเสียง เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาร้า แกงผักหวาน ไข่มดแดง ข้าวจี เป็นชนิดอาหารที่ยอมรับในวงกว้างกับคนกลุ่มอื่นด้วย เพราะมีเป้าหมายในการสื่อสารทั้งกลุ่มตนเอง และยังกลุ่มคนภายนอกอีกด้วย
<input type="checkbox"/> กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน	กรรมวิธีการประกอบอาหารอีสาน มีความหลากหลาย เช่น ลาบ ก้อย ซอยจู้ ซอยแซ่ ปิ้ง จี่ ย่าง หมก อั่ว ปั่น แจ่ว อ่อม แกงเอาะ อู๋ เป็นต้น	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) กรรมวิธีการปรุงอาหาร โดยคัดเลือกการปรุงอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และแตกต่างจากภูมิภาคอื่นขึ้นมาเสนอ เช่น ลาบ ก้อย ซอยจู้ หมก จี่ เป็นต้น และเป็นวิธีการปรุงที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน - มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นถึงวิธีการหาอยู่หากินแบบฉบับอีสาน ที่เป็น การสืบ ทอด ภูมิปัญญา จากบรรพบุรุษ (collective identity) การปรุงอาหารอีสานแบบดั้งเดิม แต่อีกด้านหนึ่งก็สามารถซื้ออาหารมากินได้เช่นกัน

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านอาหารแบบเก่า	การสื่อสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านอาหารแบบใหม่
<input type="checkbox"/> วิธีการรับประทาน อาหารอีสาน	การปั้นข้าวเหนียว จกปลาร้า หรือการเป็ปอาหารด้วยมือ	- มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน สื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งมีวิธีการรับประทาน ด้วยมือ เพื่อรักษาการรับประทานอาหารแบบ ดั้งเดิม และอีกด้านก็ยอมรับวิถีกินอาหารแบบ ส่วนกลาง กับการรับประทานด้วยช้อนส้อม เป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่ทันสมัย (modern form) ที่เข้าใจในสุขอนามัยมากขึ้น แต่ ก็สื่อสารให้เห็นความหมายด้วยภาพที่แปลกตา (exoticize) ในขณะเดียวกัน
<input type="checkbox"/> สถานที่การ รับประทานอาหาร อีสาน	บ้าน เถียงนา ใต้ต้นไม้	- มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็น สถานที่ในการรับประทานที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เถียงนา ใต้ถุนบ้าน ชานบ้าน ห้องพัก ร้าน ส้มตำ ร้านอาหารแบบร่วมสมัย เป็นภาพของ การปรับตัวและสอดคล้องกับการพลัดถิ่นของ คนอีสาน และการพัฒนาสู่การยอมรับในความ เป็นเมือง
2. การสื่อสร้างความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร		
<input type="checkbox"/> การแสดงอัตลักษณ์ อาหารอีสาน	อาหารอีสานมีลักษณะเฉพาะ ตัวการหาอยู่หากินที่พึงพิง ธรรมชาติ สะท้อนภาววิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อของคน อีสาน	- มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการ คัดสรร (selection) เพียงเฉพาะบางส่วนของ วัฒนธรรมอาหารอีสานดั้งเดิมขึ้นมาเสนอสู่ การรับรู้ของผู้คนทั้งวงในและวงนอก - มีการสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่ง พยายามรักษาวิถีการหาอยู่หากินแบบอีสาน ดั้งเดิม แต่ก็การยอมรับ ปรับตัว การเพิ่มสิ่งใหม่ เข้ามาประกอบด้วย เพราะเป้าหมายของการ สื่อสารครั้งนี้มุ่งไปที่คนวงนอกให้ยอมรับใน วัฒนธรรมอีสาน

ตารางที่ 5.9 (ต่อ)

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านอาหารแบบเก่า	การสื่อสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านอาหารแบบใหม่
		<p>- เกิดอัตลักษณ์ด้านอาหารอีสานแบบลูกผสม (hybrid) มีความสั้นไหลไปตามบริบทของสังคม มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด (open to translation) และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลงได้ รวมทั้งเป็นการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านอาหารแบบใหม่ขึ้นด้วย</p> <p>- ปรับเปลี่ยนเพื่อการต่อสู้ต่อรอง ผู้การยอมรับในวัฒนธรรมด้านอาหารอีสานจากส่วนกลาง</p> <p>- อาหารอีสานไม่ได้ทำเพียงหน้าที่ในการสะท้อนภาพวิถีชีวิตและการบริโภคของคนอีสานเพียงอย่างเดียว แต่อาหารอีสานยังเป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ (identity marker) เฉพาะตัวที่แตกต่างจากคนในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ และที่สำคัญอาหารอีสานยังเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ความอบอุ่นของคนในครอบครัว ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่การแบ่งปันอาหารระหว่างกันของคนอีสานอีกด้วย รวมทั้งการเชื่อมโยงเพื่อสร้างจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่น</p>

5.4 การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

“...ประเพณีคือสิ่งที่ประพาศสืบ ๆ กันมา จนลงรูปจนเป็นแบบเดียวกัน เพราะฉะนั้นประเพณีส่วนใหญ่จึงมีลักษณะเป็นปรัมปราอย่างทีในภาษาอังกฤษเรียกว่า *tradition* จะขอใช้คำนี้ว่าปรัมปราประเพณีปรัมปราประเพณีมีลักษณะเป็นอัตนัย (*Subjective*) คือมีอยู่ในวิถีความคิดและความรู้สึกในตัวเราเมื่อคิดหรือรู้สึกอย่างใดก็ตามออกนอกตัวเราเป็นแบบเดียวกันในส่วนรวมแล้วสืบต่อ ๆ กันมาเกิดเป็นประเพณี (*Custom*) ขึ้นซึ่งแยกออกเป็น 3 ลักษณะ คือ จารีตประเพณีเกี่ยวกับเรื่องผิดถูก หรือศีลชั่วทางจารีต

ศีลธรรม ขนบประเพณีเกี่ยวกับเรื่องวางโดยตรงหรือ โดยอ้อมโดยปริยาย เป็นขนบหรือระเบียบแบบแผนขึ้นไว้และธรรมเนียมเกี่ยวกับเรื่องถือเป็นธรรมเนียมกันมาเท่านั้น ไม่ถือว่าคิชั่วทางศีลธรรมหรือวางเป็นขนบขึ้นไว้ประเพณีทั้ง 3 ลักษณะนี้”

เสฐียร โกเศศ, ประเพณีไทยเกี่ยวกับเทศกาล, 2499

มีนักมานุษยวิทยาไทยรุ่นแรก ๆ อย่างพระยาอนุมานราชชนหรือเสฐียร โกเศศ (2499, น. 1-3) ได้อธิบายที่มาและความหมายของ “ประเพณี” ในหนังสือประเพณีไทยเกี่ยวกับเทศกาล ซึ่งเป็นหนังสือที่ตีพิมพ์เป็นที่ระลึกในงานฌาปนกิจศพ นายชิว บุญยศิริพันธุ์ ไว้ที่น่าสนใจ ดังสรุปได้ดังนี้

มนุษย์ที่อยู่รวมกันเป็นหมู่เหล่า ร่วมแรงร่วมใจกันประกอบกิจการหรือคบหาสมาคมกันเป็นประจำเพื่อประโยชน์ส่วนใหญ่ที่ตนสนใจให้บังเกิดความสุขและความเจริญเรียกกันอย่างกว้าง ๆ ว่า “สังคม” สังคมใดจะบังเกิดความสุขและความเจริญขึ้นได้ ก็อยู่ที่รู้จักสร้างสิ่งที่เห็นว่าเป็นประโยชน์แก่วิถีชีวิตของตนเพิ่มเติมจากสิ่งที่มีอยู่แล้วเป็นธรรมดาในธรรมชาติและมีกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นไว้เป็นระเบียบแบบแผน จะโดยตรงหรือโดยอ้อม เพื่อให้อยู่รวมกันกันได้เป็นปกติสุขแก่ชีวิต สิ่งที่สังคมสร้างและวางเป็นระเบียบแบบแผนขึ้นนี้เรียกว่า “วัฒนธรรม”

วัฒนธรรมจะมีการคลี่คลายมาเป็นลำดับหรือที่เรียกว่า พัฒนาการ เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมของสังคมใดมีพัฒนาการขึ้นมาเป็นลำดับนั้นย่อมเข้าสู่เงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการคือ ประการแรก สิ่งใดที่สังคมสร้างขึ้นให้เป็นมรดกของสังคม สิ่งนั้นผู้มาทีหลังมีหน้าที่จะต้องรับและสืบทอดไว้เป็นเหมือนรากฐานแห่งความเป็นอยู่ของสังคม ประการที่สอง สิ่งใดที่รับไว้เป็นมรดกแห่งสังคมผู้เป็นทายาทรับไว้จะต้องรู้จักปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมให้ประณีตดียิ่งขึ้นตามมาตรฐานที่เห็นว่าควรจะเป็น ประการที่สามเมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมตามที่กล่าวแล้วสังคมที่เป็นเจ้าของแห่งวัฒนธรรมนั้นยังต้องรู้จักกระทำให้วัฒนธรรมของตนงอกงามและแพร่หลายด้วยการสั่งสอนอบรมแลกเปลี่ยนแก่คนในสังคมของตนและแก่คนในสังคมอื่นด้วย ทั้งนี้การที่จะทำให้เงื่อนไขของวัฒนธรรมทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้นนั้นมีความยั่งยืนยาวนานก็ด้วยมี “ประเพณี” (Ritual) สืบทอดกันไว้ ประเพณีหมายถึง สิ่งใดที่คนในสังคมกระทำกันอยู่อย่างสม่ำเสมอ จนเป็นความเคยชินติดเป็นนิสัยแห่งสังคมที่เป็นลักษณะเฉพาะเหตุ ฉะนั้นคำว่า “นิสัยแห่งสังคม” และคำว่า “ประเพณี” จึงเป็นคำที่มีความหมายเดียวกัน ทั้งนี้หากจัดแบ่งประเพณีออกตามวัตถุประสงค์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

(1) ประเพณีที่สังคมถือว่าใครในสังคมฝ่าฝืนหรือดเว้นไม่กระทำตามก็เป็นผิดและเป็นชั่วเรียกว่า “จารีตประเพณี” (norm) จารีตประเพณีนี้เป็นดั่งข้อบังคับทางจรรยาหรือศีลธรรม

ของสังคมจารีตประเพณีใดถ้ามีสภาพเป็นคำสั่งของรัฐโดยมีระเบียบแบบแผนและมีบังคับให้กระทำหรือไม่ให้กระทำและบางทีก็มีบทลงโทษด้วยจารีตประเพณีนั้นก็หมดสภาพเป็นข้อบังคับทางจรรยาและศีลธรรมของสังคมกลายเป็น “กฎหมาย” (law) ขึ้นมาแทน

(2) ประเพณีที่สังคมได้ตั้งหรือวางเป็นระเบียบแบบแผนขึ้นไว้จะโดยตรงหรือโดยอ้อมแล้วแต่กรณีเรียกว่า “ขนบประเพณี” (tradition) หรือ “สถาบัน” (institution)

(3) ประเพณีที่สังคมถือว่าเป็นเรื่องธรรมดาสามัญไม่ถือว่าเป็นศีลธรรม เป็นแต่เพียงกันว่า ควรประพฤติปฏิบัติ หากได้มีใครได้รับแต่งตั้งให้วางเป็นระเบียบขึ้นไว้ไม่ หากแต่ผู้คนในสังคมเห็นดีจึงได้นิยมประพฤติปฏิบัติตาม ๆ กัน หรือได้รับอบรมสั่งสอนกันมาจากรุ่นสู่รุ่น และมักประพฤติกันอยู่ในวงหรือชั้นแห่งสังคมเรียกว่า “ธรรมเนียมประเพณีหรือวิถีประจำ” (folkways)

ในแต่ละท้องถิ่นของประเทศไทยก็มีความแตกต่างในด้านประเพณี แต่ละพื้นที่ต่างก็มีประเพณีนิยมที่ยึดปฏิบัติสืบทอดกันมาแตกต่างกัน ตามแต่ลักษณะภูมิภาค สิ่งแวดล้อม ความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกัน จึงทำให้แต่ละท้องถิ่นสะท้อนตัวตนผ่านประเพณีท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกันออกไปด้วย สอดคล้องกันกับที่ ศรีศักร วัลลิโภดม และสุณีย์ ประสงค์บัณฑิต (2546) อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า พื้นฐานของสังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม ซึ่งมีความเป็นชุมชนอยู่รวมกันเป็นปึกแผ่น มีจารีตประเพณีที่สืบทอดมา ผู้คนส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และเป็นสังคมที่ต้องพึ่งพาอาศัยธรรมชาติในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจอยู่มาก โดยเฉพาะน้ำฝนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต จึงจำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ทำให้เกิดความเชื่อเรื่องผี เรื่องอำนาจศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติ ที่มีอิทธิพลต่อความอุดมสมบูรณ์จึงพบว่า สังคมไทยมีพิธีกรรมที่ผูกพันกับอาชีพเกษตรกรรมและสัมพันธ์กับสภาพทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น และลักษณะที่สำคัญของประเพณีท้องถิ่น คือ ความแตกต่างและความหลากหลายอันเนื่องมาจากการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ต่างกัน ทั้งในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค ก่อนการเกิดของอาณาจักรสยามที่มีพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางจนสืบทอดมายังกรุงเทพฯ นั้น แต่ละภูมิภาคต่างก็มีพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง เห็นได้จากบรรดาเมืองที่เคยเป็นศูนย์กลางของรัฐมาก่อน เช่น เชียงใหม่ในภาคเหนือ สุโขทัยและพิษณุโลกในภาคกลางตอนบน เมืองนครศรีธรรมราชในภาคใต้ เมืองจันทบุรีในภาคตะวันออก เมืองนครราชสีมาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น

ยิ่งกว่านั้นแต่ละภูมิภาคยังมีหลายท้องถิ่นที่มีผู้คนแตกต่างกันในด้านชาติพันธุ์เข้ามาอยู่รวมกัน เมื่อมีการรวมกันเป็นอาณาจักรและรัฐขึ้นจึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องทำให้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั้งในระดับภูมิภาคและท้องถิ่นมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จึงเกิดการสร้างประเพณีหลวงขึ้นจากศูนย์กลางผลที่ตามมาทำให้สังคมไทยมีประเพณีและพิธี

สองระดับ คือ “ประเพณีหลวงและประเพณีราษฎร์” หรืออาจเรียกว่า วัฒนธรรมหลวงและวัฒนธรรมราษฎร์ก็ได้ วัฒนธรรมใหญ่หรือวัฒนธรรมเมืองหรือวัฒนธรรมหลวง (Great Tradition) เป็นสิ่งที่พัฒนาขึ้นจากศูนย์กลางความเจริญที่เป็นเมืองมีความซับซ้อน ส่วนวัฒนธรรมในสังคมชานา ซึ่งเป็นพื้นฐานของสังคมไทยโดยรวมเรียกว่าเป็นวัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมราษฎร์ (Little Tradition) ทั้งสองส่วนต่างถ่ายทอดวัฒนธรรมและประเพณีต่อกันและกัน โดยทั่วไปวัฒนธรรมหลวงหรือประเพณีหลวง มักจะถูกแต่งเติมหรือแยกย่อยลงมาสู่วัฒนธรรมราษฎร์หรือประเพณีราษฎร์ มากกว่าที่วัฒนธรรมราษฎร์หรือประเพณีราษฎร์จะถ่ายทอดสู่วัฒนธรรมเมือง (ศรีศักร วัลลิโภดม และสุนีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2546, น. 63-64)

การเกิดขึ้นของคำว่า “ประเพณี” เป็นการเกิดขึ้นหลังจากสังคมนั้นสร้างวัฒนธรรมที่เข้มแข็งจนมีอัตลักษณ์ประจำชุมชนสามารถสืบทอดกลายเป็นประเพณีที่ชุมชนยอมรับ ดังนั้น ประเพณี และวัฒนธรรมก็คือสิ่งเดียวกัน เช่น ประเพณีลอยกระทงเกิดขึ้นจากวัฒนธรรมความเชื่อว่ามีมนุษย์ทุกคนมีความทุกข์ มีบาปที่เคยกระทำ การลอยกระทง คือ การนำเอาความทุกข์ หรือบาปที่เคยทำเอาใส่กระทง แล้วนำไปลอยน้ำ เชื่อว่าเมื่อลอยกระทงแล้วชีวิตจะมีความสุข เมื่อมีความเชื่อเช่นนั้น และมีการปฏิบัติมาเรื่อย ๆ จนเกิดการยอมรับในสังคม จึงกลายเป็นประเพณี และมีการสืบทอดมาจนปัจจุบัน ซึ่งมีหลากหลายนับไม่ถ้วน ในวัฒนธรรมชุมชนความหลากหลายทางวัฒนธรรมของอีสาน คือ ความหลากหลายของความเชื่อของกลุ่มคน ซึ่งทางสังคมศาสตร์ใช้คำว่า “ชาติพันธุ์” เพื่อแบ่งแยกความหลากหลายของวัฒนธรรมและกลุ่มคน โดยมีองค์ประกอบ เช่น ภาษา ความเชื่อ ศาสนา เครื่องมือเครื่องใช้ เปรียบเทียบวัฒนธรรมเพื่อพิจารณาความแตกต่าง ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม และกลุ่มคน (กิจดิพงษ์ ประชาชิต, 2554, น.76)

สำหรับการวิเคราะห์อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี ผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอผลการศึกษา เพื่อให้เห็นภาพของการเปลี่ยนผ่านด้านอัตลักษณ์ด้านประเพณีอีสาน ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.4.1 อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี ประเพณีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

5.4.2 อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณีอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

5.4.1 อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี ประเพณีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า)

กลุ่มชาติพันธุ์ในภาคอีสานมีมากกว่า 10 กลุ่ม กระจายอยู่ทั่วพื้นที่ของภาคอีสาน เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ลาวในอีสานกลาง จังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น ร้อยเอ็ด กลุ่มชาติพันธุ์ ญ้อ ภูไท ไช้ บลู่ แสก ในเขตอีสานเหนือ จังหวัดกาฬสินธุ์ สกลนคร นครพนม มุกดาหาร กลุ่มชาติพันธุ์

กวย (เดิมเรียกส่วย) ในอีสานใต้ จังหวัดศรีสะเกษ กลุ่มชาติพันธุ์เขมร ในจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มชาติพันธุ์ฮมกู่ (ชาวบ่น) ในจังหวัดชัยภูมิ ความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นเกิดจากปัจจัยหลัก คือ มีระบบนิเวศต่างกันจึงเกิดความเชื่อ วัฒนธรรมและประเพณีต่างกัน ชาวอีสานในแต่ละชาติพันธุ์ล้วนมีอัตลักษณ์ของตนเอง ที่แบ่งชัดเจนที่สุดก็คือ ภาษา การแต่งกาย รวมถึงโครงสร้างร่างกาย แต่ในด้านของประเพณี พิธีกรรม คนอีสานยังคงมีความคล้ายคลึงกัน เพราะมีประเพณีวัฒนธรรมที่เหมือนกัน (กิจติพงษ์ ประชาชิต, 2554, น. 76)

ภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและแตกต่างกันตามแต่ละท้องถิ่น และแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ของไทยอย่างเห็นได้ชัด ทั้งวัฒนธรรมทางการดำรงชีวิต และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ซึ่งเราสามารถสังเกตรูปแบบวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชาวอีสานผ่านทางประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวอีสานจัดขึ้น ซึ่งสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานได้เป็นอย่างดี ประเพณีของชาวอีสานมีความหลากหลายและเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ประเพณีส่วนใหญ่จะเกิดจากความเชื่อค่านิยมและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อคนในท้องถิ่นประเพณีต่าง ๆ ถูกจัดขึ้นเพื่อให้เกิดขวัญกำลังใจในการประกอบอาชีพและเพื่อถ่ายทอดแนวความคิดค่านิยมที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ (ทองคูณ หงส์พันธุ์, 2522, น. 35-42 อ้างถึงในสุตาทภัทร นิยมสิทธิ, 2555, น. 23)

ขนบธรรมเนียมประเพณีหลายอย่างของชาวอีสานเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาสภาพสังคมและสถานภาพของสังคมนี้ให้คงอยู่ และเป็นเครื่องเสริมสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกันในหมู่ชาวอีสาน เมื่อมีโอกาสประกอบกิจตามประเพณีในแต่ละเดือนร่วมกันประเพณีนั้นเรียกว่าฮีต 12 หรือจารีตประเพณี 12 ประการอันเป็นธรรมเนียมประเพณีที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาแต่บรรพบุรุษ ประเพณีหลายอย่างของชาวอีสานคล้ายคลึงกับสังคมอื่น เช่น ประเพณีเข้าพรรษาในเดือนแปด ประเพณีออกพรรษาในเดือนสิบเอ็ด และประเพณีทอดกฐินทำบุญปราสาทผึ้งในเดือนสิบสอง นอกจากนี้ประเพณีส่วนตัวและประเพณีประจำวัยของชาวอีสานก็คล้ายกับประเพณีส่วนตัวและประเพณีประจำวัยของชาวภาคอื่น ทั้งนี้เพราะต่างก็มีพุทธศาสนาเป็นหลักปฏิบัติร่วมกัน แต่ประเพณีท้องถิ่นอีสานอีกส่วนหนึ่งเกิดจากความเชื่อและสภาพจิตใจความรู้สึกนึกคิดของชาวอีสานโดยเฉพาะ มีผลทำให้ประเพณีที่เกิดขึ้นนี้เป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสานที่แตกต่างจากภาคอื่น เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของชาวอีสาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเพณีเกี่ยวกับการเกษตรอัน ได้แก่ การขอฝน การประกอบพิธีมงคลเพื่อขอผลให้แก่การเกษตร (จารุวรรณ ธรรมวัตร, 2539, น. 5)

สุวรรณี เครือปาน (2542, น. 220-221) ได้แบ่งประเภทของประเพณีของคนอีสานออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ประเพณีส่วนบุคคลหรือพิธีชีวิต และประเพณีสังคม โดยประเพณี

ส่วนบุคคล เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมของบุคคล เช่น การเกิด การสู่ขวัญ เป็นต้น และประเพณีสังคมนั้นเป็นประเพณีเกี่ยวกับสังคมและชุมชน โดยประเพณีหลักเดิมของชาวอีสาน นั้น คือ “ฮีตสิบสอง” ซึ่งปัจจุบันยังมีการปฏิบัติอยู่บ้างและมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง คำว่า “ฮีต” มาจากจารีต หมายถึง ขนบธรรมเนียมที่เคยปฏิบัติกันมาจนกลายเป็นประเพณีจารีตทั้ง 12 ข้อนี้ถือ กันมานานแล้ว โดยมีเงื่อนไขมาจากเวียงจันทน์เป็นจารีตเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาแต่ละข้อมีพิธีการ ทางศาสนาทั้งสิ้น

ในการอธิบายประเด็นอัตลักษณ์ด้านประเพณีอีสานแบบดั้งเดิมนั้น ผู้วิจัยได้นำ หลักเกณฑ์การแบ่งประเภทประเพณีของคนอีสานของสุวรรณี เครือปาน มาเป็นพื้นฐาน โดย สามารถอธิบายเรื่องอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณีออกเป็น 2 ประเด็นคือ 1. ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน

2. ประเพณีสังคมของคนอีสาน

1. ประเพณีส่วนบุคคล (ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต)

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีอีสาน จากงานวิจัยและงานเขียนต่าง ๆ โดยพบ ข้อมูลที่สำคัญในการอธิบายเกี่ยวกับประเพณีอีสานแบบดั้งเดิม โดยใช้งานของไพฑูรย์ มีกุล ใน หนังสือ “อีสาน : เนื้อในโอกาสครบรอบ 55 ปี ของสมาคมชาวอีสาน” (2534) ที่ได้ศึกษาโดยการ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 144 คน ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น อุดรธานี ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ชัยภูมิ สุรินทร์และอุบลราชธานี โดยคัดเลือกผู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณีของชาวอีสานมาให้ข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งประเภทประเพณีของชาวอีสานออกเป็น คือ ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต ประเพณีเกี่ยวกับการทำบุญและแบบแผนการปกครอง โดยสามารถสรุป ประเพณีส่วนบุคคลหรือประเพณีเกี่ยวกับชีวิตของคนอีสานที่ปฏิบัติสืบทอดกันมามีมากมาย เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการเกิด ประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการบวช ประเพณีเกี่ยวกับการกิน ดอง ประเพณีการสะเดาะเคราะห์ ประเพณีสดทรง ประเพณีการนับถือหมอธรรมประเพณีขึ้นบ้าน ใหม่ ประเพณีการทำบุญต่ออายุ ประเพณีสวดขวัญก่อนเข้า ประเพณีคำโพธิ์ ประเพณีเกี่ยวกับการ ตาย ประเพณีเกี่ยวกับการทำบุญถือของรักษาและประเพณีทำบุญหาผู้ตาย เป็นต้น

และผู้วิจัยยังค้นพบข้อมูลในหนังสือ “ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอีสาน” (สมชาย ฅ นครพนม และคณะ, 2562, น. 108) อธิบายถึงประเพณีที่เกี่ยวกับวิถีการดำรงชีวิตของคนอีสานที่ ยังคงยึดถือปฏิบัติจนเป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสาน นั้น ได้แก่ การสู่ขวัญหรือสวดขวัญ ซึ่งเป็น ประเพณีอยู่ในทุกขั้นตอนชีวิตของชาวอีสาน โดยเชื่อว่า ขวัญเป็นสิ่งสำคัญและเป็นของทุกคนจะ หนีหายไปไม่ได้ จึงมีพิธีที่ให้ขวัญอยู่กับตัวตลอด เช่น ทำขวัญแรกเกิด ทำขวัญเดือน โคนจุก บวชนาค แต่งงาน สู่ขวัญแก่ผู้หายป่วย รอดพ้นอันตรายกลับมาก้าวหน้าในอาชีพการงาน หรือเมื่อมี

อาคันตุกะมาเยือน หรือเมื่อมีสมาชิกในครอบครัวจะเดินทางไปต่างถิ่นก็จะมีพิธีสู่ขวัญเช่นกัน โดยหมอสูดท่องคาถาเรียกขวัญกลับคืนมา หรือสร้างความเป็นสิริมงคลให้เกิดขวัญเพื่อความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต โดยมีการผูกค้ายี่ขาวยี่ขามที่ข้อมือหรือผูกให้กันและกัน แสดงออกถึงสายใยแห่งความผูกพันและเอื้ออาทรต่อกันอย่างยิ่ง รวมไปถึงการสู่ขวัญสัตว์สิ่งของเครื่องใช้เช่น ขวัญข้าว ทำขวัญวัวควาย ทำขวัญเกวียน ทำขวัญบ้านเรือน เป็นต้น

อีกหนึ่งประเพณีที่น่าสนใจคือ “ประเพณีผูกเสี่ยว” ในหนังสือ *มรดก ภูมิปัญญาอีสาน* (สถาบันวัฒนธรรมศึกษา กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2561, น. 122-123) อธิบายเกี่ยวกับการผูกเสี่ยวของภาคอีสานไว้ว่า “เสี่ยว” หมายถึง เพื่อนที่เป็นเพื่อนตาย เพื่อนร่วมสุขร่วมทุกข์เพื่อนยาก เพื่อนที่พึ่งพาได้ เพื่อนที่เสียสละทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อเพื่อนได้ ไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินหรือแม้กระทั่งชีวิต ความเป็นเสี่ยวระหว่างกันของคนอีสานจะเกิดขึ้นได้ต้องผ่านขั้นตอนที่สำคัญคือขั้นของการหา คู่เสี่ยวซึ่งมีอยู่ 2 วิธี ได้แก่ 1) บุคคลสองฝ่ายเห็นว่าตนเองมีความรักใคร่ชอบพอกันฝ่ายหนึ่งคิดว่าพอจะพึ่งพากันได้และมีความสุขความอบอุ่นความมั่นใจเมื่อได้คบกัน และเมื่อดูอายุบุคลิกลักษณะนิสัยใจคอเพศและฐานะโดยรวมแล้วไม่แตกต่างกันมากนักจึงตกลงที่จะเป็นเสี่ยวกัน 2) ญาติพี่น้องบิดามารดาหรือผู้ใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับคู่เสี่ยวเห็นว่าบุคคลทั้งสองมีบุคลิกลักษณะนิสัยใจ คอเพศ ฐานะ และความจำเป็นที่บุคคลทั้งสองจะพึ่งพาอาศัยกันใในภายภาคหน้า จึงจัดให้บุคคลทั้งสองได้มาพบกันและจัดพิธีผูกเสี่ยวให้ส่วนขั้นตอนของการผูกเสี่ยวมีอยู่หลายวิธีซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ แต่โดยสาระสำคัญและจุดมุ่งหมายแล้วจะเหมือนกันคือเป็นการประกาศให้บุคคลทั้งสองฝ่าย และบุคคลที่เกี่ยวข้องได้รับรู้ถึงความผูกพันที่บุคคลทั้งสองพร้อมครอบครัว รวมทั้งชุมชนสังคมนั้นมีต่อกัน โดยมีผู้ใหญ่ทั้งสองฝ่ายที่เคารพนับถือมาเป็นสักขีพยานด้วยโดยจะมีอยู่ 3 แบบคือ 1) แบบง่ายหรือแบบธรรมดา 2) แบบมีพิธีการหรือแบบเป็นทางการ 3) แบบมีการสาบานต่อกันการเป็นเสี่ยวไม่ใช่เฉพาะคู่เสี่ยวเท่านั้นยังรวมถึงบุคคลในครอบครัวญาติชุมชนและสังคมของคู่เสี่ยวด้วย ดังนั้นวิธีการผูกเสี่ยวจึงเป็นความชาญฉลาดของคนอีสานโบราณที่หวังให้เกิดความสงบสุขในชีวิต และชุมชนอย่างแท้จริงเพราะการเป็นเสี่ยวกันจะไม่ทำร้ายกันไม่คิดทรยศต่อกัน แต่จะรักกันซื่อสัตย์ต่อกันช่วยเหลือเกื้อกูลกันดังนั้นการเป็นเสี่ยวกันจึงเป็นสิ่งที่ดีงามที่ควรรักษาสืบทอดด้วยความจริงจังและจริงใจมิใช่เพื่อประโยชน์ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และควรได้มีการศึกษาถึงสาระที่เป็นแก่นแท้ที่มีคุณค่าความดีงามของคำว่าเสี่ยวเพื่อสืบทอดต่อไป การผูกเสี่ยวได้รับการประกาศขึ้นบัญชีเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติประจำปีพุทธศักราช 2555

จะเห็นได้ว่า ประเพณีส่วนบุคคลหรือเพณีเกี่ยวกับชีวิตของชาวอีสานนั้น สอดคล้องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในท้องถิ่นอีสาน อยู่ในชีวิตประจำวัน และเป็นประเพณีที่อยู่ในวงจรชีวิตของชาวอีสานตั้งแต่แรกเกิดจนตาย มีความหลากหลาย (variety) ทั้งประเพณีเกี่ยวกับการเกิด

ประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการบวช ประเพณีเกี่ยวกับการกินคอง ประเพณีการสะเดาะห์เคราะห์ ประเพณีฮอดทรง ประเพณีการนับถือหมอธรรมประเพณีขึ้นบ้านใหม่ ประเพณีการทำบุญต่ออายุ ประเพณีสวดขวัญก่องเข้า ประเพณีค้ำโพธิ์ ประเพณีผูกเสี่ยว ประเพณีเกี่ยวกับการตาย ประเพณีเกี่ยวกับการทำบุญถือของรักษาและประเพณีทำบุญหาผู้ตาย เป็นต้น ประเพณีเหล่านี้เป็นประเพณีที่บ่งบอกถึงความคิดความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ผีสาง เทวดา เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและการทำมาหากินของชาวอีสาน และยังจะเห็นได้อีกว่าประเพณีเหล่านี้เป็นการกระทำเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวอีสาน รวมทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงการสร้างความเชื่อมั่น หรือภูมิคุ้มกันให้แคล้วคลาดปลอดภัยจากอันตรายทั้งปวงด้วยนั่นเอง โดยจะเห็นได้ว่า อัตลักษณ์ด้านประเพณีส่วนบุคคลดั้งเดิมของคนอีสานนั้น จะเป็นประเพณีที่สัมพันธ์กับวงจรชีวิตในทุกช่วงชีวิตของคนอีสาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการเปลี่ยนผ่านชีวิต (Rite of Passage) นั่นเอง

2. ประเพณีสังคม (ประเพณีเกี่ยวกับการทำบุญ)

สังคมนิทานคกรูปแบบและสาระของสังคมประเพณีที่สืบทอดกันมานานหลายชั่วคนได้เด่นชัดกว่าสังคมในภูมิภาคอื่น ๆ ก็เพราะคนอีสานโดยเฉพาะกลุ่มไท ลาว ยังยึดมั่นอยู่กับการประกอบพิธีกรรมและการมีวัตรปฏิบัติตามธรรมเนียมที่กำหนดไว้เป็น “ฮิตสิบสองคองสิบสี่” ซึ่งในที่นี้เรียกว่า พิธีกรรมตามปฏิทิน (Cyclic Group Rites or Ceremonial Calendar) เกี่ยวกับเรื่องนี้งี้แก้ว อรรถากร ได้วิเคราะห์ไว้ว่าพิธีกรรมตามปฏิทินเป็นพิธีกรรมเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหมุนเวียนเป็นประจำ กำหนดไว้แน่นอนแต่ละเดือนในรอบปี เพราะเหตุการณ์เหล่านั้นมีความสำคัญต่อหมู่คณะในแต่ละสังคม จึงเป็นพิธีกรรมปฏิบัติในกลุ่มชนที่แสดงลักษณะเฉพาะของกลุ่ม 12 สิ่งที่ประมวลไว้ในหนังสือก้อมเกี่ยวกับฮิตสิบสองคองสิบสี่ ในสาระสำคัญก็คือ แนวปฏิบัติของการประกอบพิธีกรรมตามเจตจำนงและลักษณะเฉพาะของพิธีกรรมแต่ละเรื่องในแต่ละเดือนครบทั้ง 12 เดือน ฮิตสิบสองคองสิบสี่ของกลุ่มไท ลาว เป็นพิธีกรรมตามปฏิทินที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างเรื่องสำคัญ 3 เรื่องคือ ความเชื่อดั้งเดิมคือ เรื่องผี โดยเฉพาะผีบรรพบุรุษกับพุทธศาสนา อันมีไตรสรณคมเป็นที่ตั้ง และวันนักขัตฤกษ์ของพุทธศาสนาเป็นเหตุการณ์สำคัญกับวงจรการทำนาตามฤดูกาล (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2540, น. 148)

ขนบธรรมเนียมประเพณีด้วยสภาพภูมิศาสตร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะเป็นดินปนทรายไม่อุ้มน้ำได้ดิน มีเกลือหินทำให้ดินเค็มและแห้งไม่เหมาะแก่การเพาะปลูกพื้นที่หลายแห่ง ไม่สามารถใช้ประโยชน์ในการเกษตรได้เต็มที่ต่อองค์การชลประทานน้ำ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและการทำมาหากินของชาวอีสาน ภาคนี้จึงมีปัญหาระง่อนการขาดแคลนน้ำและดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ทำให้เกิดความเชื่อและประเพณีเกี่ยวข้องกับการขอฝนให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล เพื่อให้พืชพันธุ์ธัญญาหารอุดมสมบูรณ์ เช่น งานบุญบั้งไฟ หรือด้วยเหตุผลจาก

ความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ทำให้มีกลุ่มคนหลายกลุ่มอพยพเข้ามาจากดินแดนใกล้เคียงมีการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของกลุ่มขึ้นเช่น การพูดภาษาอีสาน ภาษาเขมร ภาษาส่วย การแสดงหมอลำ การร้องกันตรึม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีประเพณีและพิธีที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ผีสง เทวดา เทพเจ้า ลัทธิพราหมณ์และพระพุทธศาสนา จึงมีประเพณีและพิธีกรรมที่ผสมผสานกันทั้งพราหมณ์ พุทธ และผี หากท้องถิ่นใดตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำก็จะมีประเพณีทางน้ำเช่น แข่งเรือยาวไหลเรือไฟ ซึ่งเป็นการสืบทอดสิ่งที่ดั้งเดิมมาจวบจนปัจจุบันเป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจนของภาคอีสาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทุกจังหวัดของภาคอีสานมีประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติกันมา แต่โบราณกาลเป็นประจำทุกเดือนเรียกกันว่า “ฮีตสิบสอง” ฮีตหรือจารีต หมายถึง ความประพฤติ ธรรมเนียม ประเพณีความประพฤติที่ดี และสิบสอง หมายถึง สิบสองเดือน ฮีตสิบสองจึงหมายถึง ประเพณีที่ชาวอีสานปฏิบัติกันทั้ง 12 เดือนในรอบ 1 ปี ฮีตของชาวอีสานมีทั้งฮีตที่ต้องทำเป็นประจำ ได้แก่ ประเพณีที่ปฏิบัติในเดือนอ้ายจนถึงเดือน 12 และฮีตที่ไม่ต้องทำเป็นประจำโดยมากมักจะเกี่ยวกับวิถีการดำรงชีวิต ได้แก่ ฮีตสู่ขวัญ ฮีตผูกเสี่ยว ฮีตลงแขก เป็นต้น (สมชาย ณ นครพนม และคณะ ,2562 , น. 103)

สมหมาย ชินนาค (2563, น. 678-679) ได้ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะร่วมของประเพณี 12 เดือนในกลุ่มภูมิภาคลุ่มน้ำโขง อธิบายว่า ประเพณี 12 เดือน ของชาวล้านหรือชาวลาวนั้น มีคล้ายคลึงกับ “ฮีตสิบสอง” ของชาวอีสานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่ปฏิบัติกันสืบต่อมาจนกระทั่งปัจจุบัน ด้วยเชื่อว่าการปฏิบัติตามฮีตที่พ่อแม่บรรพบุรุษยึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่อดีตจะทำให้ทั้งผู้ปฏิบัติครอบครัวและชุมชน “อยู่ชุ่มกินเย็น” ประเพณีตามฮีตสิบสองของชาวอีสานมีความสอดคล้องกับบริบทของสังคมที่ส่วนใหญ่ยังเป็นสังคมชาวนาอยู่ค่อนข้างมากดังจะเห็นได้ว่าช่วงเวลาในการจัดประเพณีหรือทำบุญตามฮีตในแต่ละฮีตนั้นล้วน แต่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับวิถีการทำนาซึ่งเป็นระบบการผลิตหลักของชุมชนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันทั้งในช่วงก่อนลงมือทำนาช่วงทำนาช่วงรอข้าวกล้าเจริญเติบโตจนถึงการเก็บเกี่ยวและเอาข้าวขึ้นยุ้งฉางในแต่ละช่วงเวลาสำคัญของกระบวนการผลิตเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีประเพณีหรืองานบุญที่ชาวบ้านจะต้องปฏิบัติ ทั้งนี้ “ฮีตสิบสอง” ที่ยังคงปฏิบัติในหมู่บ้านอีสานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยมีดังนี้ (1) เดือนหนึ่งหรือเดือนอ้าย บุญข้าวกรรม (2) เดือนสองหรือเดือนยี่บุญคูณลาน (3) เดือนสาม บุญข้าวจี่ (4) เดือนสี่ บุญพะเหวด (5) เดือนห้า บุญอดสรงหรือบุญสงกรานต์ (6) เดือนหก บุญบั้งไฟ (7) เดือนเจ็ด บุญซำฮะ (8) เดือนแปด บุญเข้าพรรษา (9) เดือนเก้าบุญข้าวประดับดิน (10) เดือนสิบ บุญข้าวสาก (11) เดือนสิบเอ็ด บุญออกพรรษา และ (12) เดือนสิบสอง บุญกฐิน

เพื่อให้เข้าใจสาระสำคัญและเจตน์จางที่มีอยู่ในฮีตสิบสอง ผู้วิจัยได้ทบทวนข้อมูลเพื่อสรุปทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเพณี 12 เดือนของชาวอีสาน โดยใช้การศึกษาของเอกวิทย์ ณ ถลาง (2540, น. 151-153) ในหนังสือเรื่อง “ภูมิปัญญาชาวบ้านสี่ภูมิภาค วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของ

ชาวบ้านไทย” เป็นพื้นฐาน และผู้วิจัยสรุปสาระสำคัญของสี่สิบสองของชาวอีสาน กับงานประเพณีงานบุญในแต่ละเดือน ดังนี้

เดือนอ้าย (ธันวาคม) เป็นช่วงเวลาพระสงฆ์เข้าปริวาสกรรมพิธีเข้าปริวาสกรรมเพื่อให้บริสุทธิ์จากอาบัติสังฆาทิเสสชาวบ้านจะไปทำบุญที่วัดจึงเรียกพิธีนี้ว่า บุญเข้ากรรมในเดือนเดียวกันนี้นอกจากพิธีกรรมทางศาสนาแล้วก็เป็นเวลาที่ข้าวในนาสุกพร้อมจะเก็บเกี่ยวได้แล้ว จึงมีการลงแขกเกี่ยวข้าวกันและทำปลาร้าปลาแดกเก็บไว้เป็นเสบียงตลอดปีด้วย

เดือนยี่ (มกราคม) พิธีบุญคุณลาน โดยนิมนต์พระไปเทศน์ที่ลานข้าวของหมู่บ้านและทำบุญตักบาตรเลี้ยงพระประพรมน้ำมนต์แก่ลานข้าวต้นข้าวที่นาให้เป็นสิริมงคลเมื่อเกี่ยวข้าวเอาขึ้นยุ้งฉางแล้วก็ทำพิธี “สู่วัญข้าว” และตัดข้าวเปลือกจากยังเป็นปลูมฤกษ์เพื่อเอาไปถวายพระที่วัดก่อนจะกินกันต่อไป

เดือนสาม (กุมภาพันธ์) เป็นเวลาทำพิธีบุญข้าวจีและวันเพ็ญเดือนสามก็เป็นวันมาฆบูชานอกจากทำพิธีบุญข้าวจีถวายพระแล้วก็มีการลงขันผลผลิตกันไว้ที่วัดซึ่งเรียกว่าพิธีบุญประทายข้าวเปลือก

เดือนสี่ (มีนาคม) พิธีบุญเผาต (พระเวสสันดร) คือพิธีเทศน์มหาชาติชาวบ้านก็จัดข้าวปลาอาหารไปทำบุญแล้วร่วมกันฟังเทศน์มหาชาติและถือกันว่าใครไปฟังเทศน์มหาชาติครบ 13 กัณฑ์ในวันเดียวกันจะได้ไปเกิดในสมัยพระศรีอาริยมตไตรยอันเป็นยุคอุดมสุขพร้อมทั้งอุทิศส่วนกุศลให้ปู่ย่าตายายผู้ล่วงลับจัดขนมเงินเลี้ยงญาติมิตร

เดือนห้า (เมษายน) พิธีสงกรานต์ชาวบ้านจะสงกราน้ำพระพุทธรูปและไปกราบไหว้ระลึกคุณพ่อแม่ปู่ย่าตายายที่ยังมีชีวิตอยู่โดยทำพิธีบายศรีผู้ใหญ่และอุทิศส่วนกุศลให้บรรพชน

เดือนหก (พฤษภาคม) ฤดูฝนเริ่มแล้วและวันเพ็ญเดือนหกก็เป็นวันวิสาขบูชาชาวบ้านจึงทำบุญระลึกถึงพระพุทธเจ้าพร้อมกันนั้นก็มีการบั้งไฟเพื่อบูชาแถนและขอฝนให้ตกตามฤดูกาลให้มีความอุดมสมบูรณ์เมื่อเริ่มต้นฤดูกาลทำนาทำไร่

เดือนเจ็ด (มิถุนายน) พิธีบุญซำชะ (ซำระ) หรือที่เรียกว่า “บุญเบิกบ้าน” ชาวบ้านจะพร้อมใจกันปิดกวาดทำความสะอาดเรือน-คุ้มบ้านและข้าวของเครื่องใช้ให้เรียบร้อยไม่สกปรกรกรรุงรังแล้วจึงทำบุญ-ประกอบพิธีซำชะและป้องกันเสนียดจัญไรในหมู่บ้านนอกจากพิธีสงฆ์ถวายสังฆทานแล้วก็มีพิธีสวดคาถาไล่ผีปัดรังควานปัดเป่าความชั่วร้ายแล้วรดน้ำมนต์ทั่วหมู่บ้านจากนั้นก็เตรียมตักกล้าเสกนาไถหว่าน-ทำไร่กัน

เดือนแปด (กรกฎาคม) พิธีบุญเข้าพรรษาชาวบ้านจะแห่เทียนพรรษาไปวัดและเอาผ้าอาบน้ำฝนถวายพระแล้วหมั้นไปฟังเทศน์ฟังธรรมตลอดพรรษา

เดือนเก้า (สิงหาคม) พิธีบุญข้าวประดับดินเป็นพิธีรำลึกถึงคุณแผ่นดินที่มนุษย์ได้อาศัย ทำมาหาเลี้ยงชีพเมื่อทำบุญที่วัดแล้วก็จัดข้าวปลาอาหารไปฝังให้แก่ดินปัจจุบันบางหมู่บ้านดัดแปลง มาเป็นการใส่ปุ๋ยบำรุงไร่นาอีกนัยหนึ่งอธิบายว่าเป็นการทำบุญให้ญาติผู้ล่วงลับเนื่องจากเชื่อว่าในเดือนเก้าคนตายได้รับการปลดปล่อยให้ออกมาท่องเที่ยวบุญข้าวประดับดินทำในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 9

เดือนสิบ (กันยายน) พิธีบุญข้าวสากถึงวันเพ็ญกลางเดือนสิบชาวบ้านจะนำข้าวฉลาก หรือห่อข้าวใหญ่ไปถวายพระสงฆ์อุทิศส่วนกุศลแก่บรรพบุรุษญาติพี่น้องที่ล่วงลับไปแล้วแล้วนำ ห่อข้าวน้อยไปแขวนไว้ตามต้นไม้ตามเสาหรือเจดีย์แล้วตักลงตีโปงบอกสัญญาณให้ผีญาติพี่น้อง รุกขเทวดาและเปรตมารับเอาข้าวห่อนั้นด้วยถือว่าเป็นการส่งเปรตและผู้ล่วงลับที่ออกมาเที่ยวในเดือนเก้าให้กลับไปสู่แดนของตนในเดือนสิบ

เดือนสิบเอ็ด (ตุลาคม) พิธีบุญออกพรรษาวันเพ็ญเดือนสิบเอ็ดตอนเช้าชาวบ้านไป ทำบุญที่วัดตักย่นชาวบ้านเอาดอกไม้รูปเทียน ไปบูชาพระและถวายผ้าบังสุกุลมีการตักบาตรเทโวที่ วัดกวนข้าวทิพย์กรอกน้ำมันปั้นฝ้ายการกวนข้าวทิพย์ต้องให้หญิงสาวพรหมจารีมาช่วยกันกวน

เดือนสิบสอง (พฤศจิกายน) พิธีบุญกฐิน” จากวันแรมหนึ่งค่ำเดือนสิบเอ็ดถึงวันเพ็ญ เดือนสิบสองชาวบ้านจะทำพิธีทอดกฐินที่วัดเหมือนที่ทำกันทั่วประเทศ บางแห่งที่อยู่ใกล้แม่น้ำ ลำคลองก็จะมีการแข่งเรือแข่งเรือการไหลเรือไฟและลอยกระทงกัน ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ข้าวตั้งห้องและเปลี่ยนเป็นเมล็ดข้าวแล้วก่อนจะสุกเต็มที่ก็จะเก็บมาทำข้าวเม่าไว้ถวายพระและ เอาไว้กินกันจึงเรียกพิธีช่วงนี้อีกชื่อหนึ่งว่า บุญข้าวเม่า

ส่วนคำว่า “คองสิบสี่” นั้น เป็นคำและข้อปฏิบัติคู่กับฮิตสิบสอง คองแปลว่า แนวทาง หรือครรลอง ซึ่งหมายถึงธรรมเนียมประเพณีหรือแนวทาง และสิบสี่ หมายถึง ข้อวัตรหรือแนวทาง ปฏิบัติสิบสี่ข้อ ดังนั้นคองสิบสี่จึงหมายถึงข้อวัตรหรือแนวทางที่ประชาชนทุกระดับนับตั้งแต่ พระมหากษัตริย์ ผู้มีหน้าที่ปกครองบ้านเมือง พระสงฆ์ และคนธรรมดาสามัญ พึงปฏิบัติสิบสี่ข้อ สรุปลงได้หลายมุมมองดังนี้ (ปริชา พินทอง, 2534ข, น. 22)

1. เป็นหลักปฏิบัติกล่าวถึงครอบครัวในสังคมตลอดจนผู้ปกครองบ้านเมือง
2. เป็นหลักปฏิบัติของพระมหากษัตริย์ในการปกครองบ้านเมืองและหลักปฏิบัติของ ประชาชนต่อพระมหากษัตริย์
3. เป็นหลักปฏิบัติที่พระราชายึดถือปฏิบัติ เน้นให้ประชาชนปฏิบัติตามจารีตประเพณี และคนในครอบครัวที่ปฏิบัติต่อกัน
4. เป็นหลักปฏิบัติในการปกครองบ้านเมืองให้อยู่เป็นสุขตามจารีตประเพณี

สอดคล้องกับข้อมูลในหนังสือประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอีสาน (สมชาย อนุกรม และคณะ, 2562, น. 122) อธิบายถึงความเชื่อเกี่ยวกับคองสิบสี่ ว่า คอง หรือคองง นั้น หมายถึง แบบแผนของสังคมแบบระเบียบหรือแบบการปกครองที่ต้องประพฤติต่อกันชาวอีสานได้ยึดถือกันมา แต่โบราณแบ่งเป็น 3 ชนิดคือ คองสำหรับผู้ปกครองบ้านเมืองพึงปฏิบัติ เช่น มีความสามัคคีในหมู่ข้าราชการช่วยกันบริหารบ้านเมืองให้เจริญรุ่งเรือง คองสำหรับบุคคลธรรมดาพึงปฏิบัติเช่น เมื่อภิกษุมามีนิทานตออย่าให้ท่านคอยเวลาใส่บาตร อย่าถูกบาตร อย่าถูกพระภิกษุสามเณร อย่าใส่รองเท้า อย่ากั้นร่ม อย่าเอาผ้าพันหัว อย่าอุ้มลูกหลาน อย่าถือศัสตราวุธต่าง ๆ และคองสำหรับพระสงฆ์เช่น ให้ศึกษาเล่าเรียนพระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนาและรักษาศีล 227 ข้อ อย่าให้ขาดเป็นต้น คองนี้ไม่ว่าจะเป็นคองสำหรับผู้ใดจะมีอย่างละ 14 ข้อ ทั้งสิ้น ทั้งนี้เพื่อให้อยู่ร่วมกันด้วยความสงบสุข เป็นระเบียบเรียบร้อยแม้ปัจจุบันวิถีชีวิตของชาวอีสานได้เปลี่ยนแปลงไป แต่แบบแผนของสังคมก็ยังคงอยู่และบางประการยังคงใช้กันสืบมาตกลงมา

คองประกอบด้วย 1) ฮิตเจ้าคองขุน 2) ฮิตท้าวคองเพี้ย 3) ฮิตไพร่คองนาย 4) ฮิตบ้านคองเมือง 5) ฮิตปู่ คองย่า 6) ฮิตตาคองยาย 7) ฮิตพ่อคองแม่ 8) ฮิตไถ่คองเขย 9) ฮิตป้าคองลุง 10) ฮิตลูกคองหลาน 11) ฮิตเถ้า คองแก่ 12) ฮิตปี คองเดือน (ฮิตสิบสอง) 13) ฮิตไฮ่คองนา และ 14) ฮิตวัดคองสงฆ์ (ปริชา พินทอง, 2534, น. 599)

ดังนั้นคำว่า “ฮิตสิบสองคองสิบสี่” ของชาวอีสานนั้น จึงเป็นขนบธรรมเนียมที่ปฏิบัติกันมาจนกลายเป็นประเพณีตามปฏิทินในรอบปี และคองสิบสี่เป็นแนวปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันที่มีการถ่ายทอดและยึดปฏิบัติเรื่อยมาของสังคมอีสาน โดยมีพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติกิจกรรม หรืองานบุญต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ จนเกิดเป็นประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาของคนอีสาน เพื่อให้อยู่ร่วมกันด้วยความสงบสุขและเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นประเพณีที่โดดเด่นและมีความเฉพาะตัวแตกต่างกับประเพณีในท้องถิ่น

นอกจากฮิตสิบสองคองสิบสี่ซึ่งเป็นเสมือนหัวใจสำคัญในการปฏิบัติตนใน 12 เดือนของชาวอีสานแล้ว ยังมีประเพณีสังคม ที่ถือเป็นประเพณีเฉพาะตัวที่เกิดจากความเชื่อ และเป็นกรรวมตัว แสดงออกซึ่งการมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันในสังคมอีสาน ยกตัวอย่างเช่น

ประเพณีการขอฝน ที่ปฏิบัติกันในหมู่ชาวอีสานนั้นมีหลายวิธีด้วยกันเช่น การขอฝนโดยการทำเซียงซ้องหรือเต้าแม่ นางซ้อง, การทำพิธีแห่นางแมวหรือเต้านางแมว, การทำพิธีแห่แม่ นางตั้งหรือเต้าแม่ นางตั้ง, การทำพิธีโยนครกโยนสาก, การทำพิธีแห่ข้าวพันก้อน, การเทศน์พญาคันคาก, การสวดคาถาปลาต้อ, การบ้านางธณี และการทำบุญบั้งไฟ เป็นต้น (จารุวรรณธรรมวัตร, 2539, น. 6)

ประเพณีลงช่วง ปั่นไหม ปั่นฝ้าย ประเพณีลงช่วงหมายถึง ประเพณีที่ชาวบ้านมารวมตัวกันปั่นไหมปั่นฝ้าย ในเวลากลางคืนช่วงฤดูหนาวจะเลือกวันใดก็ได้ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นคืนพระจันทร์เต็มดวง บริเวณช่วงจะก่อกองไฟด้วยไม้แห้ง เพื่อให้แสงสว่าง ถ้าหนาวก็จะผิงไฟไปด้วย หลังจากกินอาหารเย็นแล้วเสร็จสิ้นภารกิจต่าง ๆ สาว ๆ จะลงมาทำงานที่ช่วงตั้งแต่หัวค่ำ ส่วนใหญ่จะเป็นการปั่นฝ้าย (ทำฝ้ายให้เป็นเส้นด้าย) หรือปั่นไหม (กรอหลอดด้าย) ส่วนหนุ่ม ๆ จะชวนกันกลุ่มละ 2-3 คนเดินลงช่วงต่าง ๆ ขณะที่เดินไปก็จะเป่าแคนไปด้วยการลงช่วง จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งให้หนุ่มสาวได้โอกาสพบปะรู้จักกัน เพราะสาวสมัยนั้นจะถูกรอบมให้รักนวลสงวนตัวอยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือนไม่ค่อยได้ออกไปไหน ดังนั้นการลงช่วงจึงเป็นการเปิดโอกาสให้สาวได้พบปะกับหนุ่มเป็นการเลือกคู่ครองที่ตนเองพอใจ และได้ฝึกงานฝีมือให้แก่ตนเอง รวมทั้งการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์หลังการทำไร่ทำนา (สมชาย ฌ นครพนม และคณะ , 2562 , น. 110)

ประเพณีการลงแขก เป็นประเพณีที่แสดงถึงความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อต่อกันอันญาติมิตรของชาวชนบท เพราะการลงแขกในภาษาอีสานหมายถึง การไปบอกกล่าวขอแรงญาติสนิทมิตรสหายให้มาช่วยทำงาน งานที่จะต้องลงแขกนั้นมีทั้งงานส่วนตัวและส่วนรวม งานส่วนตัวที่อาศัยการลงแขกนั้นมักจะเป็นงานใหญ่ที่เหลือปากว่าแรงหรือไม่เช่นนั้นก็จะเป็งานหนักที่จำเป็นต้องทำให้เสร็จภายในวันเดียว จึงต้องบอกให้ญาติพี่น้องมาช่วยเหลืองานส่วนตัวที่ต้องลงแขกในชนบทนั้นมีอยู่ 3 อย่างคือ ลงแขกสร้างบ้าน ลงแขกทำนา และลงแขกหาอาหาร ส่วนการลงแขกเพื่อทำงานส่วนรวม หรือกระทำสาธารณประโยชน์นั้น จะลงแขกเมื่อมีงานประเพณีของหมู่บ้านงานนั้นเป็นงานใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานจากหญิงชายหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายจัดเตรียมสถานที่ ฝ่ายดูแลพระ ฝ่ายดูแลแขก ฝ่ายอาหาร ทางวัด หรือกำนันผู้ใหญ่บ้าน ก็จะดีกลองประชุมบอกกล่าวให้มาช่วยงานชาวบ้านทุกคนก็จะมาช่วยจนกว่างานจะเสร็จโดยไม่เกียจฉลอนหรือเรียกร้องสิ่งตอบแทน นอกจากนั้นการสร้างสาธารณูปโภคเช่น ถนนบ่อน้ำ สะพาน สร้างวัด หรือศาลากลางบ้าน ในชนบท ก็จะทำการสร้างด้วยวิธีการลงแขกผู้ที่ออกปากบอกแขกให้มาช่วยแบกหามก็คือ คณะกรรมการหมู่บ้านหรือผู้ที่ชาวบ้านศรัทธา นับถือ การลงแขกสร้างสาธารณูปโภคของชาวชนบทนับว่าเป็นการช่วยประหยัดงบประมาณของรัฐบาลและเป็นการช่วยพัฒนาตนเองตลอดจนสังคมของตนอีกด้วย (จารุวรรณ ธรรมวัตร, 2539 , น. 23-25)

จะเห็นได้ว่า ประเพณีสังคมหรือประเพณีเกี่ยวกับการทำบุญของชาวอีสานนั้น มีความหลากหลาย (variety) และ “ฮิตสิบสองกองสิบสี่” เป็นหัวใจสำคัญของประเพณีอีสานที่เป็นกรอบให้คนอีสานยึดปฏิบัติตาม และสืบทอดกันมา ด้วยความเชื่อว่า การปฏิบัติตามฮิตบรรพบุรุษของคนอีสานยึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่อดีต จะทำให้ทั้งผู้ปฏิบัติครอบครัวและชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข และจะเห็นได้ว่า การจัดประเพณีหรือทำบุญตามฮิตในแต่ละฮิตนั้น ล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับวิถี

ชีวิตในสังคมชวา โดยมีพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติกิจกรรม หรืองานบุญต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดความคิด ความเชื่อของคนอิสานที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นสิ่งที่แสดงถึงรากเหง้าของคนอิสานที่ต้องทำเป็นประจำ ในรอบ 1 ปี อีกทั้งประเพณีสังคมต่าง ๆ ทั้งประเพณีการขอฝน ประเพณีลงช่วง บั้นไหม บั้นฝ้าย และประเพณีการลงแขกนั้น ยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความมีน้ำใจ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นสังคมที่มีอยู่ร่วมกันฉันญาติมิตร ความเหนียวแน่นของสังคมอิสานอีกด้วย

กล่าวโดยสรุปในประเด็นเรื่องประเพณีอิสานกับการสร้างอัตลักษณ์ด้านประเพณีอิสานแบบดั้งเดิมนั้น ประเพณีอิสานไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่การแสดงออกทางวัฒนธรรมของคนอิสานเพียงอย่างเดียว แต่ภายใต้ประเพณีทั้งประเพณีส่วนบุคคล หรือประเพณีสังคมของคนอิสานนั้น ทำให้เห็นความระบอบความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตของคนอิสาน และประเพณีอิสานกลายเป็นอีกหนึ่งเครื่องบ่งชี้ทางอัตลักษณ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง เพื่อบ่งบอกถึงตัวตนของคนอิสาน ว่ามีวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ด้านประเพณีที่แตกต่างจากคนในภูมิภาคอื่น ๆ โดยผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับประเพณีอิสานดั้งเดิม (เก่า) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **ประเพณีอิสานกับความเฉพาะตัว** จะเห็นได้ว่า ทั้งประเพณีส่วนตัวและประเพณีสังคมของชาวอิสานนั้น มีลักษณะที่มีความเฉพาะตัวซึ่งเห็นได้ชัดจากประเพณี 12 เดือน หรือที่ชาวอิสานเรียก “ฮิตสิบสองคองสิบสี่” เป็นประเพณีอิสานที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติให้คนอิสาน ผ่านงานบุญตามเดือนต่าง ๆ ในรอบปี ที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตที่มีวัดเป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมร่วมกันของคนอิสาน

2. **ประเพณีอิสานกับความหลากหลาย** ประเพณีอิสานมีความหลากหลาย (variety) ทั้งประเพณีบุคคลหรือที่อาจเรียกว่า เป็นประเพณีที่อยู่ในวงจรชีวิตของชาวอิสานตั้งแต่แรกเกิดจนตาย และยังบ่งบอกถึงความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ผีศาจ เทวดา เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและการทำมาหากินของชาวอิสาน ที่กระทำเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวอิสานให้คุ้มครองป้องกันให้แคล้วคลาดปลอดภัยจากอันตรายทั้งปวง

3. **ประเพณีอิสานกับรากเหง้าของคนอิสานและสัมพันธ์กับวงจรชีวิตของคนอิสาน** จะเห็นได้ว่า ประเพณีอิสานส่วนใหญ่สอดคล้องสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในสังคมชวา และเป็นการถ่ายทอด ความคิด ความเชื่อของคนอิสานที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา ที่จะทำให้อิสานที่ปฏิบัติตามอยู่เย็นเป็นสุข และเป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต สอดคล้องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในท้องถิ่นอิสานในชีวิตประจำวัน และเป็นประเพณีที่อยู่ในวงจรชีวิตของชาวอิสานตั้งแต่แรกเกิดจนตาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการเปลี่ยนผ่านชีวิต (Rite of Passage) นั้นเอง ทั้งประเพณีเกี่ยวกับการเกิด ประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการบวช ประเพณีเกี่ยวกับการกินดอง ประเพณีการสะเดาะเคราะห์ ประเพณีผูกเสี่ยว ประเพณีเกี่ยวกับการตาย เป็นต้น ประเพณีเหล่านี้

เป็นประเพณีที่บ่งบอกถึงความคิดความเชื่อเกี่ยวกับศาสนา ผีสาง เทวดา เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและการทำมาหากินของชาวอีสาน และยังจะเห็นได้อีกว่าประเพณีเหล่านี้เป็นการกระทำเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวอีสาน รวมทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงการสร้างความเชื่อมั่นของคนอีสาน

4. ประเพณีอีสานกับการรักษาสภาพสังคมอีสาน จากการทบทวนข้อมูลจะเห็นได้ว่าขนบธรรมเนียมประเพณีหลายอย่างของชาวอีสาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาสภาพสังคมและสถานภาพของสังคมนี้ให้คงอยู่ และเป็นเครื่องเสริมสร้างความรู้สึกร่วมกันอันหนึ่งอันเดียวกันในหมู่ชาวอีสาน ทั้งการรวมตัวกันตามงานบุญตามประเพณีในแต่ละเดือนทั้ง 12 เดือน เป็นสิ่งคนอีสานที่ต้องทำเป็นประจำ ในรอบ 1 ปี ตามประเพณีที่ปฏิบัติในเดือนอ้ายจนถึงเดือน 12 เปิดโอกาสให้ผู้คนในชุมชนสังคมอีสานมาร่วมกันปฏิบัติ และถ่ายทอด และเป็นธรรมเนียมประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ประเพณีสังคมต่าง ๆ ที่ถูกสั่งสม ที่เชื่อมความสัมพันธ์ทั้งในระดับครัวเรือนและในสังคมของคนอีสาน และประเพณีสังคมอีสานยังบ่งบอกถึงความมีน้ำใจ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เป็นสังคมที่มีการแบ่งปันอีกด้วย

5.4.2 อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณีอีสานแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานภาคอีสานเป็นภูมิภาคที่มีความเฉพาะตัวและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณีส่วนใหญ่ของคนอีสาน มักเกิดจากความเชื่อ ค่านิยม ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในชุมชนอีสาน ประเพณีต่างๆ จึงถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดขวัญกำลังใจ และถ่ายทอดแนวคิดค่านิยมของท้องถิ่นนั้น ๆ โดยจากการศึกษาด้านประเพณีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในยูทูป ในปี พ.ศ. 2558-2562 จำนวนทั้งหมด 30 มิวสิกวิดีโอ นั้น ผู้วิจัยพบว่าประเพณีอีสานยังถูกนำมาใช้เพื่อเป็นอีกหนึ่งเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานอย่างเข้มข้น กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นการประเพณีอีสานที่มีความสวยงาม และมีความโดดเด่นเฉพาะตัว รวมทั้งเป็นประเพณีที่ตอกย้ำความเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน ทั้งในส่วนของเนื้อเพลง และภาษาภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ดังจะสามารถอธิบาย โดยใช้เกณฑ์อัตลักษณ์ด้านประเพณีอีสานทั้ง 2 ด้าน ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วในส่วนของอัตลักษณ์ด้านประเพณีอีสานแบบดั้งเดิม (เก่า) คือ 1.ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน 2. ประเพณีสังคมของคนอีสาน โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน (ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต)

จากกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้พบว่า ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานนั้น ยังมีการสื่อสารให้เห็นถึงประเพณีที่อยู่ในชีวิตประจำวันของคนอีสาน ที่มีการสืบสานกันมาอย่างเช่น ประเพณีเกี่ยวกับการหาอยู่หากินของ

คนอีสานกับวิถีชีวิตในสังคมชานา การหาของกินในธรรมชาติรอบตัว ดังจะเห็นได้ในเพลง ห่อหมกฮวกไปฝากป้า ของศิลปิน ลำเพลิน วงศกร ในคำว่า “ฮิตฮอย” อันหมายถึงจาริตประเพณีที่เคยทำสืบต่อ ๆ กันมา นั่นเอง

เพลง ห่อหมกฮวกไปฝากป้า - ลำเพลิน วงศกร

“...มือนีเฮียนข่อย เพิ่น ไปประสาฮิตฮอย ลงท่งหาหอย หาเห็ดและหาปลา
 เพิ่นสอนอยู่บวกร เพิ่น ได้ฮวกมา เจียดจี่นา แมงคาและกบน้อย
 มือนีเฮียนข่อย ประมาณหกโมงแลง เพิ่นเฮ็ดแนวกินแลง หอมหิ้นๆกลิ้นตำดั่ง
 มีตำบักหุ่งหมกฮวกและกึ่งห่าง ถอนหายใจคั่งๆ กำลังนั้งแม่ข่อยใช้
 เท็งอยากลิห้อง อยากลิให้ เพิ่นบอกข่อยฮิวัวไป เอาห่อหมกฮวก
 ให้ป้าสาก่อน
 เบิ่งไปฮอดเฮือนป้า เอ็นหาป้าหมากะหอม ป้าเฮาบอยู่บ้าน ...”

จะสังเกตเห็นได้ว่า มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานทำให้การนำเสนอประเพณีของคนอีสานทำให้ดูง่ายขึ้น ไม่ได้ซับซ้อน ดังคำข้างต้นที่แคะระบุว่าประเพณีของคนอีสาน แต่อาจไม่ได้ระบุว่าประเพณี หรือขั้นตอนอย่างไร หรือรายละเอียด หรือการวัดรปฏิบัติเกี่ยวกับประเพณีเหล่านั้นอย่างไรหรือประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการสู่ขวัญ การผูกข้อต่อแขน ซึ่งเป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิตของคนอีสานที่ยังคงยึดถือปฏิบัติจนเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน ที่เชื่อว่าขวัญเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นของทุกคน จึงมีพิธีที่ให้ขวัญอยู่กับตัวตลอด เพื่อให้รอดพ้นอันตราย หรือเพื่อสร้างความเป็ยสิริมงคลให้เกิดขวัญเพื่อความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต ดังเช่นใน เพลงสะออนอีสาน

เพลง สะออนอีสาน ศิลปินอ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง

“อย่าไลลีมถีนอีสาน ลีมพงศัพันธุ์พีน้องเฮา ฟาวมาเคื้อเอื้อย อาาว อีสานบ้านเฮายังถ่าอยู่
 มาล่อยให้โลกเพิ่นรับรู้ ตะสะออนหลายอีสาน
 ลำน้าโจง เพิ่นตุ้มโฮมให้ฮักแพงกัน กอดกายสายสัมพันธ์ หุ่มลูกหลานลุ่มน้ำชี
 สิโดนล้ำได้บ่เลื่อมคลาย บ่หน่ายแห่งหนี
 เปรียบเหมือนคั่งสายนที ให้ลูกอยู่ดีฮ่อนมีแม่มูล
 ดินแดนธรรม น้อมนำในคำสอน สืบสานมาแต่ปางก่อน บ่ลดทอนแต่เพิ่มพูน
 ผู้คนหลังไหลใกล้ไกลมาเอาบุญ ยามทุกข์ยากได้เกื้อหนุน เป็นต้นทูนฮอดชาติหน้า
 ไปบ้านพุนได้กินปลา มาบ้านพีได้กินข้าว บ่ว่าหนุ่มหรือผู้สาว คำว่ากะม่วนหู

เชิญหมู่เจ้าให้มาดู ลีลู่เห็นเด่นกับตา ไ้อ่ละน้อไ้อ่ละหนา ไ้อ่ละน้อ ไ้อ่ละหนา
 ผูกข้อต่อแขนให้มันแก่นคือข้าวเหนียว รวมกันเป็นหนึ่งเดียว พุทธาคำธรรมรักษา
 คู่ข่อยตุเจ้ามาเบ็งเอาที่เว้ามา ตะสะออนแท้เพิ่นว่า เป็นตะมาแท้อีสาน....”

และในประโยคที่ว่า “ผูกข้อต่อแขนให้มันแก่นคือข้าวเหนียว รวมกันเป็นหนึ่งเดียว พุทธาคำธรรมรักษา” มีการเปรียบเทียบประเพณีการสู่ขวัญนั้นผ่านการผูกค้ายลิวาที่ข้อมือ ให้มีความเหนียวแน่นดั่งข้าวเหนียวซึ่งเป็นอาหารหลักของชาวอีสาน และยังสื่อสารให้เห็นถึงการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียวของผู้คนในสังคมอีสาน สายใยแห่งความผูกพันและเอื้ออาทรต่อกันที่มีพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์รวมจิตใจ และมีคุณความดีเป็นสิ่งที่ปกปักรักษาให้มีความสุข ซึ่งในเนื้อเพลงดังกล่าวยังนำเสนอให้เห็นว่า อีสานเป็นดินแดนที่เคร่งครัดในคำสอน ที่มีการสืบสานกันมาจกอดีตโดยไม่เสื่อมคลาย และมีลำน้ำโขงเปรียบเสมือนสายสัมพันธ์ที่หล่อหลอมลูกหลานชาวอีสานไว้ อีกทั้งหากพิจารณาในภาษาภาพในพื้นที่มิวสิกวิดีโอก็มีการสื่อสารด้วยการขนาดภาพขนาดใหญ่ (Close-up shot) เพื่อชัดเจนได้เน้นย้ำให้เห็นถึงระบบความคิดความเชื่อของคนอีสานเกี่ยวกับการเรียกขวัญ



ภาพที่ 5.36 ประเพณีที่เกี่ยวกับการสู่ขวัญในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

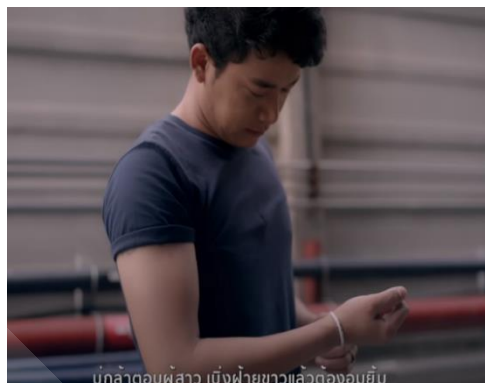
โดยจะเห็นได้ว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานข้างต้น ใช้การตัดภาพเฉพาะช่วงของพิธีกรรมที่ผู้คนรู้จัก เป็นเพียงแค่เสี้ยวหนึ่งของวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเพณีของคนอีสาน หรือเรียกได้ว่าเป็นการใช้สัญลักษณ์แบบ Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอาส่วนเสี้ยวเล็ก ๆ

ส่วนหนึ่งของสัญญา (Part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) เพื่ออธิบายถึง ประเพณีและความเชื่อของคนอีสาน ที่ผู้คนในวงกว้างสามารถรับรู้และเข้าใจร่วมกันได้ เช่นเดียวกันกับในเนื้อเพลงฝ้ายผูกแขนเปื้อนเหงื่อ ของศิลปินเบียร์ พร้อมพงษ์ ที่มีการนำเสนอให้เห็นถึงความเชื่อเกี่ยวกับการผูกข้อต่อแขนของชาวอีสาน ที่ใช้ฝ้ายขาวเป็นเครื่องยึดจิตใจของคนอีสานที่ต้องจากพื้นที่ไปหางานทำไกลถิ่น ที่พ่อแม่ผูกฝ้ายขาวเพื่อเรียกขวัญ และอำนวยพรให้ คู่ครองปลอดภัย ให้สามารถเก็บเงินได้รวมทั้งมีความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต

เพลง ฝ้ายผูกแขนเปื้อนเหงื่อ ศิลปิน- เบียร์ พร้อมพงษ์

“...ฝ้ายผูกแขนเส้นขาว ที่มันเก่าจนผู้สาวถาม
ว่าอายเป็นหยิ่งจังมักหลาย เหลือเส้นบางๆ กะยังบ่ถิ่ม
บ่กล้าตอบผู้สาว เบิ่งฝ้ายขาวแล้วต้องอมยิ้ม
คำอวยพรยังอุมอิม มือผูกแขนยังจำในใจ
ผูกเบื้องซ้ายให้ขวัญมา ผูกเบื้องขวาให้ขวัญคุ้มภัย หาเงินได้หมาดๆ เค้อ เออ ...
ฝ้ายที่พ่อกับแม่ผูกให้ เบิ่งยามได้มีใจฮึดสู้ บอกให้สู้ ว่ามีไผ่รอทางนั้น
ฝ้ายผูกแขนย่ำแทนแม่พ่อ หนักเกินท้อลูกก็ยังมี
ถึงทางแห่งฝัน ต้องข้ามทะเลเมื่ดเหงื่อ ก็คงบ่อยู่เหนือ เกินความตั้งใจ
ถึงบ่โดนใจผู้สาว บ่คือผู้บ่าวที่มีเงินหนา
ถูกเหยียดถูกหยามบ่ถ้อสา สาวผ่านเข้ามาที่แค่รอหาทางใหม่
บ่มีสร้อยมีแหวน มีฝ้ายผูกแขนที่แม่พ่อผูกให้ ลูกผู้ชายคนนี้ไ้ยังสู้ไหวในทุกเส้นทาง...”

นอกจากนี้หากสังเกตจะเห็นได้อีกว่า ฝ้ายขาวที่พ่อแม่ยังแสดงให้เห็นสายสัมพันธ์ของคนในครอบครัวของชาวอีสาน ที่สามารถหยิกโยงความรู้สึก เปรียบฝ้ายขาวที่พ่อแม่ผูกข้อมือให้มานั้นเป็นเสมือนแรงกำลังใจจากพ่อแม่ในการต่อสู้ชีวิตของลูกอีสาน ให้สามารถข้ามผ่านอุปสรรคที่ต้องเจอในการทำอย่างไรก็จะมีพลังเพื่อสู้กับการะงานหนักและปัญหาต่างๆ และถึงแม้ว่าใครจะมองเหยียดหยามว่าฝ้ายขาวคือ เส้นด้ายธรรมดาที่เปรียบไม่ได้กับเครื่องประดับเช่น สร้อย แหวน แต่ฝ้ายขาวที่พ่อแม่ผูกให้มานั้นเป็นแรงผลักดัน และสามารถใช้เป็นอัตลักษณ์เชื่อมโยงคนอีสาน พลัดถิ่นไว้ได้ด้วย



ภาพที่ 5.37 ประเพณีที่เกี่ยวกับการสู่ขวัญในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

นอกจากประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญแล้ว อีกหนึ่งประเพณีที่อยู่ในชีวิตประจำวันของคนอีสาน คือ ประเพณีเกี่ยวกับการแต่งงาน หรือที่คนอีสานเรียกว่า “ประเพณีการกินดอง” หมายถึง การกินเลี้ยงเพื่อฉลองการเกี่ยวดองเป็นครอบครัวเดียวกัน ดังเช่นในเนื้อเพลงสุขขีหมั่น ศิลปินแจ็ก ลูกอีสาน ที่นำเสนอเรื่องราวของชายหนุ่มในฐานะแฟนเก่า ต้องไปอวยพรแฟนสาวในวันแต่งงานกับผู้ชายคนใหม่ ถึงแม้ว่าตัวเองจะต้องเสียใจ แต่ยังมีปรารถนาดีต่อกันในการไปอวยพรเป็นครั้งสุดท้ายกับการเริ่มต้นความรักครั้งใหม่ให้มีความสุข สมหวังในการครองชีวิตคู่ในบุญผลา หรือพรหมลิขิตนั่นเอง สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อในเรื่องของบุญและวาสนา

เพลง สุขขีหมั่น ศิลปิน- แจ็ก ลูกอีสาน

“...สุขขีหมั่นเสมอมันเครือใหม่
อันมือนี่ผู้สาวเก่าเฮาสีแต่งงาน
เสียงของบักอะ โหลคือจั่งมาบิบบหัวใจ
คนเป็นผู้บ่าวเก่ามันกะเจ็บอยู่บ่ค่อย
กำเอาของขาวมือกะขาวไปเซ็ดน้ำตา
มืออ้ายเปื้อนขี้ตมมันบ่สมคอกแก้มเจ้า
สุขขีหมั่นเสมอมันเครือใหม่
อ้ายผู้ต้อยต่ำปากกำมันหมก
สุขขีหมั่นเสมอมันเดื่อน้องหล่า
บักนี้ศรีมือนี่ศรีสรรค้วันดี
ส่วนโตบักอ้ายบ่ต้องหัวชاهย่อนบุญผลาบ่ฮอดเจ้า คือก่อนขี้เถ่าบ่สมนาง

ขอให้เจ้าได้สุขสมโชค...
ได้ยินเสียงผู้ใหญ่บ้านประกาศใส่ไมค์
เสดให้น้ำตาไหลลงหย้อย หย้อย
ขอเงินแม่จั่งร้อยไปช้อย งานเจ้า
หย่างลัดทวนาไปบ้านเขา
แค่อ้ายมาอวยพรห้เจ้าเป็นเทื่อสุดท้าย
ขอให้เจ้าได้สุขสมโชค
สุดพอป่านจกครกน้อวาสนา
ขอให้เขาพาเจ้าขึ้นสวรรค์
ขอให้เจ้ามีแต่แสงหัวใจ

คนช่างๆมันสมควรแล้ว ยอดไม้แก้วต้องคู่ไม้จันทน์ ขอใส่ขันแล้วกะว่า
ไหลมาน้ำตาเอ๋ย..... โว้ โว้ โว้ โว้...”

และในส่วนของภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงดังกล่าวนี้ มีการนำเสนอให้เห็นถึงประเพณีการกินดองของชาวอีสาน ที่จะมีการทำพิธีสู่ขวัญ ที่จะต้องมีพานบายศรีและบายดิบเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทำพิธีสู่ขวัญ เพื่อเป็นสิริมงคลกับคู่บ่าวสาวในวันเริ่มต้นการใช้ชีวิตคู่ และจะให้ญาติผู้ใหญ่ หรือคนในหมู่บ้าน “มาโฮม” มาผูกข้อมือเพื่อรับขวัญและอวยพรคู่บ่าวสาวให้ครองคู่ชีวิตรักที่ยาวนาน



ภาพที่ 5.38 ประเพณีการกินดองในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

การป้อนไข่ในงานพิธีการกินดองของคนอีสานนั้น ถือเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสานที่มีไว้เพื่อที่จะนำไข่ต้มบนมาแบ่งครึ่งเพื่อให้บ่าวสาวกินกันคนละครึ่งฟอง เรียกว่า “ไข่ท้าว” กับ “ไข่นาง” เพื่อทำนายคู่บ่าวสาว เช่น อยู่ร่มเย็นเป็นสุข ร่ำรวย มีลูกชายหรือลูกสาว เป็นต้น



ภาพที่ 5.39 ประเพณีการกินดองในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

2. ประเพณีสังคมของคนอีสาน (ประเพณีเกี่ยวกับการทำบุญ)

สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับการนำเสนอในประเด็นประเพณีสังคมของคนอีสานที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เนื้อเพลงไอ้ละน้อของศิลปินก้อง ห้วยไร่ feat: ปู่จ๋าน ลองไม้ค้ ที่กล่าวถึง วัฒนธรรมทั้งการรำวง การร้องรำทำเพลง รวมทั้งประเพณีบุญฮีด 12 และคอง 14 ซึ่งเป็นประเพณีสำคัญของคนอีสาน โดยในเนื้อเพลงยังกล่าวอีกว่า พวกเขายังคงไม่หลงลืมประเพณีเหล่านั้น อีกทั้งในท่อนแร็ปของเพลงนี้ยังต่อกย้ำความเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน ถึงแม้ว่าจะอยู่ที่ใด แต่ความเป็นอีสานยังคงอยู่ในจิตใจ

เพลง ไอ้ละน้อ ศิลปิน -ก้อง ห้วยไร่ feat: ปู่จ๋าน ลองไม้ค้

“...เกิดเป็นคนอีสาน เลือดก็คนอีสาน มีบุญมีงาน ก็ต้องมีหมอลำ มีลาบมีก้อย มีจู้ชอยจ้ำ
ยังจดจำ วิถีบ้านเฮา เสียงพิณท้าว เสียงแคนหย่าว หย่าวเจ้าหย่าว หมอลำเจ้าหย่าว
ยังเต้นรำวง โดดตีโส่งเกี่ยวสาว บ่ลืมเรื่องราว บุญฮีด 12 และคอง 14
บั้นให้สำไค้ กะตายนบ่ละ ยังได้คืนกลับมา เมื่อเขื่อนคือเก่า คงสิคือคำผู้เฒ่าว่า
กั้นเงาะเลือดเจ้า สิเห็นแต่ลาวอ้อยด้อย เสียงพิณท้าว เสียงแคนหย่าว หย่าวเจ้าหย่าว

ยาว ยาว ยาว โอโสะโสะโสะหนอ โสะโอโสะโสะโสะหนอ โอโสะโอโสะโอ

ยังเป็นบ่าวไต่บ้าน ยังเป็นสาวไต่บ้าน ยังเป็นบ่าวไต่บ้าน

บ่ลืมเชื้อชาติเผ่าพันธุ์ ยังเป็นบ่าวไต่บ้าน โสะโอโสะโสะโสะหนอ โอโสะโอโสะโอ

Feat : เพราะอัตลักษณ์มันปักที่ใจ ไปอยู่ที่ใดฉันก็ไม่ลืม แม้นอยู่ในที่แห่งไหนใด
 ขึ้นชื่อว่าไทยนี้แหละที่ยืน อ้ายเป็นผู้บ่าวไต่บ้าน บ่ต้องกลัวต้องย่านว่าอ้ายจะลืม
 จะสืบจะสานชาติศิลป์ไทย จะบ่มีอันใดที่มากิน ยังยืนอยู่บนวิถียังใช้ชีวิตเหมือนเดิมทุกวัน
 จะเหนืออีสานออกตก พวกเราทั้งหมดก็ไทยเหมือนกัน ดันไม้ถ้าไม่ลืมราก
 มันก็เติบโตไปทุกๆ วัน แต่หากต้นไม้มันลืมรากเหง้าก็กลายเป็นเถาวัลย์เหมือนกัน....”

เช่นเดียวกันกับในช่วงท้ายของเนื้อเพลงสะออนอีสาน ของศิลปินอ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง นั้นเป็นการเน้นย้ำให้เห็นถึงการสืบสานเรื่องประเพณีฮีตสิบสองคองสิบสี่ของชาวอีสานที่เนื้อเพลงยังบอกกล่าวถึงพี่น้องในสังคมอีสานให้ช่วยรักษาแบบแผนนี้ไว้คงอยู่ชั่วลูกชั่วหลาน เพื่อให้โลกได้รับรู้และกล่าวขานถึงความงดงามของประเพณีอีสาน และนักร้องในเพลงนี้มีการนั่งพนมมือไหว้ต่อหน้าพระธาตุพนม เพื่อขอวิงวอนว่าหากเกิดชาติหน้า ก็ขอให้ได้มาเกิดในพื้นที่แผ่นดินอีสาน แสดงให้เห็นถึงความภาคภูมิใจของชาวอีสานที่บรรพบุรุษได้ปฏิบัติสืบทอดกันมา ดังจะเห็นได้จากประโยคที่ว่า “..สาธุเด้อถ้ามีชาติหน้า ให้หลานเกิดมาบนถิ่นอีสาน พี่น้องใกล้ไกลรักษาไว้ฮีตคองอีสาน สิโดนปานได้ให้โลกกล่าวขาน ชั่วลูกชั่วหลานว่าอีสานเป็นตาสะออน”

เพลงสะออนอีสาน – ศิลปิน อ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง

“... ละมัยว่า นอนาย มาม่วนเอาฮ้ายละเสียงพิณ โดดด่ง
 ม่วนคักฮ้ายละเสียงแคนจ้าวส่ง ได้ยินแล้วกะหลง ได้ฟังแล้วกะย้อน
 ได้ฟ้อนแล้วกะม่วน แสงฟังแสงม่วน จนบ่อยากอ่วยหนี หาใส่กะบ่มีของดีคู่บ้าน
 ฟังเด้อพ่อ ฟังเด้อแม่ ได้ยินมาแห้วว่าแล้วขงคิงลูก
 ความสุขสิมีแก่ท่าน สวรรค์อยู่ต่อหน้าเจ้า เสียงพิณกะหย่าจวบจ้าวใส่เสียงแคน
 ลายสุดสะแนน สุดสอดหัวใจ ว่าแต่บุญบ้านได้ มีแต่ม่วนกับม่วน
พระธาตุพนม หลานกราบก้ม สิบนิ้ววันทา
สาธุเด้อถ้ามีชาติหน้า ให้หลานเกิดมาบนถิ่นอีสาน พี่น้องใกล้ไกลรักษาไว้ฮีตคองอีสาน
สิโดนปานได้ให้โลกกล่าวขาน ชั่วลูกชั่วหลาน ว่าอีสานเป็นตาสะออน”



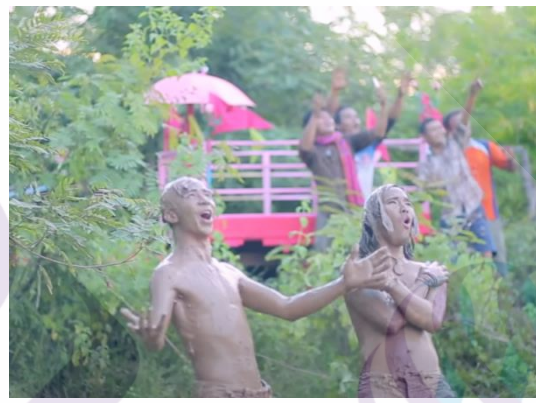
ภาพที่ 5.40 ภาพการไหว้พระธาตุพนมในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

และหากพิจารณาการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับประเพณีสังคมของคนอีสานที่ปรากฏในพื้นที่กลุ่มตัวอย่างมีวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ ตามประเพณีในรอบ 1 ปี ของคนอีสานพบว่า มีประเพณีงานบุญต่าง ๆ เช่น “บุญกฐิน” ในเดือนสิบสอง ในมีวสิกวิดีโอเพลงไอ้ละน้อ ของศิลปินก้อง ห้วยไร่ feat: ปู่จ๋าน ลองไมค์ ที่ทำให้เห็นขบวนกฐิน จากการรวมตัวของผู้คนในสังคมอีสานมาร่วมมือร่วมใจกันตั้งขบวนแห่กฐินเพื่อไปทำบุญที่วัด และมีการร้องรำทำเพลงด้วยเครื่องดนตรีอีสานเพื่อใช้เครื่องดนตรีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของงานบุญ



ภาพที่ 5.41 ประเพณีบุญกฐินในมีวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

อีกหนึ่งประเพณีอีสานที่น่าสนใจ ที่ปรากฏในภาพของมิวสิกวิดีโอเพลง โห่งห่ง ของ ต๊กแตน ชลดา และในเพลงไอ้ละน้อ ของก้อง ห้วยไร่ ก็มีการนำเสนอให้เห็นถึง “บุญบั้งไฟ” ในเดือนหกของชาวอีสาน ถึงแม้ว่าเนื้อเพลงจะไม่ได้สื่อสารถึงประเพณีนี้ หากแต่ด้วยภาษาภาพในมิวสิกวิดีโอกลับเลือกสื่อสารให้เห็นถึงความงดงามของประเพณีบุญบั้งไฟ ซึ่งเป็นประเพณีสำคัญของชาวอีสานก่อนฤดูทำนา ด้วยความเชื่อว่าเป็นการขอฝนให้ตกต้องตามฤดูกาล โดยในงานจะมีการแห่บั้งไฟและจุดบั้งไฟส่งสัญญาณขึ้นไปบอกพญาแถน เพื่อบันดาลฝนตกลงมาให้ความอุดมสมบูรณ์ชาวอีสานก็จะมีการแข่ง และจะมีการแข่งขันการจุดบั้งไฟ บั้งไฟที่จุดไม่ขึ้นนั้นก็จะมีกรลงโทษด้วยการจับเจ้าของบั้งไฟไปโยนบ่อโคลน ซึ่งทั้งสองเพลงก็มีการนำเสนอให้เห็นด้วย รวมทั้งยังเป็นการฉายภาพให้เห็นถึงความร่วมมือ สามัคคี และความสนุกสนานของชาวอีสาน และตอบ โจทย์ความร่วมมือสมัยขึ้น



ภาพที่ 5.42 ประเพณีบุญบั้งไฟในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน



ภาพที่ 5.43 ประเพณีบุญบั้งไฟในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ผู้วิจัยได้หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องพญาแถนในประเพณีบุญบั้งไฟ พบข้อมูลที่น่าสนใจว่า ชาวอีสานมีความเชื่อว่าพญาแถนมีบทบาทต่อชีวิตและความเป็นอยู่อย่างมาก พญาแถนมี 2 ประเภทคือ “แถนหลวง” หมายถึง เทพเจ้าผู้สร้างโลกสร้างสรรค์พลังในโลก พญาแถน คือ พระเจ้าสูงสุดมีศักราชภาพสูงสุดในโลกและจักรวาลสร้างดิน น้ำ ลม ไฟ และสรรพสิ่งในโลก และ “แถนบริวาร” แถนที่พญาแถนหลวงได้ส่งลงมา โลกมนุษย์เพื่อช่วยในการพัฒนาบ้านเมือง เมื่อมนุษย์ในโลกไม่เชื่อฟังหรือละเมิดสัญญาที่ให้ไว้ก็จะลงโทษ มนุษย์จึงแสดงบทบาทและหน้าที่ต่อพญาแถนคือ เคารพต่อ โองการของพญาแถนถวายเครื่องบูชาด้วยวัตถุสิ่งของและขอฝนต่อพญาแถน (สมชาย ฌ นครพนม และคณะ, 2562 , น. 122) ซึ่งความคิดความเชื่อนี้ยังมีการถ่ายทอดผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่จะเพื่อตอกย้ำให้เห็นถึงวัฒนธรรมของคนอีสานผ่านประเพณีที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวนั่นเอง

หรือในเนื้อเพลงคิดฮอดถิ่น ของก้อง ห้วยไร่ ก็มีการนำเสนอให้เห็นถึงลูกอีสานที่ต้องพลัดถิ่นไปทำงานในกรุงเทพฯ นอกจากพ่อแม่ครอบครัว อาหารอีสาน ที่จะเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจหรือเชื่อมความสัมพันธ์ให้กับคนอีสานพลัดถิ่นแล้ว ประเพณีงานบุญต่าง ๆ ทั้งประเพณีแห่เทียนและประเพณีไหลเรือไฟ ยังเป็นสิ่งที่อยู่ในความคิดถึง ความทรงจำอีกด้วย

เพลง คิดฮอดถิ่น - ศิลปินก้อง ห้วยไร่

“...อยู่กับความเหงา ข้างกายมีเพียงผ้าห่ม	ยามลมหนาวซุนกาย
ใจก็ยังคิดถึง คนไกล บ่วงวาย	ลิเป็นจิงได้ หนอบ้านเฮา
โคดเดี่ยวอ้างว้าง ชายแรงไกลถิ่น	หูได้ยินแต่เสียงนาย
แต่ยังคงเข้มแข็ง เรื่อยไปบ่แห่งหน่าย	จะหนักแค่ไหน ก็ทนเอา
...คิดฮอดเค้ คิดฮอดถิ่น	คิดฮอดแนวกิน คิดฮอดคนอยู่ทางหลัง

คิดหอดคองไฟ ที่อีพ้ออีแม่ด้ง

..... วันไหนแรงใจอย

ยังเห็นภาพรอยยิ้มเคิมฝั้น เมื่อก่อนนอน

...คิดหอดเค้ คิดหอดถึน

คิดหอดคองไฟ ที่อีพ้ออีแม่ด้ง

คิดหอดเค้ คิดหอดถึน

คิดหอดคองไฟ ที่อีพ้ออีแม่ด้ง

คิดหอดความหลัง บุญบ้านเฮาไหลเรือไฟ

ก็ยังมีรูปถ่าย เก็บเอาไว้ที่ได้หมอน

ปลอบใจคนอีสานที่ไกลเฮือน

คิดหอดแนวกิน คิดหอดคนอยู่ทางหลัง

คิดหอดความหลัง งานแห่เทียนที่บ้านเฮา

คิดหอดแนวกิน คิดหอดคนอยู่ทางหลัง

คิดหอดความหลัง บุญบ้านเฮาไหลเรือไฟ..”

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสังเกตเห็นว่า ในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน ของอ้อมแอ้ม ละมัย แสงทอง ยังสื่อสารถึงประเพณีอันดีงาม และความเชื่อของคนอีสานอย่างเข้มข้น ดังภาพในพิธี บวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช ที่บริเวณแลนด์มาร์คพญาศรีสัตตนาคราช ถนนสุนทรวิจิตร เทศบาลเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม ทำให้เห็นขบวนนางรำที่พันชีวิตที่ออกมารวมตัวกันเพื่อรำรำ แสดงให้เห็นถึงความสวยงาม และความยิ่งใหญ่ของประเพณีอีสานที่เปิดให้ชาวไทยในภูมิภาคอื่น ๆ รวมถึงชาวโลกได้รับชม และยังเป็นการตอกย้ำความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคของชาวอีสานและชาวลาวที่อาศัยอยู่สองฝั่งแม่น้ำโขง ที่คอยดูแลปกป้องรักษา ผู้คนในแถบลุ่มน้ำโขงนี้ให้มีความสุข รมเย็น

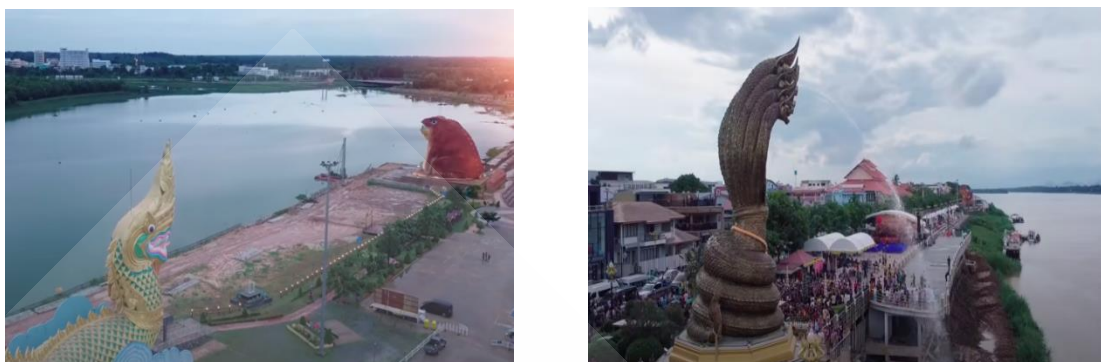


ภาพที่ 5.44 พิธีบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช ในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน



ภาพที่ 5.45 พิธีบวงสรวงพญาศรีสัตตนาคราช ในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน

การถ่ายทอดความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคนั้น มีการสื่อสารความหมายและกลายเป็นอัตลักษณ์ของคนลุ่มแม่น้ำโขง โดยความเชื่อเรื่องพญานาค มักจะเป็นดินแดนที่ติดกับแม่น้ำโขงคือภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยที่เชื่อว่าแม่น้ำโขงเกิดจากการเถตัวของพญานาค 2 ตน จึงเกิดเป็นแม่น้ำโขงและแม่น้ำน่าน นอกจากนี้ยังรวมถึงบั้งไฟพญานาค โดยมีตำนานว่าในวันออกพรรษาหรือเป็นวันที่พระพุทธเจ้าเสด็จจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์พญานาคแห่งแม่น้ำโขงต่างชั้นขมยินดีจึงเห็ด (จุด) บั้งไฟถวายการเสด็จกลับของพระพุทธเจ้า จนกลายเป็นประเพณีทุกปี ดังนั้นจึงพบเห็นพญานาคปรากฏในศิลปกรรมเช่น ตามวัดวาอาราม ลวดลายผ้า และสร้างประติมากรรมเพื่อการท่องเที่ยวในหลายจังหวัดของภาคอีสาน (สมชาย ฌ นครพนม และคณะ, 2562, น. 123) ซึ่งในพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ ก็มีการฉายภาพให้เห็นถึงความเชื่อนี้ผ่านสถานที่ต่าง ๆ ในภาคอีสานที่มีศิลปกรรมเกี่ยวกับพญานาคไว้ด้วย



ภาพที่ 5.46 ความเชื่อเรื่องพญานาค ในมิวสิกวิดีโอเพลงสะออนอีสาน

จากการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณีแบบใหม่ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน จะเห็นได้ว่า ประเพณีอีสานทั้งประเพณีส่วนบุคคล และประเพณีสังคมของคนอีสานนั้น ไม่ได้เป็นเพียงแค่การรวมตัวของคนอีสานเพียงเท่านั้น แต่ประเพณีอีสานยังตอกย้ำเรื่องความคิด ความเชื่อ ของคนในกลุ่มแม่น้ำโขงที่มีสายสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างคนไทยอีสานและคนลาว ความสวยงามและยิ่งใหญ่ในวัฒนธรรมอีสาน ที่มีระเบียบแบบแผนให้ยึดปฏิบัติสืบต่อกันมา เพื่อความเป็นสิริมงคล เพื่อความร่มเย็นเป็นสุขของชีวิต แต่ยังคงถูกใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่มีความเฉพาะตัวทางด้านประเพณี มีประวัติศาสตร์ มีชนบ แบบแผน แต่จะเห็นได้ว่า ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้เน้นกลับมีการคัดสรร (selection) เฉพาะบางประเพณีขึ้นมานำเสนอเท่านั้น เช่น ประเพณีที่เกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการกินดอง ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีไหลเรือไฟ เป็นต้น ซึ่งเป็นประเพณีที่มีลักษณะเฉพาะที่สื่อสารความเป็นอีสาน และเป็นประเพณีที่ผู้คนโดยทั่วไปสามารถรับรู้ เข้าใจได้ อาจเป็นเพราะจุดมุ่งหมายของการสื่อสารผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ไม่ได้สื่อสารเฉพาะคนในวัฒนธรรม (Insider View) เท่านั้น แต่มุ่งเน้นการสื่อสารกับคนกลุ่มนอกวัฒนธรรม (Outsider View) และจากการศึกษาจะเห็นว่า ประเพณีอีสานไม่ได้เป็นเพียงรากเหง้าของคนอีสานเท่านั้น แต่ประเพณีอีสานเป็นสายสัมพันธ์ที่เชื่อมจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นไว้ด้วย และภาพการนำเสนอของประเพณีอีสานก็มีรูปแบบที่เป็นความสนุกสนานและดูปรับโฉมหน้าตาไว้ให้มีความสวยงาม และยิ่งใหญ่ สอดรับกับคำกล่าวที่เราเคยได้ยินว่า “ม่วนซื่นโฮแซว” เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคนอีสานในเรื่องความสนุกสนาน รื่นเริง ประเพณีอีสานถือเป็นอัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่งที่อยู่คู่กันกับคนอีสานที่แฝงไว้ด้วยคติ ความเชื่อ และความสามัคคีของผู้คนในสังคมอีสาน

ตารางที่ 5.10 คุณลักษณะของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่พบในด้านการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านแบบเก่า	การสื่อสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณีแบบใหม่
1. เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี (Isan Tradition Identity Marker)		
<input type="checkbox"/> ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน	มีประเพณีที่หลากหลาย สอดคล้องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในท้องถิ่นอีสาน และเป็นประเพณีที่อยู่ในวงจรชีวิตของชาวอีสานตั้งแต่แรกเกิดจนตาย และเกี่ยวข้องกับวงจรชีวิตตั้งแต่แรกเกิดจนตาย เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการเกิด ประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการบวช ประเพณีการกินดอง ประเพณีการสะเดาะเคราะห์ ประเพณีการนับถือหมอธรรม ประเพณีผูกเสี่ยว ประเพณีสวดขวัญก่อนเข้า ประเพณีค้ำโพธิ์ ประเพณีเกี่ยวกับการตาย เป็นต้น	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ที่เป็นเฉพาะประเพณีหลวง (Great Tradition) หรือวัฒนธรรมใหญ่ของวัฒนธรรมอีสานขึ้นมานำเสนอ เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการกินดอง เป็นต้น เป็นการใช้สัญลักษณ์แบบ Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอาส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์ (Part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) เพื่ออธิบายถึงประเพณีและความเชื่อของคนอีสานเป็นประเพณีที่ผู้คนโดยทั่วไปสามารถรับรู้ เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว และลดทอนความซับซ้อนในการนำเสนอเกี่ยวกับประเพณีของคนอีสานลงให้เหลือเพียงบางขั้นตอนที่สามารถเข้าใจได้ง่ายในเวลาอันรวดเร็ว เพราะสื่อสารกับทุกคนในวัฒนธรรม (Insider View) และสื่อสารกับคนกลุ่มนอกวัฒนธรรม (Outsider View)
<input type="checkbox"/> ประเพณีสังคมของคนอีสาน	มีประเพณีที่หลากหลายตามปฏิทินการทำบุญทั้ง 12 เดือน เช่น บุญเข้ากรรม บุญคูณลาน บุญข้าวฉี่ บุญเผาไฟ บุญสงกรานต์ บุญบั้งไฟ บุญซำฮะ บุญเข้าพรรษา บุญข้าวประดับดิน บุญข้าวสาก บุญออกพรรษา บุญกฐิน เป็นต้น และฮีตสิบสองคองสิบสี่ เป็นหัวใจสำคัญของประเพณีอีสานที่เป็นกรอบให้คนอีสานยึดปฏิบัติตาม	- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ประเพณีสังคมอีสานเฉพาะบางประเพณีขึ้นมา โดยมีฮีตสิบสองคองสิบสี่เป็นรากฐานสำคัญของประเพณีอีสานที่ให้คนอีสานยึดปฏิบัติ และสืบทอดกันมา และเชื่อมโยงจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นไว้ด้วย

ตารางที่ 5.10 (ต่อ)

เกณฑ์	อัตลักษณ์อีสาน ด้านแบบเก่า	การสื่อสร้างความหมาย อัตลักษณ์อีสานด้านประเพณีแบบใหม่
	และสืบทอดกันมา ด้วยความเชื่อว่าการปฏิบัติตามฮีตบรรพบุรุษของคนอีสานยึดถือปฏิบัติมาตั้งแต่อดีตจะทำให้ทั้งผู้ปฏิบัติครอบครัวและชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข	- มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการยกระดับประเพณีสังคมของคนอีสานให้มีความยิ่งใหญ่ เพื่อแสดงถึงความมั่งคั่งและความสามัคคีของคนในสังคมอีสาน
2. การสื่อสร้างความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี		
<input type="checkbox"/> การแสดง อัตลักษณ์ประเพณี อีสาน	<p>ประเพณีอีสานเป็นสิ่งที่สะท้อนความคิด ความเชื่อของคนอีสานที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นสิ่งที่แสดงถึงรากเหง้าของคนอีสานที่ต้องทำเป็นประจำในรอบ 12 เดือน และฮีตสิบสองคองสิบสี่ เป็นหัวใจสำคัญของประเพณีอีสานที่เป็นระเบียบ แบบแผน ให้คนอีสานยึดปฏิบัติตาม และสืบทอดกันมา ด้วยความเชื่อว่าจะทำให้ทั้งผู้ปฏิบัติ ครอบครัวและชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข</p> <p>การจัดประเพณีหรือทำบุญตามฮีตในแต่ละฮีตนั้น ล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับวิถีชีวิตในสังคมชาวนา โดยมีพระพุทธศาสนาเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติกิจกรรม หรืองานบุญต่าง ๆ</p>	<p>- ภายใต้อาณาเขตหลายของประเพณีอีสาน กลับมีเพียงบางประเพณีเท่านั้นที่ถูกนำเสนอผ่านมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ทำให้เห็นกระบวนการคัดสรร (selection) โดยคัดสรรเฉพาะประเพณีหลวง (Great Tradition) หรือวัฒนธรรมใหญ่ของวัฒนธรรมอีสานขึ้นมานำเสนอ และเป็นประเพณีที่ต่อกำเรื่องความคิด ความเชื่อ และระเบียบแบบแผนของคนอีสาน</p> <p>- ประเพณีอีสานไม่ได้เป็นเพียงรากเหง้าของคนอีสานเท่านั้น แต่ประเพณีอีสานเป็นสายสัมพันธ์ที่เชื่อมจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นไว้ด้วย</p> <p>- ประเพณีอีสานมีความโดดเด่นเฉพาะตัว และมีการยกระดับประเพณีสังคมของคนอีสานให้มีความยิ่งใหญ่ เพื่อแสดงถึงความมั่งคั่งและความสามัคคีของคนในสังคมอีสาน</p>

บทที่ 6

ถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่

ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร : การวิเคราะห์ผู้รับสาร

บทที่ผ่านมา ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาศึกษาการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปใน พ.ศ. 2558-2562 จำนวนทั้งสิ้น 30 มิวสิกวิดีโอ ซึ่งเป็นการศึกษาศึกษาการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่ถูกสร้างสรรค์รูปร่างหน้าตา ปُرุงรสใส่ความหมายขึ้นมา ผ่านพื้นที่ของตัวบท (text) เท่านั้น แต่ทว่าหากมองในมุมมองของกระบวนการสื่อสารตามทัศนะของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) คือ การให้ความสำคัญกับผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายไม่ได้ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้ส่งสารเพียงเท่านั้น หากแต่ได้ถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนของผู้รับสารด้วย (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 666) เช่นเดียวกับความสนใจในการศึกษาศึกษาการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ ที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารการเข้ารหัส (encoding) เพื่อศึกษาศึกษาการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน และอีกด้านหนึ่งคือ สนใจแบบแผนการถอดรหัส (decoding) ของผู้รับสารด้วยนั่นเอง เพราะฉะนั้นการศึกษาเพียงตัวบท (text) ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงไม่เพียงพอต่อการศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าว แต่จำเป็นต้องศึกษาขั้นตอนการตีความของ “ผู้รับสาร” หรือคนฟังเพลงด้วยว่าจะตีความหมายหรือถอดรหัสความหมายเหล่านั้นอย่างไร โดยฮอลล์มีจุดยืนว่า ระบบรหัส (code system) ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสการสื่อสารชุดเดียวกันเสมอไป มีเหตุผลมากมายที่จะทำให้รหัสในการส่งความหมายและการถอดรหัสระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่สอดคล้องกัน

ดังนั้น ในบทนี้จะเป็นการฉายภาพการถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร (audience analysis) อันหมายถึง ผลการศึกษาศึกษาการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ของผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 โดยผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2540 จำนวน 8 คน รวมเป็นทั้งสิ้น 16 คน โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์ร่วมกัน คือ

(1) มีภูมิลำเนาจากภาคอีสานของประเทศไทย แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ มีการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ ความเข้าใจในอีสานเป็นอย่างดี (2) มีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผู้รับสาร (audience) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (group interview) และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเสร็จ ผู้วิจัยนำแนวคิดการเข้ารหัส/ถอดรหัส (encoding/decoding) ของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) มาใช้วิเคราะห์เพื่อจะศึกษาว่า “ผู้รับสาร” ในที่นี้หมายถึง ผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ทั้งกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในฐานะ “ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” จะมีการรับรู้ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นการหาคำตอบข้อตกลงร่วม (common agreement) ของความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ โดยยึดหลักแบบแผนการถอดรหัส 3 รูปแบบ กล่าวคือ

1. การยอมรับ (Preferred reading) หมายถึง การถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา
2. การต่อรอง (Negotiated reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรองความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง
3. การปฏิเสธ (Oppositional reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ปฏิเสธการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ความหมายต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา

การวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) ผู้วิจัยจะนำเสนอในประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร ดังต่อไปนี้

- 6.1 ภูมิหลังทางประชากรศาสตร์และสังคมของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร
- 6.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร
 - 6.2.1 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

6.2.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

6.2.3 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสานสถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

6.2.4 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

6.3 ถอดรหัสมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับความหมายของอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้รับสารที่เป็นคนอีสาน

6.1 ภูมิหลังและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร

ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลภูมิหลังและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่เป็นผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ทั้งกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) จำนวน 8 คน รวมเป็นทั้งสิ้น 16 คน โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 ภูมิหลังและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสาร

กลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523- 2540

ลำดับ	ชื่อ	ปีเกิด	ภูมิลำเนา	การแบ่งกลุ่มจังหวัด	อาชีพ	ประสบการณ์ฟังเพลง/รับชม MV เพลงลูกทุ่งอีสาน/ร้องเพลงคาราโอเกะ	ที่อยู่ในปัจจุบัน
1	นัท	2533	จ.กาฬสินธุ์	อีสานตอนกลาง	ผู้สื่อข่าว	มากกว่า 20 ปี	กรุงเทพฯ
2	เค็ก	2540	จ.อุดรธานี	อีสานตอนบน	ลูกจ้างชั่วคราว	มากกว่า 5 ปี	กรุงเทพฯ
3	หนุ่ย	2532	จ.ขอนแก่น	อีสานตอนกลาง	ธุรกิจส่วนตัว	มากกว่า 15 ปี	จ.ขอนแก่น
4	ตุ๊ก	2523	จ.ศรีสะเกษ	อีสานตอนล่าง	นักพัฒนาลังคม	มากกว่า 20 ปี	จ.ศรีสะเกษ
5	ต่าย	2533	จ.อำนาจเจริญ	อีสานตอนล่าง	ครู	มากกว่า 15 ปี	จ.ตรัง
6	ปอ	2535	จ.บึงกาฬ	อีสานตอนบน	ศึกษาต่อ	มากกว่า 5 ปี	จ.ศรีสะเกษ
7	วี	2531	จ.ศรีสะเกษ	อีสานตอนล่าง	ฟรีแลนซ์	มากกว่า 15 ปี	จ.ศรีสะเกษ
8	นุ่น	2527	จ.ขอนแก่น	อีสานตอนกลาง	พนักงานมหาวิทยาลัย	มากกว่า 15 ปี	จ.ขอนแก่น

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

กลุ่มคนอีसानเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เกิดในช่วงปีพ.ศ.2508-2522

ลำดับ	ชื่อ	ปีเกิด	ภูมิลำเนา	การแบ่ง กลุ่มจังหวัด	อาชีพ	ประสบการณ์ฟังเพลง /รับชม MV เพลงลูกทุ่ง อีसान/ร้องเพลงคาราโอเกะ	ที่อยู่ในปัจจุบัน
1	น้อม	2509	จ.กาฬสินธุ์	อีसानตอนกลาง	แม่บ้าน	มากกว่า 35 ปี	กรุงเทพฯ
2	บ๋าว	2508	จ.มหาสารคาม	อีसानตอนกลาง	พนักงานรักษาความปลอดภัย	มากกว่า 35 ปี	กรุงเทพฯ
3	นง	2513	จ.นครราชสีมา	อีसानตอนล่าง	แม่บ้าน	มากกว่า 30 ปี	กรุงเทพฯ
4	พัน	2517	จ.ชัยภูมิ	อีसानตอนล่าง	คนสวน	มากกว่า 25 ปี	กรุงเทพฯ
5	แคล้ว	2518	จ.หนองบัวลำภู	อีसानตอนบน	นักพัฒนาสังคม	มากกว่า 30 ปี	จ.หนองบัวลำภู
6	แดง	2518	จ.บึงกาฬ	อีसानตอนบน	ค้าขาย	มากกว่า 30 ปี	จ.บึงกาฬ
7	พิม	2517	จ.ร้อยเอ็ด	อีसानกลาง	เกษตรกร	มากกว่า 30 ปี	จ.ร้อยเอ็ด
8	ดวง	2512	จ.หนองบัวลำภู	อีसानตอนบน	รับจ้างทั่วไป	มากกว่า 30 ปี	จ.หนองบัวลำภู

จากตารางที่ 6.1 แสดงภูมิหลังและคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารที่รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีसानที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ทั้งกลุ่มคนอีसानเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) จำนวน 8 คน และกลุ่มคนอีसानเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) จำนวน 8 คน รวมเป็นทั้งสิ้น 16 คน โดยอาศัยเกณฑ์คุณสมบัติของกลุ่มผู้รับสารที่ได้กำหนดไว้คือ (1) มีภูมิลำเนาจากภาคอีสานของประเทศไทย แต่ปัจจุบันอาจพักอาศัยอยู่ที่ใดก็ได้ มีการรับรู้ตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์ ความเข้าใจในอีसानเป็นอย่างดี (2) มีประสบการณ์การร้องเพลงคาราโอเกะ และ/หรือรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีसानอย่างน้อย 5 ปี เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีसानผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง ประสบการณ์ร่วมของผู้รับสารกับมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีसान โดยจะแสดงข้อมูลดังต่อไปนี้

เจเนอเรชัน (Generation) กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะคัดเลือกให้มีความหลากหลายและแบ่งตามปีเกิดที่กำหนดไว้ในทั้ง 2 เจเนอเรชัน เพื่อศึกษาการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีसानใหม่ของคนอีसानที่เป็นผู้รับชมทั้ง 2 กลุ่ม โดยผู้วิจัยกระจายแบ่งตัวแปรด้านเพศให้มีความหลากหลายทั้งเพศหญิง เพศชาย เพศทางเลือก เพื่อได้ข้อมูลที่รอบด้านมากที่สุด

ภูมิลำเนาและการแบ่งกลุ่มจังหวัด กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะคัดเลือกให้มีความหลากหลาย กระจายในหลายจังหวัดของภาคอีสาน โดยคัดเลือกทั้งกลุ่มจังหวัดอีसानตอนบน อีसानตอนกลาง และอีसानตอนล่าง เพื่อให้ครอบคลุมในเขตการปกครองของอีसानครบถ้วน เพราะพื้นที่อีसानเองก็มีความแตกต่างกันในลักษณะพื้นที่ โดยภูมิลำเนาของกลุ่มผู้รับสารครั้งนี้ประกอบด้วย 1.กลุ่มจังหวัดอีसानตอนบน ได้แก่ จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดบึงกาฬ จังหวัด

อุดรธานี 2.กลุ่มจังหวัดอีสานตอนกลาง ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น และ3.กลุ่มจังหวัดอีสานตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกให้มีความหลากหลายในการประกอบอาชีพ เพื่อจะได้เห็นแง่มุมการถอดรหัสความหมายจากผู้คนหลากหลายอาชีพ โดยการประกอบอาชีพกลุ่มผู้รับสารรังนี้ ได้แก่ แม่บ้าน พนักงานรักษาความปลอดภัย คนสวน เกษตรกร ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ผู้สื่อข่าว ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานมหาวิทยาลัย นักพัฒนาสังคม ครู รับจ้างทั่วไป ฟรีแลนซ์ และกำลังศึกษาต่อ

ประสบการณ์ฟังเพลง/ การรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน หรือร้องเพลงคาราโอเกะ กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารในการศึกษารั้งนี้ ต้องเป็นผู้ที่เคยรับฟัง-รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน หรือมีประสบการณ์ร้องเพลงคาราโอเกะอยู่เป็นประจำ โดยประสบการณ์ความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสานรังนี้ พบว่า กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) มีประสบการณ์อยู่ระหว่าง 25-35 ปีขึ้นไป และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีประสบการณ์อยู่ระหว่าง 5-20 ปีขึ้นไป ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายด้านประสบการณ์ เพื่อเป็นทุนในการรับรู้ความเป็นอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ มีข้อมูลพื้นฐานทั้งช่วงอายุที่จัดแบ่งตามเจนเนอเรชัน ภูมิลำเนาและการแบ่งกลุ่มจังหวัด อาชีพ รวมถึงประสบการณ์ หรือความสัมพันธ์ร่วมผ่านการฟังเพลงลูกทุ่งอีสาน/หรือการรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่สามารถรับรู้ความเป็นอีสานเป็นอย่างดี ในฐานะ “ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” เพื่อจะได้คำตอบว่าจะมีการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นอย่างไร และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น เพื่อเป็นการศึกษาคำตอบข้อตกลงร่วม (common agreement) เกี่ยวกับความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่ถูกลือสารผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562

6.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

สำหรับผลการศึกษการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร ผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ตามเกณฑ์การวิเคราะห์ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 ที่ได้ตั้งไว้ เพื่อนำมาใช้ในการถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร โดยจะนำเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

6.2.1 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

1. ภาษาถิ่นอีสาน

ตารางที่ 6.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษาถิ่นอีสานในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์ อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ภาษาถิ่นอีสานเฉพาะบางวัฒนธรรมขึ้นมา โดยส่วนใหญ่จะเป็นภาษาถิ่นอีสานในกลุ่มภาษาไทย-ลาว	- ผู้รับสารเจเนอเรชันเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยให้เหตุผลว่าเพราะภาษาไทย-ลาว นั้นเป็นภาษาที่ครอบคลุมพื้นที่ในภาคอีสานที่สามารถสร้างการรับรู้ และเข้าใจกันร่วมกันได้ และสื่อสารได้ในวงกว้าง	- ผู้รับสารเจเนอเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการคัดเลือกภาษาอีสานไทย-ลาวมานำเสนอ โดยมองว่า การเลือกใช้ภาษาถิ่นอีสานในกลุ่มภาษาไทย-ลาว เพราะเป็นเสมือนภาษาอีสานกลางที่สื่อสารให้คนอีสานเข้าใจร่วมกันได้และสื่อสารได้ในวงกว้าง
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการเพิ่มสิ่งใหม่เข้ามา เช่น ภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศ เป็นการสื่อสาร 2 ด้าน คือ ด้านหนึ่งยังคงรักษาภาษาถิ่นอีสานแบบดั้งเดิมที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวไว้ และอีกด้านคือ การเปิดรับวัฒนธรรมส่วนอื่นเข้ามา	- ผู้รับสารเจเนอเรชันเอ็กซ์ส่วนใหญ่ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการนำภาษาอื่นเข้ามาใช้ในมิวสิกวิดีโอ เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และทำให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็มีผู้รับสารเจเนอเรชันเอ็กซ์บางส่วนถอดรหัสในเชิงต่อรองกับการนำภาษาอื่นมาใช้ โดยอนุญาตให้ภาษาอื่นเข้ามาผสมผสานได้เพียงแค่ 10-20 % เนื่องจากอาจจะทำให้ความไพเราะ หรือความอ่อนช้อยของภาษาอีสานลดน้อยลง	- ผู้รับสารเจเนอเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยให้เหตุผลว่าการนำภาษาอื่นเข้ามาใช้ ทำให้เห็นถึงความร่วมสมัย ความแปลกใหม่ การสร้างสรรค์ และแสดงให้เห็นว่า ภาษาอีสานสามารถนำไปผสมผสานกับภาษาอื่นได้ และทำให้การเข้าถึงเพลงหรือมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้กว้างขึ้น

จากตารางที่ 6.2 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษาถิ่นอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ประเด็น ตามข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ภาษาถิ่นอีสานเฉพาะบางวัฒนธรรมขึ้นมา โดยส่วนใหญ่จะเป็นภาษาถิ่นอีสานในกลุ่มภาษาไทย-ลาว

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่อง ภาษาถิ่นอีสานที่นำมาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การนำภาษาถิ่นอีสานแบบไทย-ลาวมาใช้ขึ้น เพราะภาษาถิ่นอีสานในกลุ่มภาษาไทย-ลาว เปรียบเป็นเสมือนกับภาษาอีสานกลางที่สามารถสื่อสารกับคนอีสานในวงกว้างได้ สามารถสร้างการรับรู้ได้เข้าใจตรงกันมากกว่าการใช้ภาษาอีสานโคราช ภาษาอีสานภูไทย ภาษาอีสานเขมร หรือภาษาอีสานที่ใช้กันเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ ที่ค่อนข้างจะมีความเฉพาะกลุ่มเกินไป จนอาจทำให้ผู้รับสารเข้าถึงได้ยาก

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่มักเลือกใช้ภาษาอีสาน ไทย-ลาว ทั้งที่อีสานเองมีความหลากหลายในด้านภาษา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องภาษาอีสานที่ใช้ในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์การถอดรหัสของนก ที่มีภูมิลำเนาจากจังหวัดนครราชสีมาแต่ปัจจุบันพลัดถิ่นเข้ามาทำงานเป็นแม่บ้านในกรุงเทพฯ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การนำภาษาถิ่นอีสานแบบไทย-ลาวมาใช้ขึ้น เพราะสามารถสื่อสารในภาพรวมให้เข้าใจร่วมกันได้

“ภาษาอีสาน ภาษาลาวมันจะกว้างกว่า ส่วนมากมันจะเป็นแบบนี้มากกว่า ที่เป็นคนโคราชก็มีภาษาโคราช เพลงโคราชมันก็มีแต่มันจะอยู่รวม ๆ เฉพาะในโคราช ก็จะมีบางคำบางสำเนียงที่พูดไม่เหมือนกัน แต่ที่เพลงเขาใช้ส่วนใหญ่ก็ต้องเป็นภาษาลาวแหละ เวลาพูดมันก็เข้าใจกันได้ทั้งหมด”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกับดวง ผู้ที่ชื่นชอบการไปชมหมอลำอยู่เป็นประจำ และยังอาศัยอยู่ภาคอีสาน ในจังหวัดหนองบัวลำภู มองว่า การเลือกภาษาอีสาน ไทย-ลาว มาใช้เป็นส่วนใหญ่นั้น เป็นเพราะ ค่านิยมของแนวเพลงที่สามารถทำให้ผู้คนเข้าใจร่วมกันได้ ซึ่งหากนำภาษาอีสานแบบโคราชหรือ อีสานเขมรมาใช้ อาจมีข้อจำกัดในการสื่อสารที่ฟังยากและเข้าใจกันได้ในวงแคบ

“ที่คิดว่ามันคงจะเป็นค่านิยมของทุกวันนี้หรือเปล่า เพราะเพลงทางนี้มันดังเยอะ คิดว่าทุกวันนี้คนเขาสนใจทางนี้มาก และเนื้อเพลงมันก็ออกทางลาวอีสาน ที่คิดว่าน่าจะเป็นแบบนั้น ถ้าเป็นแบบเอาภาษาโคราชมา มันฟังยาก และมันก็เร็ว อีสานแบบเขมรก็ฟังยาก พวกที่ยังฟังไม่รู้เรื่องเลย”

ดวง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกับแตง สาวชานาที่อยู่ในจังหวัดบึงกาฬ มองว่า แม้ว่าอีสานจะมีความหลากหลายด้านภาษา และภาษาอีสานในแต่ละท้องถิ่นนั้นก็มีความเฉพาะถิ่นที่ ที่คนในจังหวัดอื่น ๆ อาจไม่สามารถเข้าใจ เพราะฉะนั้นการที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเลือกใช้ภาษาอีสาน ไทย-ลาวเป็นส่วนใหญ่นั้น เปรียบเป็นการใช้ภาษาอีสานกลาง ๆ ที่สามารถสื่อสารได้กว้างและครอบคลุม

“ภาษาอีสานมันก็มีหลายเผ่าพันธุ์เหมือนที่ว่า แต่ถ้าอย่างภาษาที่ คนที่ติดริมโขงเหมือนที่ จะเป็นลาวเวียง ลาวเวียงมันจะมีภาษาที่ไม่เหมือนที่อื่น มันก็เป็นภาษาที่มาจากเวียงจันทน์ และก็บ้ได้ว่าหลากหลายอะค่ะ คือว่าเฉพาะในชุมชน ในแถบลุ่มแม่น้ำโขงตรงนี้ คนอื่นจะฟังไม่ออก เพราะฉะนั้นใน MV มันก็เลือกเป็นภาษากลาง ๆ อย่างเช่น ยโสธร ร้อยเอ็ด ขอนแก่น ชัยภูมิ อุครธานี มันจะคือกันเบ็ด เขาก็ใช้ภาษากลางพวกนี้ กลางของคนอีสานค่ะ เว้ากัน ในส่วนของที่มันต่างหาก แยกออกมต่างหาก”

แตง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X จะเห็นได้ว่า เหตุผลเบื้องหลังที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่คัดเลือกภาษาอีสาน ไทย-ลาว มาใช้สื่อสารมากที่สุดนั้น เพราะเป็นการสื่อสารครั้งนี้ที่มุ่งสร้างความเข้าใจกับคนอีสานในวงกว้างให้สามารถเข้าใจร่วมกันได้ เพราะหากเลือกภาษาอีสานโคราช ภาษาอีสานแบบเขมร หรือเป็นเพียงภาษาที่ใช้กันเฉพาะที่ อาจทำให้

การสื่อสารถูกจำกัดความเข้าใจในวงแคบ และอาจมีคำศัพท์เฉพาะถิ่นที่คนอีสานในจังหวัดอื่น ๆ ไม่สามารถเข้าใจได้

สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตอบในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า เหตุผลที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสาน คัดเลือกภาษาอีสาน ไทย-ลาว มาใช้เป็นส่วนใหญ่นั้น เป็นเพราะเหตุผล 2 ประการ กล่าวคือ 1. ภาษาอีสาน ไทย-ลาว นั้นเปรียบเป็นเสมือนภาษาอีสานสากล ที่สามารถสื่อสารถึงความเป็นอีสานร่วมกันในวงกว้าง และสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มคนฟังภาคอื่น ๆ ที่สามารถรับรู้ หรือเข้าใจร่วมกันได้มากกว่าการใช้ภาษาโคราช ภาษาภูไทย หรือภาษาเฉพาะในท้องถิ่นอื่น ๆ ที่ค่อนข้างจะมีความเฉพาะกลุ่ม (niche market) เกินไป และ 2. ผู้รับสารมองว่าอาจเป็นการสื่อสารที่มีเหตุผลด้านความนิยมและการทำการตลาดของวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสาน การใช้ภาษาอีสาน ไทย-ลาว ที่สร้างความคุ้นชินให้กับคนฟังรวมทั้งเป็นการเจาะกลุ่มตลาดคนฟังที่เป็นคนลาวมากยิ่งขึ้น จึงนิยมใช้ภาษาอีสาน ไทย-ลาว ในวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสาน โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ การถอดรหัสของต่าย คุณครูสาวจากจังหวัดอำนาจเจริญที่ชื่นชอบการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานมาตั้งแต่เด็กเพราะมีคุณพ่อเป็นนักร้องลูกทุ่งอีสานชื่อดัง และมีประสบการณ์การประกวดร้องเพลงลูกทุ่งตามเวทีและรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ โดยเธอมองว่าการเลือกภาษาอีสาน ไทย-ลาวนั้น สามารถเข้าถึงคนฟังได้ง่าย เปรียบเป็นการคัดเลือกภาษาอีสานที่ครอบคลุมคนฟังได้กว้างและเข้าใจร่วมกันได้ รวมทั้งเป็นการเจาะกลุ่มตลาดคนฟังที่เป็นคนลาวมากยิ่งขึ้น

“ที่ภาษาอีสานลาวเยอะ เราคิดว่าเขาจะเจาะตลาดคนลาวด้วยใหม่นะ เพราะมันเข้าถึงง่ายกว่าเราคิดว่า แล้วอีกอย่างพวกที่มานั่งกินส้มตำ ส่วนมากก็จะนำเสนอที่เป็นตัวเอง ที่เป็นบ้านตัวเอง และก็พูดอีสาน ซึ่งคนส่วนมาก อีสานเองก็ 19 จังหวัดเข้าไปแล้ว และอีกอย่างอาหารอีสานก็มีอยู่แล้วในทุก ๆ ภาค ไม่มีใครไม่รู้จักส้มตำ มันจะเป็นการง่ายกับการใช้ภาษาอีสานลาว แต่ถ้าเป็นภาษาแบบโคราช ความนิยมมันกลุ่มน้อยกว่า”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกับวี ชายหนุ่มในจังหวัดศรีสะเกษ ที่ชื่นชอบการฟังเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยต้องเปิดเพลงฟังทุกวันเป็นชีวิตจิตใจ เขาอธิบายว่า ภาษาอีสานเขมร หรือภาษาอีสานแต่ละถิ่นนั้น

อาจจะมึลัษณะเฉพาะและเป็นเพียงแ่กลุ่มเล็ก ๆ ของวัฒนธรรมอีสานที่มีความหลากหลายอยู่ ดังนั้น การเลือกใช้ภาษาอีสานแบบไทย-ลาว จึงเปรียบเหมือนดั่งภาษาอังกฤษที่สื่อสารได้ครอบคลุมและชัดเจนกับคนทุกภาคได้ด้วย

“ผมว่าเพราะว่าหนึ่ง โดยส่วนใหญ่แล้ว ถ้าเป็นอีสานเขมรเป็นแ่กลุ่มย่อยกลุ่มเล็ก ๆ ไม่ได้มีทั่ว เหมือนแต่ละจังหวัดจะมีชื่อแตกต่างของวัฒนธรรมและภาษาแต่ละถิ่นไม่เหมือนกัน อย่างศรีสะเกษที่นี่ จะมี 4 เผ่า เขมร ลาว เยอ ประมาณนี้ เขาก็จะแบบพูดจาแตกต่างกันไป แม้แต่คำอีสานจริง ๆ นะ ภาษาอีสานเขาจะมีอีสานภูไท อีสานชัยภูมิ อีสานเลย คือแต่ละพื้นที่จะไม่เหมือนกันเลยครับ คือไม่ได้เอาคำในพื้นที่แต่ละที่มาใช้ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นไทย-ลาว ที่คนภาคกลางพอแปลออก พอเข้าใจได้อะไรประมาณนี้ แต่ละท้องถิ่นเขาจะพูดภาษาอีสานไม่เหมือนกันเลย เขาก็น่าจะเป็นยึดแบบภาษาอังกฤษ คือ แบบทั่วโลกรู้ เขาคงจะใช้แนวประมาณนี้แหละ เพื่อให้มันสื่อสารและชัดเจนกับคนทุกภาคได้ด้วย”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกับหนู่ย หนู่ยขอนแก่นที่ตอนนี้เปิดธุรกิจส่วนตัวอยู่ที่จังหวัดบ้านเกิดตัวเอง มองว่า การคัดเลือกเฉพาะภาษาอีสานไทย-ลาว เป็นเพราะตัวแปรเรื่องกลุ่มคนทำเพลงที่อาจมองว่า ภาษาอีสานไทย-ลาว เป็นภาษาที่ไม่ว่าจังหวัดไหนก็สามารถเข้าใจและรับรู้ร่วมกันได้ และหากใช้ภาษาอีสานที่มีความเฉพาะถิ่น อาจเป็นการจำกัดขอบเขตเฉพาะกลุ่ม (niche market) ที่แคบเกินไป

“มันจะดูเป็นแบบ niche market เกินไปถ้าสมมุติว่าเราไปเอาภาษาแบบโคราช ลาวแบบใต้ ถ้าพูดถึงว่าเป็นภาษาอีสานที่เป็นแบบลาวเลย คือไม่ว่าจะจังหวัดไหนเขาก็จะฟังกันรู้เรื่อง แต่มันก็อาจจะมึบางเพลงที่สอดแทรกเข้าไปหน่อยนึง อยากฟังเพลงที่มันมีบองสรัน โอนอะไรอย่างนี้ มันก็จะมีสอดแทรกเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ว่าหลัก ๆ เขาก็จะไม่ได้เอามาแบบเต็ม เพลงแบบ full Version เขาก็คงวิเคราะห์คนฟังด้วย เลยทำให้เป็นแบบไทยอีสานลาวแบบนี้ เยอะ

หนู่ย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ หนู่ย พนักงานมหาวิทยาลัยที่ทำงานและอาศัยอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น เช่นเดียวกัน ก็มองว่า อาจเป็นเพราะเหตุผลด้านความนิยมสำหรับคนฟังเพลง ที่เพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่ใช้ภาษาอีสานไทย-ลาวที่เปรียบเป็นภาษาอีสานสากลที่สร้างความคุ้นชินและเข้าใจ

ร่วมกันได้ รวมถึงเหตุผลด้านกลไกของการทำการตลาดเพลงที่มุ่งสื่อสารคนฟังในวงกว้าง จึงไม่นิยมใช้ภาษาอีสานที่มีความเฉพาะถิ่นมานำเสนอ

“อาจจะเป็นความนิยมใหม่ ถ้าสมมุติว่าใช้ภาษาที่เป็นเหมือนก้อง ห้วยไร่ ที่ใช้ว่าใส่ว่าสิ บ่ลืมกัน มันก็อาจจะทำให้คนฟัง ซึ่งที่ไม่ใช่คนอีสานรู้สึกคุ้นมากกว่าแต่ถ้าสมมุติว่าเขาใช้ อย่างโคราช อีสานใต้ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ มันก็อาจจะไปอีกแนวหนึ่ง น่าจะเป็นความชิน เพราะล่าสุดท้ายเขาก็ต้องมองที่การตลาดเขาอยู่ดี หมายถึงว่า คนที่ทำออกมาเพิ่มมองว่าเรื่องการตลาดด้วย และการใช้ภาษาอีสานแบบเฉพาะที่มันอาจจะฟังยาก และความนิยมมันอาจจะไม่เท่ากับภาษาอีสานลาว ที่เป็นภาษาสากลจริง ๆ ภาษาอีสานแบบที่เราคุ้นกันพวก กลาง ๆ ไทยลาวแบบไม่ใช่อีสานเฉพาะ”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้ว่า ในประเด็นเรื่อง ภาษาถิ่นอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มยอมรับกับการนำเสนอการใช้ภาษาอีสานแบบไทย-ลาว มานำเสนอ โดยภาษาอีสานไทย-ลาว ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ของความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ท่ามกลางความหลากหลายของภาษาอีสานที่มีความเฉพาะตัวของอีสานในแต่ละพื้นที่ ผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ การทำให้ภาษาอีสานเป็นสากล ที่สามารถสื่อสารกับความเป็นอีสานในภาพรวมร่วมกันได้ และเหตุผลที่ทำให้เกิดการยอมรับนั้น เพราะตัวแปรด้านความนิยมของผู้ฟัง และเหตุผลด้านกลไกทางการตลาด รวมทั้งประเด็นการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายการสื่อสารไปในคนฟังเพลงวงกว้างทั้งคนอีสานในทุกจังหวัด และคนฟังเพลงในภาคอื่น ๆ ให้สามารถเข้าใจในภาษาอีสานร่วมกันได้ด้วยนั่นเอง

2. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการเพิ่มสิ่งใหม่เข้ามา เช่น ภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศ

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่อง การเพิ่มภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศมาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

เสนอมา โดยมองว่า การผสมผสานภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศมาใช้ใน มิวสิกวิดีโอ นั้น เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ และถือเป็นการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย และยังทำให้อีสานมี ความร่วมสมัย แปลกใหม่ และสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่า ภาษาอีสานสามารถนำไปผสมผสานกับ ภาษาอื่น ได้ และทำให้การเข้าถึงเพลงหรือมิวสิกวิดีโอเพลงอีสาน ได้กว้างขึ้น

แต่อย่างไรก็ดีมีกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วนถอครหัดด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง มองว่า การนำภาษา อื่นเข้ามาผสมผสานนั้นอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย หากแต่ว่าต้องมีการผสมผสานใน จำนวนที่เหมาะสมอยู่ที่ระหว่าง 10-20 % เพราะหากมีนำผสมผสานที่มากเกินไปอาจทำให้สูญเสีย อ่อนช้อยของภาษาอีสาน หรืออาจทำให้เกิดความไม่ลื่นหู และหากมีภาษาอื่นมากเกินไปก็ไม่ได้ สื่อสารถึงความ เป็นเพลงอีสาน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการนำ ภาษาไทยภาคกลาง คำศัพท์ หรือภาษาอังกฤษเข้ามาใช้ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง รับได้ หรือไม่อย่างไร กับเรื่องการผสมภาษาอื่น ๆ มาใช้ในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ การถอครหัดของพัน คนอีสานจากจังหวัดชัยภูมิที่มีประสบการณ์ การฟังเพลงลูกทุ่งอีสาน และรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมากกว่า 25 ปี ที่ปัจจุบันได้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอาศัยและทำงานในกรุงเทพฯ แล้ว 20 ปี ถอครหัดในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับ การสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดย มองว่า การนำภาษาอื่นเข้ามาผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เพราะทำให้เพลงมีความสนุกสนาน และดูครบรสขึ้น เป็นการพัฒนาของเพลงอีสานที่ยังส่งผลให้ เพลงอีสานมีเสน่ห์ให้ชาวต่างชาติสนใจมากยิ่งขึ้น

“รับได้นะ ใช้ภาษาอื่น มันส์เลย แบบเพลงเร็วขึ้น เปรียบเหมือนกับเรากินส้มตำ มันไม่มีกุ้ง ไข่ไหม ใส่กุ้ง ใส่ปูเข้ามา ตำมั่วไปเลย มันก็ดูครบรส อร่อยขึ้นนะ ภาษามันก็เหมือนกัน ท่องถิ่นมันพัฒนาขึ้นมา มันก็ด้วยยุคสมัยนี้ เขาก็เลยแปลสภาพขึ้นมา มันก็คีนะ มันดูแปลก ขึ้นไปอีก มันมีเสน่ห์ ขนาดฝรั่งเองทุกวันนี้เขาก็สนใจนะ เขายังร้องเพลงอีสานได้เลย”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับบ๊า และนั้ม กลุ่มตัวอย่างคนอีสาน Generation X จากจังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์ที่พลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ กว่า 20 ปี ก็ยอมรับกับการนำภาษาไทย ภาคกลาง คำศัพท์ หรือภาษาต่างประเทศเข้ามาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยมองว่า ทำให้ เพลงลูกทุ่งอีสานมีความสุขสนาน และดูพัฒนาให้มีความร่วมสมัยขึ้น และยังเป็นสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยน เพราะมีกลุ่มคนฟังเพลงที่เป็นวัยรุ่นมากขึ้น รวมทั้งยังทำให้เกิดการเรียนรู้ภาษาอื่นใน พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอีกด้วย

“พี่ว่าที่มีภาษาอื่นเข้ามา พี่ว่ามันก็ดีคนละแบบนะ มันก็ทำเพราะเด็กวัยรุ่นเขาก็ฟังเพลง ลูกทุ่งอีสานเยอะขึ้นเนอะ เพลงก็เลยทำให้ ก็ดีนะแบบนี้มันดูสนุกขึ้น ก็ทำให้เรารู้หลาย ภาษา ดูทันสมัยมากขึ้นด้วย”

นั้ม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

“ก็ดี เพลงยุคก่อนเขาแต่งมาภาษามันก็เพราะสละสลวย แต่พอมายุคนี้ เพลงมันก็ปรับ มันก็ ดูพัฒนา มันก็สนุกขึ้นนะ คนฟังกันเยอะขึ้น มันก็เลยมีคำแปลก ๆ แต่ภาษาอีสานก็ยังอยู่ แบบบางคำนานแล้วไม่ได้ยินก็กลับได้ฟังอีกครั้งในเพลงนี้แหละ”

บ๊า, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

ส่วนกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วนที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรงนั้น จะเห็นได้จากตัวอย่างคำ สัมภาษณ์ของพิมพ์ เกษตรกรที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยเป็นผู้รับฟังและชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสานเป็นประจำ ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง โดยมองว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานก็จำเป็นต้อง เป็นปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย และทำให้เข้าถึงกลุ่มคนฟังที่เป็นเด็กวัยรุ่น รวมถึงคนฟังภาคอื่น ๆ ด้วย เช่นกัน การนำคำศัพท์ หรือภาษาต่างประเทศเข้ามาสำหรับเธอนั้นไม่ได้เป็นสิ่งที่ต่อต้าน เพราะเธอ สามารถแปลและเข้าใจร่วมได้ แต่อย่างไรก็ดีก็มีการต่อรองความหมายว่า การนำภาษาอื่น ๆ เข้ามา ใช้นั้น ต้องอยู่ในตำแหน่งที่พอดีและมีความกลมกลืนกัน เพราะหากนำมาผสมผสานมากเกินไป ก็ อาจทำให้ความไพเราะ หรือความอ่อนช้อยของภาษาอีสานหายไป

“ก็รับได้เพราะว่ายุคสมัยมันเปลี่ยนไป เขาไม่ได้ขายให้เฉพาะคนรุ่นเรา เขาก็ต้องขายให้ คนรุ่นใหม่ อาจจะเอาภาษาอื่นเข้ามาสอดแทรกหรืออาจจะเอาภาษากลุ่มอื่นของเขามาใส่ก็ได้

เพราะว่ามันไม่ได้เฉพาะเจาะจง ไม่ได้ให้เฉพาะคนอีสานฟัง อีกอย่างเพราะที่ฟังออกทั้งภาษาอังกฤษทั้งภาษาอะไร ที่ไม่รู้ภาษาเพื่อนอะไรอย่างนี้ ที่ก็พอฟังออกพอฟังได้ ก็เอาเข้ามาให้มันกลมกลืนก็อยู่กันได้ แต่อย่าเอามาเยอะเกิน ไม่งั้นมันก็ไม่ใช่เพลงอีสาน หากจะเอาเข้ามาสัก 10-20 เปอร์เซ็นต์ ประมาณนี้ก็พอไหว”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับคำสัมภาษณ์ของแดง ผู้มีอาชีพค้าขายอยู่ที่จังหวัดบึงกาฬ และเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์การเป็นนักร้องนำในวงดนตรีลูกทุ่ง แสดงทัศนนะว่า การนำคำศัพท์ หรือภาษาต่างประเทศเข้ามาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น อาจทำให้เพลงมีความสนุกสนาน และสอดคล้องกับความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ดีหากนำภาษาอื่นเข้ามาผสมผสานเยอะเกินไปอาจทำให้เกิดความไม่ลื่นหู และหากเกิน 50 เปอร์เซ็นต์ ก็เกินขอบเขตในการยอมรับ เพราะนั่นแสดงว่าไม่ใช่เพลงอีสานแล้ว

“ถ้าเอาภาษาอังกฤษแบบนี้เข้ามา มันก็อาจจะทำให้เพลงมันน่าฟังยิ่งขึ้น จากภาษาเดิม ๆ เขาก็ใส่เนื้อหาที่เป็นภาษาอังกฤษด้วยมันก็จะทำให้เนื้อหามีความคม มีความน่าฟังยิ่งขึ้น จะทำให้เด็ก ๆ ที่บางคนไม่รู้ภาษาอังกฤษที่เขาใช้ว่ามันสื่อว่าอย่างไร เด็ก ๆ ก็จะไปค้นหาได้ ถ้าถามว่ามันทันสมัยขึ้นไหม มันก็ทันสมัย แต่ต้องอยู่ที่นักร้องด้วย เพราะบางทีตอนนี้บางเพลงมันเป็นลามก ถ้าจะเอามาฟังก็ต้องอยู่สัก 10-20 เปอร์เซ็นต์ ที่เอาเข้ามา แต่ถ้าเกินแบบ 50 เปอร์เซ็นต์แบบนี้ก็เกินไป เพราะถ้าเอามาเยอะพอฟังแล้วมันทะแม่ง ๆ มันฟังเพลง มันไม่ลื่นหู แต่ด้วยความที่เขานั่นให้เกิดความสนุกสนาน เขาแต่งเพลงเพื่อให้คนฟังได้เกิดอารมณ์สบายใจมากกว่าจะ ไม่ได้เน้นเนื้อหาสาระ เพราะว่าที่เองก็อยู่ในกิ่งของช่วงอายุด้วย เราก็ไม่ใช่คนหัวโบราณที่มันสุดไปเลย และก็ไม่ใช่คนทันสมัยเลย มันอยู่กึ่ง ๆ ในวัยเกือบ 50 ปีค่ะ”

แดง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของแคว้น นักพัฒนาสังคมที่อาศัยอยู่ในจังหวัดหนองบัวลำภู ผู้ที่มีประสบการณ์ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสาน ทั้งการมีคุณแม่เป็นนางเอกหมอลำ จึงทำให้สนใจและชื่นชอบการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานมาตั้งแต่เด็กและรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในยุคปัจจุบันอยู่เป็นประจำ รวมทั้งยังมีประสบการณ์การอยู่วงดนตรีพื้นบ้านอีสานของระดับวิทยาลัย ทั้งการทำหน้าที่เป็นทั้งนักร้องนำและพิธีกร แสดงทัศนนะไว้อย่างน่าสนใจว่า การนำคำศัพท์หรือ

ภาษาอื่น ๆ เข้ามานั้นเป็นเพราะกลไกของผู้แต่งเพลงที่มุ่งเจาะตลาดกลุ่มวัยรุ่น และส่วนใหญ่เป็นคำศัพท์ที่มากับเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงและโดนใจเพื่อหวังยอดวิวของคอนเสิร์ต จึงทำให้เพลงมีการปรับตัวให้มีความทันสมัยขึ้น แต่อย่างไรก็ดียอมรับเพียงการนำภาษาอื่นเข้ามาผสมผสานเพียงแค่ 10 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

“ที่รู้สึกว่าคุณแต่งเพลงเขาต้องการสื่อสารให้เข้ากับสมัย เพราะว่ามันมี Facebook Line อะไรต่าง ๆ ที่มันมากับเทคโนโลยีนี้ คนรุ่นใหม่ ๆ จะเข้าใจคำเหล่านี้ มันสื่อสารได้เร็วขึ้น หวังยอดไลค์เพื่อหวังยอดวิว อันนี้คือวัตถุประสงค์ของคนแต่ง มันก็เป็นแค่คำที่ใช้ในตลาดเสียงเพลงในตลาดวัยรุ่น เขาเลยเอาภาษาอังกฤษมา มันชอบเอาตามกระแส ก็ยังรู้สึกว่ามันโอเค แต่ว่าถ้ามันเยอะไปมันก็ไม่โอเคเหมือนกัน คือถ้ามองในเรื่องการตลาดของค่ายเพลง จะมองเรื่องการเรียกกระแสนิยม แต่ถ้ามองมุมมองของคนที่เป็นรากเหง้าของเราจริง ๆ เราคิดว่ามันไม่โอเคหรอก เพียงแต่ว่ามีความรู้สึกว่า ถ้าไปใช้มามันจะเอามาเป็นของเรา กลัวมันจะเอามาเป็นของของเรา กลัวว่ามันจะมากเกินไป ถ้าร้อยเปอร์เซ็นต์ ภาษาต่างประเทศประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ ก็น่าจะโอเค แต่ไม่ใช่มาตลอด ทุกวันมันไม่ค่อยวิจิตรมันเป็นการกระแทก เอาคำมาเพื่อกระแทกให้มันโดน แต่เมื่อก่อนมันจะเรียงร้อยสัมผัสนอกสัมผัสในที่มันดูสวยงาม”

แคล้ว ,สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้ว่า จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X มีทั้งส่วนที่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีสถิติโอ เพลงลูกทุ่งอีสานเสนา มา โดยมองว่า การที่มีวิถีสถิติโอ เพลงลูกทุ่งอีสานมีการเพิ่มทั้ง ภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศนั้นเป็นการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย และเป็นการปรับเพื่อเจาะกลุ่มตลาดคนฟังเพลงที่เป็นวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ตัวแปรที่อาจส่งผลทำให้เกิดการยอมรับนั้นเพราะกลุ่มตัวอย่างเหล่านั้น มีการย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ ที่อาจส่งผลกระทบต่อระบบความคิดหรือทัศนคติในการมองโลกแบบสังคมเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่วนกลุ่มผู้รับสารบางส่วนที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) นั้นอาจเป็นเพราะด้านหนึ่งก็ยอมรับด้วยความเข้าใจของการปรับเปลี่ยนของตลาดเพลงที่เจาะกลุ่มคนฟังเพลงที่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังคงต่อรองความหมายผ่านประสบการณ์การดั้งเดิมที่เคยรับรู้เกี่ยวกับภาษาอีสานมา

ในขณะที่กลุ่มผู้รับสาร Generation Y ทั้งหมดอดครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เสนอมา โดยมองว่า การผสมผสานทั้งภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศนั้น ถือเป็นความร่วมมือที่มีการคัดแต่งและผสมผสาน (mix and match) ระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นสากลกันอย่างกลมกลืน เป็นการยกระดับเพลงลูกทุ่งอีสานไปสู่สากล รวมทั้งยังทำให้เกิดทัศนคติที่ดีกับคนอีสาน ที่ลบภาพของความลำสมัยของท้องถิ่นอีสานอีกด้วย โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของหนุ่ม ชายหนุ่มจากจังหวัดขอนแก่น ผู้ที่หลงใหลในเสียงเพลงลูกทุ่งอีสานและรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอยู่เป็นประจำ และปัจจุบันเปิดธุรกิจส่วนตัวอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น ก็อดครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า เป็นการผสมผสานที่เกิดความร่วมมือ ยกกระดับสู่สากล แต่ก็ยังรักษากลิ่นอายของความเป็นอีสานไว้ได้

“สำหรับผมว่าเป็นความร่วมมือ แล้วอีกอย่างตัวเองชอบความร่วมมือแบบนี้ เหมือนกับเอาโปงลางไปใส่ใน orchestra ถ้าเกิดมันมีความ mix and match ได้มันจะไปสู่สากลได้เยอะขึ้น แล้วยังเพลง You let me down เอาภาษาอังกฤษเข้ามามันก็ดีดู ด้วยท่วงทำนองจังหวะมัน เวลาฟังแล้วมันก็ไม่ใช่อีสานเต็ม ๆ แต่มันก็ยังมิกลิ่นอายความเป็นอีสานอยู่ มันก็คู่ร่วมสมัยดี”

หนุ่ม, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับคำสัมภาษณ์ของเด็ก นักศึกษาสาวอีสานจากจังหวัดอุดรธานีที่เข้ามาเรียนต่อในกรุงเทพฯ จนจบและตอนนี้กำลังเริ่มงานเป็นลูกจ้างชั่วคราวในภาคอีสาน ก็มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยมองว่า การผสมผสานคำศัพท์ หรือภาษาอื่น ๆ เข้ามานั้น ช่วยทำให้คนฟังเพลงเข้าถึงเพลงง่ายขึ้น และมีความทันสมัยรวมทั้งสามารถยกระดับอีสานสู่ความเป็นสากลได้อีกด้วย

“สำหรับหนู หนูคิดว่ามันดีที่จะเอาภาษาอื่นมาสอดแทรกในเพลงอีสาน สำหรับคนที่เขาพิมพ์ภาษาอีสาน ไม่ถูกเขาก็จะได้ Search คำว่า You Let Me Down ขึ้นมา การค้นหาการ

เข้าถึงมันได้ง่ายขึ้น มันจะดีสำหรับคนที่เขาทำ MV ขึ้นมาให้คุณเข้าถึงได้ง่ายขึ้น แล้วมันทำให้เพลงอีสานดูแบบสากล ดูเก๋ขึ้น ทันสมัยขึ้น แบบไม่เชยด้วย”

เค็ก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

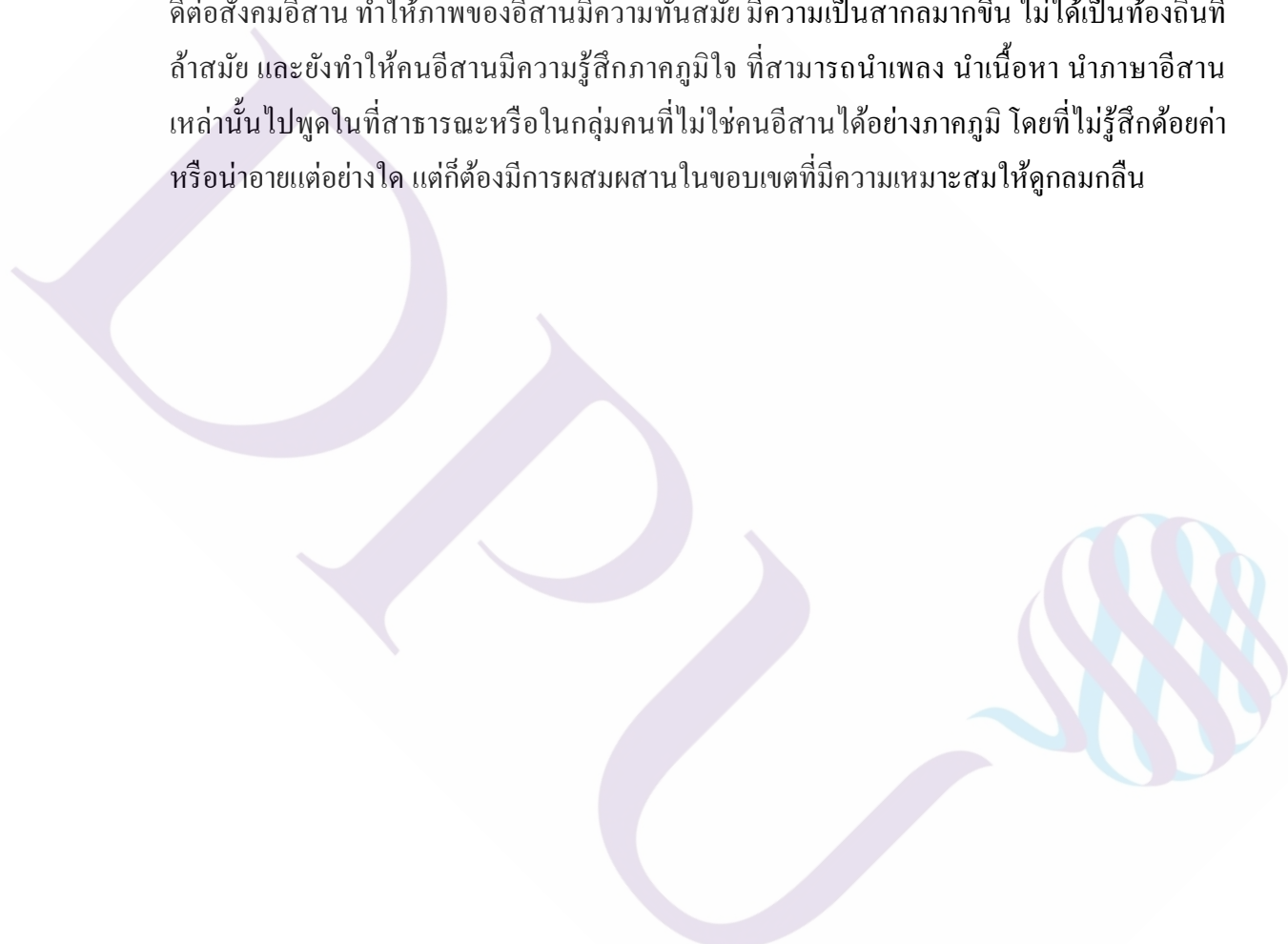
นอกจากนี้จากคำสัมภาษณ์ของนัท ชายหนุ่มจากจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ที่หลงใหลในเสียงเพลงลูกทุ่งอีสาน และมีประสบการณ์การร้องเพลงลูกทุ่ง ที่ปัจจุบันทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ชื่อดังในกรุงเทพฯ ยังแสดงทัศนะเพิ่มเติมอีกว่า การผสมผสานภาษาอื่น ๆ เข้ามา นอกจากจะทำให้เพลงอีสานมีความร่วมสมัย ดูแปลกใหม่สร้างสรรค์ ยังทำให้คนฟังเข้าถึงเพลงได้กว้างขึ้น รวมทั้งลบภาพของความล้าสมัยของสังคมอีสาน ยกย่องเพลงอีสานสู่ความเป็นสากล และยังเป็นเรื่องของการยกระดับศักดิ์ศรี (dignity) การมีเกียรติของคนอีสานขึ้นมา ทำให้คนอีสานกล้าพูดอีสานในพื้นที่สาธารณะได้อย่างมั่นใจ

“พอเอาภาษาอื่นมาใช้ด้วยเรารู้สึกดีนะ เราเห็นความร่วมมือ แปลกใหม่ เห็นความสร้างสรรค์ว่าภาษาอีสานในเพลงเอาไปผสมผสานกับภาษาอื่นได้ มันทำให้การเข้าถึงเพลง MV อีสานได้กว้างขึ้น คือสมัยก่อนเราไม่เห็นการผสมผสานแบบนี้มากนัก ส่วนใหญ่ที่เราจะเห็นกันก็จะมีแต่หมอลำที่ท่วงทำนองประมาณกัน อีสานบวกภาษากลาง ท่วงทำนองรำของท้องถิ่น แต่ตอนนี้เราเห็นการรวมกับแร็ป คือ มีท่วงทำนองของสากลมาผสมผสาน มีภาษาสากล ท้องถิ่นของภูมิภาคอื่น ๆ มารวมด้วย หรือจะบอกว่ามันเป็นการร่วมมือกันของศิลปิน ในท้องถิ่นนั้น ๆ ก็จะมีมาผสมผสานกัน หรือภาษาต่างประเทศที่เอามารวมด้วย เรารู้สึกว่ามีความเป็นสากลมากขึ้น ทำให้คนอีสานมองว่า เพลง MV ท้องถิ่นมันไม่ได้ล้าสมัย แต่รู้สึกว่ามันมีความเป็นสากล มันทำให้คนอีสานมีความรู้สึกภูมิใจ ผมว่ามันดีด้วยซ้ำมันดีต่อคนฟังคนดู อย่างเราดูเราฟังเราสามารถเอาเพลง เอาเนื้อหาเอาภาษาเหล่านั้นไปพูดในที่สาธารณะหรือในกลุ่มคนที่ไม่ใช่คนอีสาน เรารู้สึกว่ามันไม่ทำให้เราด้อย หรือรู้สึกอาย

นัท, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ว่า การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในประเด็นเรื่องภาษาดั้งเดิมอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มนั้น ส่วนใหญ่ยอมรับกับการนำเสนอการใช้ภาษาที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เลือกใช้ภาษาอีสานไทย-ลาว เพราะภาษาอีสานไทย-ลาว สามารถสื่อสารได้ในวงกว้าง และเป็นข้อตกลงร่วมกันของคนอีสานที่จะสามารถสื่อสารเข้าใจ

ร่วมกันได้ รวมทั้งจุดมุ่งหมายเพื่อการสื่อสารไปยังคนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ รวมถึงการใช้คำอีสานที่เป็นคำเฉพาะที่เป็นการยอมรับของคนในสังคมมากขึ้น เป็นเพราะผู้คนในสังคมมีความสนใจและก็เข้าใจภาษาอีสานมากขึ้น รวมทั้งในประเด็นการผสมผสานคำศัพท์หรือภาษาอื่น ๆ เข้ามานั้น กลุ่มผู้รับสารส่วนใหญ่ก็ถอครห้สยอมรับ โดยมองว่า เป็นเรื่องของยุคสมัยที่ส่งผลให้เพลงหรือมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน และเพื่อกลไกทางการตลาดในการเข้าถึงกลุ่มคนฟังที่เป็นวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อคนฟังที่สามารถเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น และส่งผลดีต่อสังคมอีสาน ทำให้ภาพของอีสานมีความทันสมัย มีความเป็นสากลมากขึ้น ไม่ได้เป็นท้องถิ่นที่ล้าสมัย และยังทำให้คนอีสานมีความรู้สึภาคภูมิใจ ที่สามารถนำเพลง นำเนื้อหา นำภาษาอีสานเหล่านั้น ไปพูดในที่สาธารณะหรือในกลุ่มคนที่ไม่ใช่คนอีสานได้อย่างภาคภูมิใจ โดยที่ไม่รู้สึกด้อยค่า หรือน่าอายแต่อย่างใด แต่ก็ต้องมีการผสมผสานในขอบเขตที่มีความเหมาะสมให้กลมกลืน



2. สำเนียงอีสาน

ตารางที่ 6.3 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านสำเนียงอีสานในมิวสิก วิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์ อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการ คัดสรร (selection) สำเนียงอีสานเฉพาะบาง สำเนียงเท่านั้นในการสื่อสาร	- ผู้รับสารเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ทั้งหมดถอดรหัสในเชิง ยอมรับ โดยมองว่า การ เลือกใช้สำเนียงอีสานแบบ กลาง ๆ จะสามารถสื่อสาร และเข้าใจร่วมกันได้	- ผู้รับสารเจนเนอเรชันวาย ทั้งหมดถอดรหัสในเชิง ยอมรับ โดยมองว่า การ คัดเลือกอีสานเฉพาะบาง สำเนียงในการสื่อสาร โดย ให้เหตุผลว่า เป็นสำเนียง กลาง ๆ ที่อยากจะสื่อไปให้ คนภาคอื่นเข้าถึงได้ง่ายด้วย
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการปรับสำเนียง ภาษาอื่นที่เพิ่มเข้ามาให้เป็นสำเนียงแบบอีสาน	- ผู้รับสารเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ทั้งหมดถอดรหัสในเชิง ยอมรับกับการปรับภาษา อื่นให้เป็นสำเนียงอีสาน โดยมองว่า เป็นสำเนียงที่ สอดคล้องกับภาษาพูดกัน ในชีวิตประจำวัน และทำ ให้ภาษาดูถิ่นไหลไปตาม อารมณ์เพลง	- ผู้รับสารเจนเนอเรชันวาย ทั้งหมดถอดรหัสในเชิง ยอมรับกับการปรับภาษาอื่น ให้เป็นสำเนียงอีสาน โดย มองว่า การนำภาษาอื่นเข้า มาใช้และปรับสำเนียงเป็น อีสานนั้นเป็นเรื่องที่ตามยุค สมัย และเป็นสำเนียงของ คนอีสานที่พูดกัน ใน ชีวิตประจำวันที่สามารถ เข้าใจกันและการปรับภาษา อื่นด้วยการออกเสียงแบบ อีสาน ทำให้ดูน่ารักขึ้น

จากตารางที่ 6.3 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและ
อัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านสำเนียงอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะ

แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ประเด็น ตามข้อค้นพบการเข้าการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดเลือก (selection) สำเนียงอีสานเฉพาะบางสำเนียงเท่านั้นในการสื่อสาร

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่องกระบวนการคัดสรร (selection) สำเนียงอีสานเฉพาะบางสำเนียงมาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า ถึงแม้ว่าภาคอีสานจะมีความหลากหลายในเรื่องของการออกเสียง หรือสำเนียงการพูดที่แตกต่างกันไปตามแต่ละจังหวัด แต่ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นจำเป็นต้องใช้สำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ ที่ไม่ได้เป็นสำเนียงเฉพาะถิ่นจนเกินไป เพื่อที่จะเข้าใจและรับรู้ได้ร่วมกันได้ และภูมิหลังของนักร้องแต่ละคนก็อาจส่งผลต่อการนำเสนอในเรื่องภาษาหรือสำเนียงที่สื่อสารออกมาได้เช่นกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “อีสานมีสำเนียงการพูดที่หลากหลาย แต่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่ มักเลือกใช้สำเนียงภาษาอีสานแบบกลาง ๆ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องสำเนียงอีสานที่ใช้ในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของพิมพ์ เกษตรกรที่อยู่ในอำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยเธอมองว่า เหตุผลที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น คัดเลือกสำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ เป็นสำเนียงที่สามารถฟังและเข้าใจร่วมกันได้ทั้งอีสานเหนือ อีสานกลาง อีสานใต้ เพราะหากใช้สำเนียงอีสานที่มีเฉพาะถิ่น เช่น สำเนียงโคราช สำเนียงอุบล เป็นต้น ก็จะทำให้คนฟังเพลงเข้าใจได้ยาก

“มันก็เป็นสำเนียงกลาง ๆ ถ้าเป็นสำเนียงทางลาวมันก็จะฟังไม่รู้เรื่องไปเลย ถ้าเกิดเป็นบึงกาฬ นครพนมสำเนียงเขาเฉพาะ เขาจะอ่อนเขาจะเพราะ แต่ถ้าเกิดเป็นอีสานใต้เช่นพวกที่อย่างร้อยเอ็ด ยโสธร อุบล มันจะพูดอีสานแข็ง ๆ คนก็จะฟังไม่เพราะหู ถ้าแบ่งกันตามบริบทแล้ว จะมีอีสานเหนืออีสานกลางอีสานใต้ อีสานกลางก็จะมี มหาสารคาม ร้อยเอ็ด ยโสธร อีสานเหนือก็จะเป็นนครพนม บึงกาฬ เลย สกลนคร มุกดาหาร อีสานใต้ก็ สุรินทร์

ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และโคราช อะไรแบบนี้ ถ้าเกิดเป็นสำเนียงอีสานกลางมันจะฟังง่าย และมันก็จะฟังออกทั้งหมด แต่ถ้าเป็นอีสานเหนือสุดหรืออีสานใต้สุดเช่น โคราช เขาก็จะมี ภาษาโคราช และภาษาอุบลมันก็จะฟังยาก ๆ หน่อย”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันนักร ผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดนครราชสีมาและมีสำเนียงการพูดเป็นของตนเอง ก็มองว่า ถึงแม้ว่านครจังหวัดนครราชสีมา หรือโคราชนั้นจะมีลักษณะเฉพาะตัวในเรื่อง คำศัพท์และสำเนียงที่แตกต่างไปจากที่อื่น แต่ก็เป็นการเข้าใจกันได้เฉพาะคนโคราชที่ถูกจัดในวง แคน ฉะนั้นการสื่อสารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงต้องใช้สำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ เพื่อที่จะให้คนอีสานในจังหวัดอื่น รวมทั้งคนฟังเพลงในภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจ หรือพอแปล ความหมายได้ไม่ยากนัก

“เหมือนกันกับตอนที่พี่บอก คือพี่เป็นคนโคราชมันก็มีเพลงที่ใช้ภาษาคำ หรือสำเนียง โคราชนะ แบบ สุรนารี ตักแตน อะไรแบบนี้ก็เคยมี แต่ใช้สำเนียงแบบนี้มันจะแคบไป มัน เฉพาะที่เกินไป คนจังหวัดเขาอาจจะงง หรือแปลไม่ออกที่มันพูดไม่เหมือนกัน MV ก็เลย ต้องใช้แบบสำเนียงเหมือนกลางๆ ไม่ลึกมาก คนภาคอื่นเขาก็จะพอเดาได้ แต่ทุกวันนี้เพลง มันก็มีคำแปลก ๆ ที่ไม่ค่อยได้ยินขึ้นมาเหมือนกันนะ แต่คนก็น่าจะหาความหมายกันได้ มากขึ้น”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

อีกทั้งแต่งที่อยู่ในจังหวัดบึงกาฬ ยังแสดงทัศนคติเสริมอีกว่า เป็นเพราะตัวแปรด้าน ผู้บริโภคร หรือคนฟังเพลงที่ไม่ได้เป็นคนอีสานเท่านั้น การสื่อสารไปยังคนกรุงเทพฯ หรือคนภาค อื่น ๆ จึงเป็นต้องคัดเลือกสำเนียงการพูดอีสานแบบกลาง ๆ ที่สื่อสารกันในหลายจังหวัด ให้สามารถ เข้าใจร่วมกันได้

“มันเฉพาะตัวไม่ได้ไง มันเฉพาะตัวไม่ได้เพราะว่าคนฟัง คนที่บริโภคเพลง คนที่ซื้อเพลง มาฟัง คนที่ฟังเพลง เค้านะไม่เข้าใจถ้ามันเป็นภาษา หรือสำเนียงส่วนเป็นจังหวัดนั้น ๆ เลย เป็นเนื้อหาของชนเผ่าจริงๆ มันก็ไม่เข้าใจ เพราะว่าคนกรุงเทพฯ ก็เข้าใจภาษานี้มาก ฉะนั้นปัจจุบัน คนกรุงเทพฯ ก็จะเข้าใจภาษาอีสานที่มันเป็นกลาง ๆ คือเขาพูดกันหลากหลาย ในหลายจังหวัด คนก็จะเข้าใจมากกว่าเป็นภาษาเฉพาะ”

แดง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

สอดคล้องกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวสิกวิดิโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนามา โดยมองว่า การคัดเลือกสำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ นั้นจะสามารถช่วยให้คนฟังเพลงเข้าถึงเพลงได้ง่ายขึ้น และสามารถเข้าใจร่วมกันได้ในวงกว้าง ทั้งคนอีสานและคนภาคอื่น ๆ รวมทั้งอาจเป็นปัจจัยด้านภูมิภานาของนักร้องที่เข้ามาเป็นตัวแปรหนึ่งในการคัดเลือกสำเนียงในการนำเสนอผ่านมีวสิกวิดิโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน โดยสามารถยกตัวอย่างสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ดังคำสัมภาษณ์ของวี ชายหนุ่มที่อาศัยอยู่ในจังหวัดศรีสะเกษ อธิบายว่า การเลือกใช้สำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ นั้นเพื่อสร้างความเข้าใจกับคนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมด้วย เพราะหากมีวสิกวิดิโอเพลงลูกทุ่งอีสานเลือกใช้สำเนียงที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นเกินไป อาจทำให้การสื่อสารได้เฉพาะในวงแคบเท่านั้น

“ที่มองว่าที่ใช้สำเนียงแบบกลาง ๆ เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วตามแนวของเพลงอีสาน เขาจะไม่ค่อยจำเพาะเจาะจง แบบว่า มันเป็นที่ตรงนี้ หมู่บ้านนี้เขาพูดภาษานี้ เพราะถ้าใช้แบบนั้นว่ามันจะแคบเกินไป คนอื่นเขาก็ไม่รู้จัก ส่วนใหญ่เขาก็จะเอาคำ สำเนียงแบบกลาง ๆ อะไรประมาณนี้ที่คนอื่นฟังแล้วเข้าใจได้ด้วย”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

นอกจากนี้จากคำสัมภาษณ์ของตุ๊ก นักพัฒนาสังคมในจังหวัดศรีสะเกษ ได้แสดงทัศนะเพิ่มเติมว่านอกเหนือเหตุผลด้านการใช้สำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ จะทำให้สื่อสารไปยังคนฟังเพลงภาคอื่น ๆ ได้ง่ายแล้ว และอาจขึ้นอยู่กับภูมิภานาของตัวนักร้อง ที่อาจเป็นตัวแปรหนึ่งในการนำเสนอเกี่ยวกับสำเนียงของจังหวัดนั้น ๆ เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของนักร้องหรือศิลปินคนนั้นด้วยเช่นกัน

“มันขึ้นอยู่กับว่านักร้องคนนั้นเป็นคนไหน อย่างอ้อมแอ้ม เป็นคนอุบลราชธานี ก็ต้องการสื่อสำเนียง อย่างตุ๊กเป็นคนศรีสะเกษ บรรพบุรุษสำเนียงลาวเวียงจันทร์ ก็จะใช้สำเนียงเวียงจันทร์เลย แต่ถ้าพูดถึงเรื่องของการสื่อสารมันก็บอกว่ามันเป็นภาษากลาง ๆ สำเนียงกลาง ๆ ที่อยากจะสื่อไปให้คนภาคอื่นเข้าถึงได้ง่ายด้วย”

ตุ๊ก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้เลยว่า กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ขอมารับกับที่มีวลีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอ มา ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) กับกระบวนการคัดสรรในเรื่องสำเนียงอีสานแค่ บางสำเนียงที่สามารถเป็นอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงและเข้าใจร่วมกันได้ของคนในสังคมอีสาน และเป็น เหตุผลหนึ่งของมีวลีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เลือกใช้สำเนียงแบบกลาง ๆ เปรียบเป็นสำเนียง อีสานที่เป็นสากล ที่ทำให้คนให้ภูมิภาคอื่นสามารถเข้าถึงในภาษา และสำเนียงอีสานได้ง่ายขึ้น

2. มีวลีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการปรับสำเนียงภาษาอื่นที่เพิ่มเข้ามาให้เป็นสำเนียง แบบอีสาน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง การปรับสำเนียงภาษา อื่นที่เพิ่มเข้ามาให้เป็นสำเนียงแบบอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดอดครหัสด้วยจุดยืน เดียวกัน กล่าวคือ อดครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและ อัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวลีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การปรับสำเนียงภาษา อื่น ๆ ที่เพิ่มเข้ามาในมีวลีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานให้เป็นสำเนียงแบบอีสานนั้น ถือว่าเป็นเรื่องปกติ เหมือนดังเช่นสำเนียงของคนอีสานที่ใช้พูดสื่อสารในชีวิตประจำวัน และหากออกสำเนียงแบบ ดันฉบับหรือเจ้าของภาษา จะทำให้มีรวบคำที่ยากขึ้น หรือเป็นข้อจำกัดของทำนองเพลงที่จะทำให้ จะฟังเพลงยากขึ้น แต่การใช้สำเนียงแบบอีสานก็ทำให้คนฟังสามารถเข้าใจกันได้ เปรียบเสมือน ภาษาพูดของคนอีสานที่สามารถฟังได้ง่าย เข้าใจกันได้ เพราะเป็นสำเนียงที่คนอีสานสื่อสารกันอยู่ แล้ว

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “การนำภาษากลาง คำศัพท์หรือภาษาอังกฤษ เข้า มามีวลีกวีตีโอแล้วถูกปรับให้เป็นสำเนียงแบบอีสาน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร รับผิดชอบหรือไม่ อย่างไร” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของพิน ผู้ที่ย้ายถิ่นฐานจากจังหวัดชัยภูมิ และเข้ามาทำงานใน กรุงเทพฯ ประมาณ 20 ปี อดครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมาย และอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวลีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การนำภาษาอื่น ๆ เข้ามาก็ต้องมีการปรับให้เป็นสำเนียงอีสาน เพราะเป็นเพลงอีสานที่ต้องการสื่อสารถึงคนอีสาน จึงต้องใช้สำเนียงในการพูดแบบนั้น ซึ่งยังเป็นเรื่องของ การสร้างความรู้สึกร่วม หรือจินตนาการร่วม (local Identity) ที่มีภาษาอีสานและสำเนียงอีสานเป็นเครื่องยึดโยงความเป็นพวกเรา

“ภาษาอีสานที่ว่าเอาคำอื่น ๆ มาปน เพื่อให้เราอยู่ในภาษาของอีสานจะได้อู้ พอมาเป็นแบบนี้ก็ดี สำเนียงก็ต้องเป็นแบบนี้ ยังไงดีละ มันก็ต้องออกให้เป็นสำเนียงบ้านเรา จะได้เข้าใจ ที่บอกว่า คำว่าแท้ก็ คำว่าไรที่บอกมา มันก็ต้องร้องแบบนี้”

พนั, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับบ่า มองว่า การปรับภาษาอื่น ๆ ให้เป็นสำเนียงอีสานนั้นดูแปลกตาและไเพราะไปอีกแบบ และเหตุผลที่ต้องปรับให้เป็นสำเนียงอีสานนั้นเพราะเป็นกระบวนการทำให้เป็นดังภาษาพูดของคนอีสานที่พูดสื่อสารถึงกันและเข้าใจกัน

“ก็คินะ ภาษาอังกฤษมาใส่อีสานก็ดีไปอีกแบบ แล้วสำเนียงมันจะเพราะไป ดูแปลกขึ้น มันก็ต้องเป็นสำเนียงแบบอีสาน เพราะมันทำให้เป็นคนอีสานทุกคน ฟังกันเข้าใจขึ้น”

บ่า, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของนิ่ม ที่แสดงทัศนเพิ่มเติมว่า การปรับภาษาอื่น ๆ ให้เป็นสำเนียงอีสานนั้น เพื่อให้คนอีสานเข้าใจได้ง่ายขึ้น เพราะหากออกสำเนียงแบบต้นฉบับจะทำให้การสื่อสารดูเข้าถึงยากขึ้น และอาจเป็นเหตุผลด้านอารมณ์ของเพลงที่เป็นตัวแปรในการปรับสำเนียงให้ลื่นไหลไปตามอารมณ์เพลงด้วยเช่นกัน

“ก็มันเหมือนกับว่า เขาปรับให้คนอีสานเข้าใจ ถ้ามันออกสำเนียงยากไป แบบนี้คนฟังก็อาจจะไม่เข้าใจ ที่ว่าเอาคำอื่น ๆ เข้ามา เพราะส่วนใหญ่ในชีวิตจริงเขาก็ต้องพูดกันแบบน้ำเสียง หรือสำเนียงแบบนั้น ก็รับได้ครับ แบบมันก็ทำให้อารมณ์เพลงมันก็ไหลไป”

นิ่ม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

ในขณะที่กลุ่มผู้รับสาร Generation Y ทั้งหมดก็ถอครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การปรับสำเนียงภาษาอื่นที่เข้ามาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นเป็นเรื่องปกติของสำเนียงที่คนอีสานใช้สื่อสารกันในชีวิตประจำวัน ที่ต้องปรับเปลี่ยนตามวัฒนธรรม และเหตุผลอีกด้านหนึ่งคือการปรับไปตามเมโลดี้เพลงด้วยเช่นกัน โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของเค็ก อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า การปรับสำเนียงภาษาอังกฤษให้เป็นสำเนียงท้องถิ่นอีสานนั้นไม่ได้เป็นสิ่งแปลก หรือแตกต่างอย่างไร แต่เป็นคังสำเนียงของคนอีสานที่ใช้พูดสื่อสารกันอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน และสามารถทำให้คนฟังสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น รวมทั้งยังเป็นการสื่อสารที่เห็นถึงความน่ารักของภาษาอังกฤษที่ถูกพูดด้วยสำเนียงอีสานอีกด้วย

“หนูว่ามันก็คือปกตินะ เพราะว่าเราก็พูดกันแบบนี้เหมือนกันกับที่พี่เขาบอกว่ามันเป็นสำเนียงของเราอยู่แล้ว ภาษาอังกฤษหรืออะไรพวกนั้นก็คังสำเนียงอีสานก็ไม่ได้แปลก มันทำให้เราเข้าใจที่เขาจะสื่อได้มากยิ่งขึ้น มันก็ฟังง่าย ผู้คนก็ฟังง่าย แต่ถ้าเกิดเราไปฟังฝรั่งพูด มันก็จะพูดอีกแบบนึง แต่ถ้าคนท้องถิ่นกันพูดมันก็จะดูน่ารักดี และมันก็คังสำเนียงการพูดของคนอีสานในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ที่พูดแล้วเข้าใจกัน”

เค็ก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับ ตู้ก ที่แสดงทัศนะว่าการนำภาษาอื่น ๆ เข้ามาเป็นการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย และในเรื่องสำเนียงก็คังเป็นการปรับโดยวัฒนธรรมที่ถือคังเรื่องปกติของเพลงในยุคปัจจุบันที่จำเป็นต้องปรับสภาพ (accommodate) เช่นเดียวกันกับที่คนอีสานสามารถใช้ภาษาอังกฤษทับศัพท์กับภาษาอีสานกันได้โดยปกติในสังคมปัจจุบัน

“ถ้าพูดถึงเอาภาษาอังกฤษมาพูดคังสำเนียงอีสาน คิดว่ามันคังเรื่องของยุคสมัย ถ้าคังในวัยตูกก็ถือคังคังเรื่องปกติ เราเข้าใจคังเพราะเราปรับใช้โดยวัฒนธรรมของมัน แต่ถ้าคังเป็นยุคพ่อแม่พูดคังสำเนียงอย่างนี้เขาอาจจะไม่คังยอมรับคังการที่ให้ภาษาอื่นมาทดแทนภาษาบ้านตัวเอง แต่ส่วนตัวถือคังคังเรื่องที่เราใช้ปกติ แต่ถ้าคังเมื่อ 10 ปีที่คังแล้วมันก็คังคังเรื่องเขิน ๆ เพราะมันคังมีความรู้สึกบางอย่างคังคนอีสานเรา ในมุมตูกแล้ว มันรู้สึกคังเราอีกชั้นหนึ่ง แล้วเราเอ้อมไปหาภาษาเขา เราจะเขินคังการใช้ภาษา แต่พอมาในยุคนี้ย้อน 10 ปี ให้คังกลับมาคังคังเรื่องปกติ เรื่องของการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาไทยภาษาอีสานทับภาษาอีสานทับภาษาอังกฤษได้คังแล้ว ถือคังคังเรื่องปกติของยุคนี้”

ตูก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ ดังคำสัมภาษณ์ของนัท อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า หากการนำภาษาอื่น ๆ เช่น การนำภาษาอังกฤษมาใช้ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานแล้วออกเสียงหรือสำเนียงแบบ

ต้นฉบับต่างหากนั่นคือ เรื่องที่แปลก เพราะพื้นที่ของเพลงอีสานที่มีการพัฒนาด้วยคำศัพท์ต่าง ๆ นั้นก็ต้องใช้สำเนียงแบบคนอีสานที่สื่อสารกันอยู่ในชีวิตประจำวัน

“ผมว่ามันก็เป็นเรื่องปกติ เพราะว่าหนึ่งเราไม่ใช่เจ้าของภาษา แต่ด้วยความเข้าใจ เทคโนโลยี โซเชียล อะไรมันก็กำหนดมาอยู่แล้วทำให้ใช้คำนั้น มันถึงจะเข้าใจ สมมุติเพลงบอกว่า สเตตัส คือเราจะหาคำไหนคำอื่นมาแทนมันก็ไม่เหมือนเดิม เช่น คำว่าโพสต์ ที่เราบอกก็คือ เราทำได้เพราะว่าถ้าเราจะไปใส่สำเนียงพูดเหมือนเจ้าของภาษา ด้วยทำนองเพลง มันไม่สามารถทำได้ เราารู้สึกว่ามันแปลก ถ้าเราจะเป็นใส่ Accent ให้เหมือนกับภาษาของเขา เราก็เลยรู้สึกว่ามันปกติเหมือนกับเราพูดเล่น ๆ ว่าโพสต์ เราก็รู้สึกว่ามันไม่ได้รู้สึกแปลกอะไร สำเนียงมันก็เป็นสำเนียงที่คนเขาพูดกันอยู่แล้ว”

นัท , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้อีกหนึ่งตัวแปรสำคัญ ดังคำสัมภาษณ์ของต่าย มองว่า การร้องเพลง โดยเฉพาะเพลงอีสานนั้นก็เปรียบเสมือนการพูดของคนอีสานที่พูดกับทำนอง ตามเมโลดี้เพลง เพราะฉะนั้นเพลงอีสาน ก็จำเป็นต้องพูดด้วยสำเนียงอีสานที่จะสามารถสื่อสารและเข้าใจได้ง่ายในมุมมองของคนอีสาน

“มันก็ต้องตามเมโลดี้ ความรู้สึกเรามันต้องตามเมโลดี้ ต้องตามสำเนียงเพลงมันเป็นเพลงอีสาน ไม่ใช่เพลงสากล การร้องเพลงมันก็คือการพูด พูดกับทำนอง เราก็รู้สึกว่าได้ชัดอะไร มันก็เข้าใจได้ แต่ถ้าเพลงนี้เมโลดี้ไม่ใช่แบบนี้ มันเป็นเมโลดี้ที่เป็นสากลมันก็ต้องตามนั้น แต่อันนี้มันเป็นเพลงอีสานมันก็ต้องเป็นสำเนียงอีสาน อย่างเอาภาษาอื่นมาแต่ใช้สำเนียงบ้านเรา เราว่ามันก็เข้าใจได้ง่ายสำหรับในมุมมองของคนอีสาน”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ว่าในประเด็นเรื่องสำเนียงอีสานที่ใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ถือเป็นพื้นที่ของคนอีสานที่สื่อสารหรือเป็นการพูดถึงกัน การคัดเลือกลำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ เสมือนเป็นสำเนียงสากลที่เข้าถึงและเป็นข้อตกลงร่วมกันได้ที่ทำให้สื่อสารได้เข้าใจกันของคนอีสาน และเพื่อผลประโยชน์ด้านการสื่อสารที่มุ่งไปยังกลุ่มคนฟังในภูมิภาคอื่น ๆ ให้สามารถรับรู้หรือเข้าใจด้วยได้ อีกทั้งการปรับสำเนียงภาษาอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในมิวสิกวิดีโอให้

เป็นสำเนียงอีสานนั้นเพราะการร้องเพลงเปรียบเสมือนการพูดของคนอีสาน แต่เป็นพูดกับทำนองเพลง เพราะฉะนั้นการสื่อสารจึงเป็นภาษาพูดด้วยสำเนียงของคนอีสานที่สอดคล้องกับการใช้ในชีวิตประจำวันของคนอีสาน เป็นรูปแบบของการต่อรองความหมาย ผ่านกระบวนการปรับให้เป็นท้องถิ่น (Localization) และทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ผสมผสาน (hybrid) ระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นโลก ที่ทำให้ภาพของสังคมอีสานดูเป็นสังคมที่ร่วมสมัย ยกกระดับสู่ความเป็นสากล อีกทั้งผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มผู้รับสารยังถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านสำเนียงอีสานว่า การพูดภาษาอื่นด้วยสำเนียงอีสานนั้นไม่ได้ดูผิดปกตินำเงินอายุแต่อย่างใด แต่การพูดภาษาอื่นด้วยสำเนียงอีสาน กลับสื่อสารให้เห็นถึงความน่ารักของการใช้ภาษาตามแบบฉบับของคนอีสานอีกด้วย

6.2.2 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ



1. กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน

ตารางที่ 4.6 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
<p>- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการคัดสรร (selection) วัฒนธรรมคนตรีบางวัฒนธรรมขึ้นมานำเสนอ โดยคัดเลือกวัฒนธรรมของกลุ่มอีสานเหนือคือ หมอแคน-วัฒนธรรมหมอลำที่เปรียบเป็นประเพณีหลวง (Great Tradition) ของวัฒนธรรมอีสานขึ้นมาเสนอ เพราะภายใต้กลุ่มวัฒนธรรมคนตรีที่หลากหลาย แต่วัฒนธรรมหมอลำหมอแคน ถือเป็นวัฒนธรรมใหญ่ที่จังหวัดในภาค 14 ครอบคลุมบริเวณอีสาน และเป็นวัฒนธรรมคนตรียังเป็นอัตลักษณ์ด้านดนตรีของคนอีสานที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ใช้หมอลำเพื่อความบันเทิงและใช้ในงานบุญต่างๆ ในสังคมอีสาน รวมทั้งยังอยู่ในความเป็นรากเหง้าของคนอีสานที่เป็นที่ยอมรับและคนกลุ่มอื่นสามารถรับรู้หรือเข้าใจได้ง่าย</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชันเอ็กซ์ ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการเลือกวัฒนธรรมของกลุ่มอีสานเหนือคือ วัฒนธรรมหมอลำหมอแคน เพราะมองว่าหมอลำเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มคนตรีอีสานที่มีเครื่องดนตรีที่ชัดเจน คือ แคน พิณ ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีเป็นอัตลักษณ์หรือเครื่องบ่งชี้ (identity marker) ของความเป็นอีสาน และสามารถสื่อสารได้ครอบคลุมถึงวัฒนธรรมดนตรีของคนอีสานที่สามารถเข้าใจร่วมกันได้ทั้งหมด</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมกับการเลือกหมอลำมานำเสนอ เพราะหมอลำคือวัฒนธรรมดั้งเดิม หรือเป็นต้นฉบับ (Original) ของความเป็นอีสาน ที่มีการพัฒนาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันที่เกิดการผสมผสานกับเพลงสมัยใหม่ และเป็นเหตุผลด้านการตลาดที่สร้างจุดเด่นและหมอลำเป็นภาพตัวแทน (representation) ที่โดดเด่นที่ให้คนภาคอื่นๆ รับรู้ได้ร่วมกันว่าเป็นวัฒนธรรมดนตรีของคนอีสาน</p>

จากตารางที่ 6.4 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกตามข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการคัดสรร (selection) วัฒนธรรมของกลุ่มอีสานเหนือคือ วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน ขึ้นมานำเสนอ

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง ด้านกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การคัดสรรวัฒนธรรมดนตรีอีสานเหนือ คือ “วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน” ของดนตรีพื้นบ้านอีสานมานำเสนอในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเป็นส่วนใหญ่ นั้น เป็นเพราะ “หมอลำ” ถือเป็นคั่งรากเหง้าของคนอีสาน ที่นำเสนอถึงความสนุกสนานของคนอีสาน ที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตประจำวัน ทั้งขับกล่อมในชีวิตประจำวันส่วนตัว และในงานบุญต่าง ๆ หมอลำถือเป็นการสื่อสารถึงวัฒนธรรมดนตรีความบันเทิงที่เด่นชัดที่สุดของคนอีสาน และหมอลำมีอยู่ในทุกจังหวัดของภาคอีสาน สามารถเข้าใจร่วมกันได้ เสียงดนตรีอีสาน เสียงแคน เสียงลำ คือ ภาพสะท้อนคำว่าหมอลำ ที่ผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ก็สามารถรับรู้ความเป็นวัฒนธรรมอีสานที่มีความสนุกสนานได้อย่างชัดเจน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “อีสานมีกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีที่หลากหลาย แต่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่ มักเลือกสรรวัฒนธรรมหมอลำ หมอแคน ขึ้นมานำเสนอ ท่านคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอเช่นนี้ในมิวสิกวิดีโอ ” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของแกล้ว นักพัฒนาสังคมแพนตัวของเพลงลูกทุ่งอีสานที่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า หมอลำนั้นเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มคนดนตรีอีสานอีสานเหนือที่มีเครื่องดนตรีที่ชัดเจน คือ แคน พิณ ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีเป็นอัตลักษณ์หรือเครื่องบ่งชี้ (identity marker) ของความเป็นอีสาน และสามารถสื่อสารได้ครอบคลุมถึงวัฒนธรรมดนตรีของคนอีสานที่สามารถเข้าใจร่วมกันได้ทั้งหมด รวมทั้งหมอลำยังเป็นรากเหง้าของคนอีสานที่เพียงแค่นำเสียงลำก็สร้างความประทับใจให้กับคนที่ได้ฟัง

“หมอลำ หมอแคนเป็นอีสานเหนือ เพราะว่าอีสานใต้มันก็เป็นกันตรึม แต่อีสานกลางตั้งแต่ไล่จนแก่นขึ้นมา มันก็เป็นเรื่องพิณเรื่องแคน ทำไม่ถึงเลือกเอาไว้หรือ พี่ว่าพอเราเป่าแคนเรารู้เลยว่ามันคืออีสาน เป่าเสียงแคนไม่ว่าจะไปที่ไหนก็เป็นอีสานเลย กันตรึมมันเริ่มจากอะไร คือเราก็มองไม่ออกว่า กันตรึมเครื่องประกอบดนตรีคืออะไร แต่ถ้าเมื่อไหร่ที่บอก

พิณ หรือแคน ถ้าเป็นอีสานบนเลยเครื่องดนตรีมันจะสื่อได้ถึงความเป็นอีสานมากกว่า แต่
 ว่าถ้าเอาซอมาสีมันก็จะกลายเป็นภาคเหนือไป น่าจะเป็นอัตลักษณ์เป็นตัวที่บ่งบอกความ
 เป็นตัวตนของอีสานว่าพิณแคนมันเป็นอีสาน และหมอลำเป็นรากเหง้า หรือบางทีที่หมอลำ
 ขึ้น โดยที่ยัง ไม่มีพิณ ไม่มีแคน เครื่องขึ้นมาก็เหมือนจะทำให้ชนลูก ในความอีสานด้วยกัน
 จะชนลูกเลยว่าเสียงหมอลำหมอแคน”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับนก แม่บ้านคนอีสานจากจังหวัดนครราชสีมาที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ
 กว่า 8 ปี อธิบายไว้อย่างน่าสนใจอีกว่า เธอได้เติบโตมากับวัฒนธรรมอีสานด้วยหมอลำที่อยู่ในวิถี
 ชีวิตและสังคมของชาวอีสานทั้งงานบุญ งานวัด งานประเพณีต่าง ๆ เพราะหมอลำเป็นสิ่งที่สื่อสาร
 ถึงความสนุกสนาน และเป็นวัฒนธรรมดนตรีที่คนภาคอื่น ๆ ก็สามารถรับรู้หรือเข้าใจได้ว่าเป็น
 วัฒนธรรมดนตรีของภาคอีสานที่มีความเฉพาะตัว

“พี่ก็โตมากับหมอลำนะ ฟังมาตั้งแต่เด็ก งานบุญ งานวัด งานอะไร ก็ต้องมีหมอลำ เมื่อก่อน
 ไม่ได้มีคนตรีเยอะแบบนี้ หมอลำนี้สนุกสุดแล้ว มันไม่เหมือนกับดนตรีของภาคอื่น ๆ ที่เขา
 เอามาเสนอ พี่ว่ามันก็สนุก เหมือนที่เปิดให้ดู คนออกมาเต้นกัน คนตรีมันก็สนุก คนภาค
 อื่น ๆ เขาก็รู้จักหมอลำแล้วว่าของภาคอีสาน”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ นิม หึงจากจังหวัดกาฬสินธุ์ที่ได้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ นาน
 ถึง 30 ปี ก็ได้แสดงทัศนะสอดคล้องกันว่า หมอลำ คือ สิ่งที่เป็นภาพตัวแทน (representation) เมื่อก่อน
 นึกถึงคนอีสาน และหมอลำเป็นสิ่งที่อยู่กับวิถีชีวิตของคนอีสานมาตั้งแต่ดั้งเดิมเรื่อยมาจนถึง
 ปัจจุบัน และได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอไปตามยุคสมัย ตามกลุ่มคนฟังเพลงทั้งวัยผู้ใหญ่
 และวัยรุ่นที่สามารถเข้าถึงหมอลำได้เช่นกัน

“ใช่ มันก็เป็นหมอลำนะ มันคือนึกถึงคนอีสาน มันอยู่กับคนอีสานมาตั้งแต่ดั้งเดิม
 แต่หมอลำยุคนี้มันมีความเปลี่ยนแปลงเยอะ เป็นหมอลำสมัยใหม่ มันเป็นหมอลำประยุกต์
 แบบประยุกต์ไปตามกาลเวลา ก็สนุกดีนะ วัยรุ่นก็ดูได้ คนแก่แบบเราก็ดูได้ สนุกดี”

นิม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนาอมา โดยมองว่า หมอลำ คือ สิ่งที่เป็นรากเหง้าของคนอีสาน และเป็นอัตลักษณ์สำคัญที่บ่งชี้ถึงความเป็นอีสาน เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนอีสานที่เชื่อมโยงความเชื่อต่าง ๆ รวมถึงอยู่ในชีวิตประจำวันของสังคมอีสาน โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของต่าย คุณครูสาวจากจังหวัดอำนาจเจริญ ก็ยอมรับในวัฒนธรรมดนตรีหมอลำหมอลำแคน เพราะมองว่า หมอลำถือเป็นสิ่งที่แสดงถึงรากเหง้าของคนอีสาน เป็นอัตลักษณ์สำคัญของคนอีสานและยังนำเสนอให้เห็นถึงความสนุกสนานของคนอีสานผ่านวัฒนธรรมดนตรีที่มีการถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ

“ที่เป็นหมอลำ เพราะมันอยู่มาตั้งแต่รากเหง้า ทำไมมันถึงต้องอยู่ เพราะมันอยู่ ๆ แล้ว มันเป็นเอกลักษณ์สำหรับคนอีสาน หมอลำมันฟรีเซนต์อะไร ความสนุกสนาน ถ้าเป็นหมอลำแบบที่มีแคนตัวเดียวเราก็ไม่เคยศึกษาขนาดนั้น แต่ว่ามันก็อยู่ในเนื้อลำ เนื้อร้อง ที่มันจะพูดถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นของคนอีสาน ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ความเชื่อที่ว่าแม่ตายไปแล้วแต่ว่าลูกไม่ทำบุญไปให้เป็นผีมาอยู่วัด วันทำบุญที่จะต้องเอาของไปให้บรรพบุรุษ มันก็อยู่ในเนื้อของหมอลำที่ลึก ๆ มากในสมัยนั้น แต่ถ้าถามว่าฟรีเซนต์อะไรเราก็ไม่เคยนั่งคิดว่าฟรีเซนต์อะไร เพราะเราอยู่กับมันมาตลอด”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับ นัท อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า หมอลำ คือวัฒนธรรมดั้งเดิม หรือเป็นต้นฉบับ (Original) ของความเป็นอีสาน ที่มีการพัฒนาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันที่เกิดการผสมผสานกับเพลงสมัยใหม่ และเป็นเหตุผลด้านการตลาดที่สร้างจุดเด่นหรือเป็นภาพสะท้อน หมอลำยังเป็นภาพตัวแทน (representation) ที่โดดเด่นที่ให้คนภาคอื่น ๆ รับรู้ว่าเป็นวัฒนธรรมดนตรีของคนอีสาน

“ผมว่ามันก็ชัดเจนแล้วว่าเวลาคนพูดถึงภาคอีสาน นึกถึงความบันเทิงก็จะพูดถึง หมอลำหมอลำเพราะฉะนั้นเป็น Original ดั้งเดิมของอีสาน ก่อนที่มันจะเกิดการพัฒนา มันก็คือ

รากของเพลงที่เราฟังอยู่ทุกวันนี้ เพียงแต่ว่ามันเกิดการผสมผสานให้เกิดเป็นเพลงสมัยใหม่ ถ้าจะบอกทำไมไม่เอาซึ่ง คิดว่าที่จริงมันก็มีแต่ว่าเขาอาจจะเลือกที่เป็นพหุศาสตร์เป็น อุตสาหกรรม ก็จะเอาเหล่านี้มาเสนอมากกว่า ว่าอีสานต้องเสียงแคนเสียงรำ ที่จริงก็มีหลาย อย่าง เสียงพิณ เสียงโหวด แต่ว่าภาพสะท้อนคำว่าหมอลำ คนอื่นเขาจะรู้ว่ามันเป็นอีสาน อย่างภาคใต้เขาก็จะเห็นโนราห์ มันจะมีภาพที่ทำให้เราจำ”

นัท, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้จากทัศนะของวี ชายหนุ่มในจังหวัดศรีสะเกษผู้หลงใหลในเสียงดนตรีอีสาน และหมอลำจนกล่าวว่า ฟังเพลงลูกทุ่งอีสานทุกวันเป็นชีวิตจิตใจ อธิบายว่า หมอลำถือเป็น การละเล่นและเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนอีสานที่เข้มข้นที่สุด การนำเสนอหมอลำมักมาคู่กับ “แคน” เครื่องดนตรีอีสานที่เป็นเอกลักษณ์ของคนอีสานที่สามารถสื่อหรือตีแผ่กระจายไปยัง คนฟังเพลงให้รับรู้ว่าเป็นคนตรีของคนอีสาน รวมทั้งการสร้างอรรถรสให้กับคนอีสานที่เชื่อมหรือ ยึดโยงความรู้สึกร่วมของคนอีสาน เพราะหมอลำและเสียงแคนคือ ส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิต ของคนอีสาน

“หมอลำ ก็เป็นการละเล่นหรือเป็นวัฒนธรรมของอีสานขนานแท้โดยตรง ก็จะมีหมอลำก็ จะแบ่งเป็นหลายประเภท ก็มีลำเดิน ลำเพลิน ลำซิ่ง ลำกลอน ลำเต้ย อะไรประมาณนี้ เขาก็ จะมีแบบการละเล่น คือหมอลำ นั่นแหละ ก็ร้องนำเป็นกลอน มันก็จะมีดนตรีที่เป็นแบบว่า ควบคู่กับการร้องหมอลำ นั่นคือเป็นแคน ดังนั้น แคนจึงเป็นสัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่ว่าเวลาคน ฟังแบบ เออนี่แหละเพลงอีสาน คนตรีอีสาน มันเป็นกลิ่นอาย มันเป็นตัวแทนของคนอีสาน อะไรประมาณนี้ ทำไมเพลงไมค์ ภิรมย์พร เพลงไผ่ พงศธร เพลงตาย อรทัย ของแกรมมี่เขา ต้องใช้แคน เพราะว่ามันเป็นเอกลักษณ์ มันเป็นแบบว่า สัญลักษณ์ของความเป็นคนอีสานที่ ดีแน่แล้ว พอฟังปุ๊บมันได้อรรถรสแล้วมันเข้าใจเลยว่า นี่แหละคืออีสานขนานแท้ ทำไมคน อีสานได้ฟังเสียงแคนเสียงโหวดแล้วจะต้องคิดถึงบ้าน เพราะว่า หนึ่ง โดยที่ที่เราเกิดมาเรา อยู่กับคนตรีพวกนี้ไง ขับกล่อม ลำเนา ภูมิลำเนาของเรา ไม่ว่าจะป็นรำผีฟ้า รำแม่มด งาน ศพ งานมงคล งานอวมงคลทุกอย่างก็ต้องมีแคน มันก็有一部分ของการดำรงชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ต้องใช้แคน”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ดังที่เค็ก ได้อธิบายได้เพิ่มว่า นอกจากหมอลำจะแสดงให้เห็นว่า คนอีสานชอบความสนุกสนานการที่มีวิถีชีวิต โอปองลูกทุ่งอีสานคัดเลือกวัฒนธรรมหมอลำ-หมอลำแคนมานำเสนอ นั้น เป็นเพราะหมอลำก็มีกระจายอยู่ให้เห็นในทุกจังหวัด จึงสามารถรับฟังและเข้าใจกันได้ ในวงกว้าง รวมทั้งเป็นสิ่งที่ผู้คนสามารถรับรู้ได้ว่า หมอลำ คือ วัฒนธรรมของคนอีสาน

“คนอีสานชอบความสนุก หมอลำมันคือสนุกสุด ที่ได้เจ้กัน หมอคนอีสานเขาก็มีทุกจังหวัด แต่ละวงก็อาจจะไม่ได้อยู่ในจังหวัดเดียวกัน แต่ละจังหวัดรู้จักแต่ละวงของบ้านตัวเองที่เคยเล่นกัน อีกอย่างวงหมอลำเขาก็ได้รับงานจ้างไปทั่วประเทศ ภาคใต้ภาคเหนือก็ฟังหมอลำ หรืออาจจะเป็นเพราะคนอีสานอยู่เยอะ คนอีสานไปอยู่ทุกที่ แล้วก็เลยเลือกหมอลำมาเพราะเหมือนว่าคนภาคอื่น เข้าใจว่ามันคือวัฒนธรรมของอีสาน เป็นแบบนี้ใหม่”

เค็ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้เลยว่า ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสความหมายตรงกันว่า “หมอลำ” ถือเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม หรือเป็นต้นฉบับ (Original) ของความเป็นอีสานที่มีการพัฒนาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่สื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตและรากเหง้าของคนอีสานที่ชัดเจนที่สุด และบรรจุความคิดความเชื่อของคนอีสานเอาไว้ด้วย และกลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม มองสอดคล้องกันว่า หมอลำ เป็นภาพตัวแทน (representation) ที่โดดเด่นที่สร้างการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมดนตรีของคนอีสานให้กับคนภาคอื่น ๆ ได้รับรู้ และแสดงถึงความสนุกสนานของคนอีสาน และในปัจจุบันภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเองก็มักจะนำเสนอให้เห็นถึงการดัดแปลง และเปลี่ยนแปลงของรูปแบบหมอลำ ที่เปลี่ยนไปเป็นหมอลำประยุกต์ ผสมผสานกับดนตรีในวัฒนธรรมอื่น ๆ หรือผนวกกับแนวเพลงสมัยใหม่ แต่ภาพเหล่านี้ก็ยังนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่า ความสนุกสนานในวิถีชีวิตของคนอีสาน ที่วันนี้เปลี่ยนโฉมหน้าทำให้ผู้คนในสังคมเข้าถึงและสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัยมากยิ่งขึ้น

2. ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน

ตารางที่ 6.5 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
<p>- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) เครื่องดนตรีอีสานแค่บางประเภทเท่านั้นมานำเสนอ เช่น เช่น พิณ แคน โหวด โปงกลาง ไหซอง กลองหาง เป็นต้น และเป็นเครื่องดนตรีที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสาน ที่แตกต่างไม่เหมือนดนตรีในภาคใด</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเรชั่นเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการคัดสรรเครื่องดนตรีอีสานแค่บางชนิดขึ้นมานำเสนอ เพราะมองว่าเครื่องดนตรีอีสานเหล่านั้นมีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ด้านดนตรีของคนอีสาน รวมถึงเป็นเครื่องดนตรีหลักที่มีความไพเราะเฉพาะตัวและเป็นสร้างอัตลักษณ์ด้านดนตรีที่นำเสนอถึงวัฒนธรรมอีสานได้ในภาพรวมที่สามารถนำไปผสมผสานกับเครื่องดนตรีอื่น ๆ ได้</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเรชั่นวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการคัดสรรเครื่องดนตรีอีสานแค่บางชนิดขึ้นมานำเสนอ เพราะมองว่าแคน พิณ โหวด โปงกลาง ถือเป็นเครื่องบ่งชี้ (Identity Marker) ความเป็นอีสานได้ชัดเจนที่สุด เป็นเครื่องดนตรีที่มีความไพเราะและเสน่ห์เฉพาะตัว รวมถึงเป็นเครื่องดนตรีที่ได้รับความนิยม เป็นที่รู้จักของผู้คนในวงกว้าง เป็นดังอัตลักษณ์ด้านเครื่องดนตรีของคนอีสานที่ชัดเจนที่สุด</p>

ตารางที่ 6.5 (ต่อ)

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
<p>- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเพิ่มเครื่องดนตรีจากวัฒนธรรมส่วนกลาง เช่น กลอง กีตาร์ไฟฟ้า เบส เปียโน มารวมบรรเลงผสมผสานในมิวสิกวิดีโอ และมีการนำมีท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่นเข้ามาทั้งการร้องแบบแร็ป การร้องเพลงแบบอาร์แอนด์บี มาผสมผสานทำให้เพลงลูกทุ่งอีสานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้ภาพของความเป็นอีสานดูสนุกสนานและร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น</p>	<p>- ผู้รับสารเจเนเรชันเอ็กซ์ ส่วนใหญ่ถอดรหัสในเชิงยอมรับการเพิ่มเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาเพราะเป็นการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยและตอบสนองความต้องการของคนฟังเพลงที่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นมากขึ้น</p> <p>แต่อย่างไรก็ดีมีกลุ่มผู้รับสารบางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง โดยมองว่า แม้ว่าการผสมผสานเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามานั้นจะทำให้ดูมีความร่วมสมัย ซึ่งอาจจะเป็นข้อดีสำหรับคนฟังเพลงคนชมในภาคอื่น ๆ แต่สำหรับคนฟังที่เป็นคนอีสานแบบดั้งเดิม มองว่า เพลงเหล่านี้อาจจะมีไพเราะที่ลดน้อยลง ไม่เหมือนกันกับเพลงลูกทุ่งอีสานในอดีต แต่ก็สามารถอยู่ในระดับที่รับได้กับการผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามา แต่อย่างไรก็ขอให้ยึดเครื่องดนตรีแบบอีสานไว้เป็นตัวหลักอนุญาตให้เครื่องดนตรีอื่นเข้ามาผสมผสาน แต่ไม่ใช่การแทนที่</p>	<p>- ผู้รับสารเจเนเรชันวาย ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า การนำเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงของวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามานั้น นำเสนอให้เห็นถึงผสมผสานดนตรีอีสานกับดนตรีสากล แนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาใช้ ทำให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น เปรียบเสมือนเป็นการยกระดับของดนตรีอีสานสู่สากล มีความสนุกสนานและมีความไพเราะมากยิ่งขึ้น</p>

จากตารางที่ 6.5 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ประเด็น ตามข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) เครื่องดนตรีอีสานแค่บางประเภทเท่านั้นมานำเสนอ

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง ประเภทของเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่าเครื่องดนตรีอีสาน เช่น พิณ แคน โหวด โปงลาง เป็นเครื่องดนตรีที่นำเสนอความเป็นอีสานได้ชัดเจนที่สุด และถือเป็นเสน่ห์ของเครื่องดนตรีอีสานที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักทั้งคนอีสานและคนในภูมิภาคอื่น ๆ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “เครื่องดนตรีอีสานนั้นมีหลากหลาย แต่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่ มักเลือกสรรเครื่องดนตรีแค่บางประเภทเช่น พิณ แคน โหวด โปงลาง ไหซอง กลองหาง เป็นต้น ขึ้นมานำเสนอ ท่านคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอเช่นนี้ในมิวสิกวิดีโอ” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของพิมพ์และแก้วที่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยทั้ง 2 คน แสดงทัศนคติสอดคล้องกันว่า เป็นกระบวนการคัดสรรเฉพาะเครื่องดนตรีอีสานที่มีความโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน รวมทั้งเครื่องดนตรีเหล่านั้นเป็นเครื่องดนตรีหลักที่มีความไพเราะเฉพาะตัวและเป็นสร้างอัตลักษณ์ด้านดนตรีที่นำเสนอถึงวัฒนธรรมอีสานได้ในภาพรวม

“ที่คิดว่ามันฟังง่ายและเสียงมันก็เพราะ พิณกับแคนมันเป็นของคู่อีสานเลย ที่ทุกจังหวัดเข้าใจแต่ถ้าเกิดเป็นโหวดมันก็จะเฉพาะเจาะจงกับบางกลุ่ม โปงลางมันก็เฉพาะเจาะจงเป็นบางกลุ่ม โปงลางจะเป็นพวกกลุ่มภูไท ก็กับกับมันก็เป็นแค่เครื่องประกอบไม่ใช่เครื่องดนตรีเด่นของวงนั้น ๆ มันเป็นแค่ตัวให้จังหวะ ไม่ใช่ตัวเดินเรื่อง แต่ตัวที่มันเดินเรื่องมันจะเป็นพิณกับแคน ก็คือเลือกตัวเด่น ๆ มา”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

“ถามว่าทำไมมันถึงเลือกขึ้นมาบางตัวซะใหม่ พี่ก็ยังคงว่ามันก็ยังเป็นอัตลักษณ์ก็ยังเป็นจุดเด่นของมันอยู่ ก็จุดเด่นของแต่ละตัวเสียงมันก็จะสร้างเอกลักษณ์ อย่างพินก็เป็นเสียงแบบนี้เลย โทวคก็จะไปอีกชุดหนึ่ง ถึงแม้มันจะเป็น โค เร มี เหมือนกันแต่เสียงมันก็จะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน มันก็จะดึงจุดเด่นของแต่ละตัวมารวมกันให้มันมาผสมผสานกัน”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับนึม ที่มองว่า แคน พิน นั้นถือเป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นดังเครื่องบ่งชี้ของคอนีसान (Identity Marker) ที่ค่ายเพลงหรือผู้แต่งเพลงต้องการสืบสานหรือดำรงไว้

“แคน พิน พวกนี้น่าจะเป็นสัญลักษณ์ของเครื่องดนตรีของภาคอีสานที่ต้องดำรงไว้ คนแต่งเพลงเขาเลยเลือกมาอันดับแรกจะเป็นแคน แบบนี้ อีกอย่างมันเป็นสิ่งที่คนเขารู้จัก หรือเคยเห็นบ่อยอยู่แล้วทั้งในโทรทัศน์ หรือที่ต่าง ๆ”

นึม , สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ ดวงคิดเห็นว่า อีกหนึ่งตัวแปรสำคัญที่ทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเลือกพิน แคน มานำเสนอเป็นส่วนใหญ่ นั่น เพราะเหตุผลด้านระดับเสียง หรือ โทนเสียง ที่สามารถนำไปผสมผสานกับเครื่องดนตรีอื่น ๆ ได้อย่างลงตัวและมีความไพเราะมากกว่า โดยเสียงพิน แคน ยังเป็นสิ่งที่สื่อสารในการสร้างความรู้สึกร่วมให้กับคอนีसानในการทบทวนตัวตน

“พี่คิดว่าดนตรีที่เขาคัดเลือกมา ระดับเสียง โทนเสียงมันคงเข้ากับดนตรีปัจจุบัน พอเอามาผสมผสานกันมันทำให้เพราะกว่าอย่างอื่น แล้วมันน่าจะเป็นเครื่องดนตรีที่เด่นของอีสาน เพราะว่าเสียงมันก็เพราะและเสียงมันก็ดังด้วย มันทำให้มีอารมณ์อย่างช่วงหน้าเกี่ยวข้าว ทำให้คนคิดถึงช่วงนี้ได้ แบบเสียง แคนกับพินมันไปด้วยกัน”

ดวง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับแดงที่มองว่า พิน แคน คือ สิ่งที่สื่อสารแล้วเข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดนตรีของคอนีसान เป็นตัวแทน หรืออัตลักษณ์แทนตัวตนของคอนีसानที่เข้มข้นที่สุดที่สามารถสื่อสารไปกับผู้คนในสังคมได้เข้าใจร่วมกันได้ทุกย่อมหู้า รวมทั้งสอดคล้องกับในชีวิตความเป็นจริงที่เด็กรุ่นใหม่ก็เลือกการเรียนดนตรีอีสาน โดยเฉพาะพิน แคน เพราะเป็นเครื่องดนตรีที่มีความไพเราะและสามารถใช้ได้หลากหลาย

“พวกนี้มันบอกได้ทุกอย่างอยู่แล้วว่า ไปที่ไหนเขาก็จะรู้ทันทีว่าเราคือคนอีสาน ถ้าใช้ แคนสื่อความเป็นตัวตนของเรา แต่ถ้าใช้อย่างอื่นมันยาก มันลึกไป และก็นั่นแหละ อย่าง เด็ก ๆ ทุกวันนี้เขาก็เวลาไปเรียนดนตรีเขาก็จะเลือกเรียนพิณ แคน มันใช้ได้หลากหลาย และก็ถ้าเขาเรียกว่ามันมาก ๆ อะคะ มันมองเห็นชัดเลยว่า ถ้าเราอีสานก็ต้องหยิบพิณ แคน ขึ้นมาเล่น ประมาณนี้”

แดง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิต โอเพนดุกทุ่งอีสานเสนอมาน โดยมองว่า แคน พิณ โหวด โปงกลาง ถือเป็นเครื่องบ่งชี้ (Identity Marker) ความเป็นอีสาน ได้ชัดเจนที่สุด เป็นเครื่องดนตรีที่มีความไพเราะและเสน่ห์เฉพาะตัว รวมถึงเป็นเครื่องดนตรีที่ได้รับความนิยม เป็นที่รู้จักของผู้คนในวงกว้าง เป็นดังอัตลักษณ์ด้านเครื่องดนตรีที่ชัดเจนที่สุดเมื่อพูดถึงดนตรีอีสาน โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของชาย ที่มองว่า แคน โหวด โปงกลาง พิณ ถือเป็นเครื่องดนตรีที่มีความเฉพาะตัว และเป็นเครื่องบ่งชี้ (Identity Marker) ที่สื่อถึงการเป็นอีสานได้อย่างชัดเจน รวมทั้งตัวแปรด้านความนิยมที่คัดเลือกเฉพาะเครื่องดนตรีที่มีความนิยมมานำเสนอ และดนตรีอีสานที่คัดเลือกมานั้นมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนเครื่องดนตรีในภาคอื่น ๆ

“เราว่ามันน่าจะเป็นตัวที่บ่งชี้ความเป็นอีสานได้ชัดเจนที่สุด น่าจะเป็นเสน่ห์ของเครื่องดนตรีได้มากที่สุด ส่วนดนตรีอีสานอันอื่นมันไม่ได้รับความนิยม บางอย่างเราคนอีสานเองยังไม่รู้จักเลย เราก็รู้จักแค่นี้ที่พอเอามารวมกันแล้วก็คืออีสาน ถ้าพูดถึงโหวดภาคใต้มีไหมก็ไม่มี พิณภาคใต้ก็ไม่มี เหนือมีพิณใหม่ที่คนเห็นชัดของอีสาน ก็มีแค่ แคน โหวด โปงกลาง พิณ พวกนี้”

ชาย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

อีกทั้งในทัศนะของผู้ที่มองว่า เสียงพิณ เสียงแคน มีความไพเราะเฉพาะตัว เป็นการสื่อสารความหมายผ่านเครื่องดนตรีที่เข้าถึงอารมณ์ของคนอีสานได้เป็นอย่างดี และการเลือกใช้

เครื่องดนตรี เช่น พิณ แคน นั้นถือเป็นส่วนหนึ่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ด้านดนตรีของคนอีสานอีกด้วย

“ตุ๊กก็ชอบเสียงพิณเสียงแคน นักร้องเองก็เลือกเสียงพิณเสียงแคน เพราะมันเป็นการสื่อความหมายในการเป็นอีสานได้ตรงไปตรงมา เครื่องดนตรีอื่น ๆ มันก็มีหลายอย่าง แต่ส่วนใหญ่ก็จะใช้ลักษณะที่มีเครื่องดนตรีกลาง ๆ และความไพเราะของมันด้วย มันเป็นเครื่องดนตรีที่ไม่ต้องแปลงอะไรเลย อัตลักษณ์ก็รู้ว่านี่คืออีสาน เลยมองว่าเขาชอบใช้กัน เวลานั้นคนตรีเขาใช้ส่วนใหญ่เขาก็จะขึ้นมาแบบนี้ แบบเสียงพิณเสียงแคน ส่วนหนึ่งก็จะมีการสร้างอัตลักษณ์”

ตุ๊ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

รวมทั้ง วิ ก็ได้อธิบายไว้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมองว่า แม้ว่าอีสานจะมีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมดนตรี และเครื่องดนตรีที่ใช้แต่ละพื้นที่ก็มาเหมือนกัน แต่ส่วนใหญ่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะ พิณ แคน เป็นเพราะถือเป็นเครื่องดนตรีหลักของคนอีสานในภาพรวม และเป็นรากเหง้าของคนอีสานที่มีการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ที่ใช้เครื่องดนตรีเหล่านี้ในชีวิตประจำวันและประเพณีต่าง ๆ ของคนอีสานก็จำเป็นต้องมีแคน เป็นสัญลักษณ์

“จริงๆ แล้ว ไม่ว่าอีสานเหนือ อีสานใต้ เขาจะใช้พิณกับแคน โหวก เหมือนกันนะ เพียงแต่ว่าอีสานเหนืออีสานใต้ เขาจะมีดนตรี คือ มีพิณ มีแคน มีโหวก อะไรประมาณนี้ แต่ว่าแต่ละพื้นที่เขาก็จะเน้นเครื่องดนตรี ไปไม่เหมือนกัน โดยส่วนใหญ่แล้ว โดย MV เพลงหรือเพลงอีสานเขาก็จะหลักๆ เลย จะมีโหวกส่วนใหญ่กับแคนที่เอามาใช้เพราะว่าชนชาติบรรพบุรุษของเราในการร้อง การรำ หรือประเพณีพื้นบ้าน ไม่ว่าจะรุ่นไหน ๆ สืบทอดกันมา ก็จะมีแค่โหวก แคน แค่นี้แหละ แคนจะเป็นดนตรีชิ้นหนึ่งที่แบบสำคัญที่สุด ไม่ว่าจะอีสานเหนือ อีสานใต้ แคนจะเป็นเอกลักษณ์นี้แหละว่า ดอกกุณเสียงแคนนี้แหละก็คือที่มาที่ไปของภาคอีสานเลยประมาณนี้”

วิ, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้ว่าผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับการคัดเลือกเครื่องดนตรีแค่บางประเภท ขึ้นมานำเสนอในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยเห็นด้วยกับการคัดเลือกเฉพาะ พิณ แคน ที่ถือเป็นเครื่องดนตรีที่เป็นที่นิยม และถือเป็นเครื่องดนตรีที่เป็นตัวแทนของคนอีสานที่ชัดเจนที่สุด ที่สามารถสื่อสารกันได้ทั้งคนอีสาน และผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ให้รับรู้และเข้าใจได้ว่าเป็นเครื่องดนตรีของคนอีสานที่มีความโดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกับเครื่องดนตรีในภูมิภาคอื่น ๆ อีกด้วย

2. มีการเพิ่มเครื่องดนตรีจากวัฒนธรรมอื่น รวมทั้งนำท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่น ๆ มาผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง การเพิ่มเครื่องดนตรีจากวัฒนธรรมอื่น รวมทั้งนำท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่น ๆ มาผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม มีการถอดรหัสที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้รับสาร Generation X ส่วนใหญ่ และกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การนำเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงของวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามานั้น นำเสนอให้เห็นถึงผสมผสานดนตรีอีสานกับดนตรีสากล หรือการนำแนวเพลงป๊อป แร็ปเข้ามาใช้ ทำให้มิวสิกวิดีโอมีความร่วมสมัยมากขึ้น เปรียบเสมือนเป็นการยกระดับของดนตรีอีสานสู่สากลที่มีความลงตัวกับการผสมพิณ แคน ไปกับดนตรีสากล ทำให้ดนตรีอีสานมีความสนุกสนานและมีความไพเราะมากยิ่งขึ้น

แต่อย่างไรก็ดี มีกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่ก็ได้คัดค้านโดยตรง มองว่า ถึงแม้ว่าการผสมผสานเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นจะทำให้มีความร่วมสมัย ซึ่งอาจจะเป็นข้อดีสำหรับคนฟังเพลงคนชมในภาคอื่น ๆ แต่สำหรับคนฟังที่เป็นคนอีสานแบบดั้งเดิม มองว่า เพลงเหล่านี้อาจจะมีความไพเราะที่ลดน้อยลง ไม่เหมือนกันกับเพลงลูกทุ่งอีสานในอดีต แต่ก็สามารถอยู่ในระดับที่รับได้กับการผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามาแต่ไม่ใช่การแทนที่ และขอให้ยึดเครื่องดนตรีแบบอีสานไว้เป็นตัวหลักด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการนำเครื่องดนตรีอื่น ๆ ทั้งกลอง กีตาร์ไฟฟ้า เบส เปียโน รวมทั้งการร้องแบบแร็ป การร้องแบบอาร์แอนด์บี มาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ท่านคิดเห็นอย่างไร ยอมรับได้หรือไม่ อย่างไร” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

จากคำสัมภาษณ์ของนก ในฐานะคนอีสานที่ได้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในกรุงเทพฯ แต่ยังคงหลงรักและฟังเพลงลูกทุ่งอีสานทุกวัน เธอมองว่า การผสมผสานดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ มาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเป็นสิ่งที่เธอยอมรับได้ เพราะทำให้เกิดความสนุกสนานไปอีกแบบหนึ่ง และถึงแม้เธอจะมีอายุกว่า 50 ปี แต่ก็มีหัวใจเป็นวัยรุ่น ยอมรับได้กับการผสมผสาน เพราะมิวสิกวิดีโอจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย

“มันก็สื่อถึงวัฒนธรรมของคนอีสาน ก็คือนะ ที่เอาดนตรีอื่น ๆ มาผสมรับได้นะ มันก็จะทำให้สนุกและครึกครื้นไปอีกแบบหนึ่ง ถ้าเรามีแต่ของอีสานแท้ ๆ เลยมันก็จะดูแบบ เศร้า ๆ ไปหน่อย แต่ถ้ามีตัวพวกนี้มาช่วยมันก็จะสนุกสนานขึ้นมา บางเพลงมีเรปมีอะไรเข้ามา ก็สนุกสนานขึ้นไปอีก เหมือนแบบเบิร์ดกับจินตหรา พัฒนาขึ้นตามยุคตามสมัย บางเพลงก็ดูแบบสดริงเลย ถ้ามว่าดีไหม สำหรับวัยรุ่นเขาก็ชอบมาในทำนองนี้ แต่ถ้าคนแก่ก็จะบอกอีกแบบ คนแก่เขาก็จะไม่ค่อยชอบ แต่วัยรุ่นชอบ เด็กสมัยนี้ชอบแบบนี้ เราก็รับได้ เพราะใจเป็นวัยรุ่น”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับ พัน ที่มองว่า การผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ หรือแนวเพลงแบบอื่นเข้ามาผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ก็ยังทำให้เพลงดูทันสมัย และมีความสุขเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการแนะนำเครื่องดนตรีอีสานที่ทำให้ชาวต่างชาติที่รับฟังเพลงอีสาน สามารถรับรู้และรู้จักเครื่องดนตรีอีสานไปในตัวอีกด้วย

“ดนตรีผมว่านะที่เขาเสนอคนตรีอีสาน เครื่องดนตรีอีสานเพื่อที่จะโชว์เมืองไทย คือ ฝรั่งจะได้เล่นเป็นนี่คือหลักการแนะนำของภาคอีสานแนะนำดนตรี แนะนำพิณ แนะนำโหวด เขาจะได้สนใจให้ฝรั่งเขาเล่นเป็นด้วย และที่บอกว่าผสมดนตรีอื่นๆเข้ามาตอนนี้ก็เหมือนคำสัมภาษณ์ว่าแค่นี้แหละ แต่ว่ามันก็ไปเสริมผสมชนิดหนึ่งแล้วมันจะอ่อยขึ้น อ่อยแล้วอ่อยขึ้น ไปอีก ดี มันก็ดูทันสมัย เดียวก็มี Hip-hop ขึ้นมาอีกภาษาลาว เรปด้วย มันก็ดี จังหวะมันก็ได้”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของแคล้ว ถึงแม้ว่าตนเองจะมีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิม ทั้งการเป็นนักร้องในวงดนตรีลูกทุ่งกับการมีคุณแม่เป็นนางเอกหมอลำ แต่ก็สามารถยอมรับกับการผสมผสานเครื่องดนตรีและแนวเพลงอื่น ๆ ที่เข้ามาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยมองว่า การผสมผสานดังกล่าวนี้ ถือเป็น การตอบสนองความต้องการของคนฟังเพลงที่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นมากขึ้น และเขามองว่า เพลงอีสานเปรียบเสมือนเป็นดั่งพื้นที่เปิด (Open Text) ที่เปิดโอกาสให้แนวเพลงเข้าร่วมผสมผสานได้ และสามารถทำให้คนภูมิภาคอื่น ๆ เข้ามาเรียนรู้วัฒนธรรมของคนอีสานอีกด้วย

“พอมานั่งกลอง ไล่เบส กีตาร์ มันตอบสนองความต้องการของคนฟังทุกวันนี้มากกว่า คนตรีมันเยอะขึ้นมันมากขึ้นสนุกขึ้น และกลายเป็นขายเสียงคนตรีมากขึ้นมากกว่า ความหมายของเพลง ที่รับได้โดยนะ แต่เผชิญเราอยู่กับคนแก่ที่บ้านเรามีคนแก่ เขาก็จะบอกว่าเสียงคนตรีอะไรฟังไม่รู้เรื่อง แต่เรารับได้ เหมือนเพราะเรียกกระแส เหมือนตอนช่วงหนึ่งที่เบิร์ดมาจินตหรา หรือตอนศิริพรมากับ *Bodyslam* ชุดนั้นมันดังมาก ที่มองว่าเพลงอีสานมันเป็นพื้นของเพลงที่มันเปิดโอกาสให้แร็ปเปอร์ ให้เพลงยุคโน้นยุคนี้ สามารถเข้ามารวมกัน ที่มองว่าเพลงอีสานมันเป็นพื้นฐานของที่มันสามารถต่อไปได้หลาย ๆ อันและเปิดโอกาสให้ เข้ามาเรียนรู้ภาษาอีสานมากขึ้นเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เข้ามาเรียนรู้ เข้ามาถึงภาษาอีสานเรามากขึ้น ที่มองเป็นโอกาสที่เพลงอีสานจะได้มีโอกาสสื่อสารไปกับกลุ่มอื่น ๆ”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับดวง ที่ถอดรหัสด้วยการยอมรับกับการเพิ่มเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพราะมองว่า เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้ดูโดดเด่นและเป็นปรับตัวตามยุคสมัย และมีความไพเราะไปอีกแบบที่แตกต่างจากเพลงยุคเดิม เพราะหากถ้ามีเพียงแค่คนตรีอีสาน อาจสร้างความน่าเบื่อจำเจในการฟังเพลงนั่นเอง

“ความรู้สึกส่วนตัวที่ชอบ ที่ว่ามันเพราะ ไปอีกแบบ ที่รับได้เลยที่ว่ามันเพราะ ที่ว่าทันสมัยขึ้น แล้วมันดูโดดเด่นขึ้น มันก็คื้ก็ตามยุคตามสมัยไป แต่ถ้าเป็นลูกทุ่งก็อยากให้มีลูกทุ่งเหลืออยู่บ้างไม่ใช่แบบเดิม แต่ให้มันกลาง ๆ บ้าง คน อายุ 60 ขึ้น เขาก็ยังพอฟังไปได้อยู่ อย่างแม่ที่แคล้วจะ 80 แล้ว แก่ก็ยังชอบฟังเพลงลูกทุ่งเวลาเขาประกวดร้องเพลง ก็ยังฟังเพลงทุกวันนี้ ที่เขาประกวดร้องกันอยู่ทุกวันนี้ ที่ว่ามันดูทันสมัยแล้วก็เพราะกว่าเก่า และ

มันก็จะทำให้น่าเบื่อหรือเปล่า พี่ว่าถ้าเราจะเอาเฉพาะพินแคนมันก็น่าเบื่ออยู่นะ มันก็เลยก็
ต้องปรับให้เข้ากับยุคกับสมัยแหละ”

ควง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วนที่ถอครหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง ดังจะเห็นได้จากคำ สัมภาษณ์ของพิมพ์ ผู้ที่เติบโตด้วยการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานในยุคเดิม มองว่า การผสมผสานเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ เขามานั้นทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีความทันสมัยขึ้น เพราะ เพลงขยายขอบเขตของกลุ่มคนฟังที่เป็นเด็กวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น ถือเป็นารผสมผสานทางวัฒนธรรมที่ ยอมรับได้ หากแต่ถ้าจะมีการต่อรองความหมายหากนำเครื่องดนตรีของวัฒนธรรมอื่นเข้ามาแทนที่ เครื่องดนตรีอีสาน ดังเช่นที่เธออธิบายว่า หากนำเอาแซกโซโฟนมาเป่าแทนแคนนั้นก็เป่าแทนที่ไม่ สามารถยอมรับได้

“ถ้าเกิดรวมวงที่เป็นคนตรีสากลมากขึ้น พี่ก็รับได้ คุณทันสมัยขึ้น แต่ความกลมกลืน เช่นกีตาร์ พิน แคนมันไปด้วยกันได้ มันก็มีวัฒนธรรมที่ผสมผสาน เช่น โหวดเขาก็เอาแซก โซโฟนมาผสมมันก็ไปด้วยกันได้ มันก็ไม่ได้เสียหายแต่ถ้าใน MV ถ้าเกิดมันเผยแพร่อ้อเอา แซกโซโฟนมาเป่าแทนแคน พี่ก็รับไม่ได้ ในการสื่อสารภาพถ้าเอาแทนไม่ได้แต่ถ้าเกิด เอามาผสมกันได้ ในมุมมองของพี่ถ้าเกิดฟังเสียงพินเสียงแคนอย่างเดียว มันก็ไม่ใช่ว่าเขา จะขายได้ เพราะว่าคนฟังมันก็ไม่ใช่ว่าจะกลุ่มพี่ มันมีกลุ่มเด็ก ๆ กลุ่มเยาวชน มี หลากหลายกลุ่มที่เป็นเพื่อนที่ต่างประเทศ เช่น คนภาคอื่น ๆ ส่วนที่ Rap พี่รับได้ แต่ก็ส่งผล ต่อคนยุคที่เลยพวกพี่ขึ้นไป หรือรุ่นพี่ที่เขาไม่รู้วัฒนธรรมการ Rap เขาอาจจะรับไม่ได้ แต่ ว่าพี่รับได้ เพราะว่า Rap ก็คือการสื่อให้มันดูทันสมัยขึ้น ของเด็กส่วนใหญ่เขาก็จะชอบ Rap เราก็ชอบก็บางครั้ง และร้องตามได้”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับบ๊า ถึงแม้ว่าจะย้ายเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ เป็นเวลานานหลายสิบปี แต่ด้วยความใกล้ชิดกับคนตรีอีสานแบบดั้งเดิมที่เคยมีประสบการณ์การไปตระเวนเล่นคนตรีอีสาน เพื่อหาขอเงินตามชุมชนในสังคมอีสานตอนที่ยังอาศัยอยู่ในภาคอีสาน ก็มองว่า การผสมผสาน เครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามามาก็ทำให้เพลงดูทันสมัยและเป็นผลดีต่อคนฟังที่เป็นคนภาคอื่น ๆ ที่

สามารถเข้าใจและสนุกสนานขึ้น แต่สำหรับเขาแล้วนั้น ยังคงชอบความไพเราะของเครื่องดนตรีอีสานแบบดั้งเดิมมากกว่า

“ถ้าสำหรับคนอีสานก็ไม่แน่ว่าชอบดีเท่าไร แต่ภาคกลางก็ดี คนภาคกลางนะ มันไม่เพราะเท่าไร แต่ก็รับได้ รับได้เพราะว่ามันทำให้คนตรีคูทันสมัยขึ้น แต่เรื่องของความไพเราะเรารู้สึกว่าแบบดั้งเดิมที่ใช้คนตรีอีสานมันเพราะกว่า”

บ๋่า, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

อีกทั้งในทัศนะของแดง ลูกหลานชาวนาในจังหวัดบึงกาฬที่ชื่นชอบการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานมาตั้งแต่ยุคอดีตก็แสดงความคิดเห็นสอดคล้องกัน โดยมองว่า การผสมผสานเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามานั้นเป็นเพราะยุคสมัย และประเด็นเรื่องของเทคโนโลยีที่มันเข้ามาเกี่ยวข้อง ถ้าจะสื่อสารด้วยเครื่องดนตรีอีสานแบบเดิม ๆ ทั้งหมดเลย ก็ไม่มีใครซื้อใครฟัง จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย แต่โดยส่วนตัวเธอยังยืนยันว่า ยังคงชื่นชอบเพลงลูกทุ่งอีสานแบบดั้งเดิมมากกว่า และความเข้มข้นในการอนุญาตให้นำเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่นๆ เข้ามาผสมได้นั้นอยู่ที่ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์

“ถามว่ารับได้ไหม มันก็รับได้แต่พี่ก็ชอบแบบเดิม ถึงแม้แบบนี้ว่ามันดูสนุก และมันทำให้คนตรีคูสมัยใหม่ขึ้นก็จริง สำหรับคนรุ่นใหม่ เขาก็อาจจะมองว่ามันดีที่รู้จักเอาเครื่องดนตรีเอาพวกนี้มาผสมผสานกัน ทำให้เกิดความน่าฟังยิ่งขึ้นตามยุคตามสมัย แต่ว่าตัวเราเองซึ่งอายุอานามประมาณนี้แล้ว เราก็ฟังไม่ค่อยรื่นหู เราก็จะพูดเสมอว่า ไม่รู้จะเอามาใส่ด้วยกันทำไม เพราะว่ายุคของพี่อาจจะเคยฟังแบบเดิมมา เพราะยุคสมัย เรื่องของเทคโนโลยีที่มันเข้ามาเกี่ยวข้อง ถ้ามันจะใช้แบบเดิมๆทั้งหมดเลย ก็ไม่มีใครซื้อใครฟัง มันก็ต้องปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยเขา แต่ว่าฟังเราเราก็ยังชอบแบบเดิมมากกว่า ถ้าถามว่าเอามาผสมได้กี่เปอร์เซ็นต์ ก็ 10 เปอร์เซ็นต์ ประมาณนั้นค่ะ”

แดง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

ในขณะที่กลุ่มผู้รับสาร Generation Y ทั้งหมดก็ถอครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมาน โดยมองว่า การผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ ถือเป็นประยุคต์เครื่องดนตรี ให้มีความร่วมสมัย เพื่อสร้างความแปลกใหม่ด้านดนตรีเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนฟังที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น การ

ผสมผสานเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นเป็นสิ่งที่ลงตัว ยอมรับได้ และไม่ได้เป็นสิ่งที่ทำให้สูญเสียคุณค่าความเป็นอีสาน แต่เป็นการยกระดับเพลงอีสานสู่ความสากลอีกด้วย รวมทั้งขึ้นอยู่กับมุมมองของคนฟังเพลง โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ตัวอย่างจากคำสัมภาษณ์ของหนุ่มๆ ที่มองว่า การผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามานั้นถือเป็นการประยุกต์เครื่องดนตรีให้ดูมีความร่วมสมัย แปลกใหม่ และเพื่อต้องการจับกลุ่มตลาดคนฟังใหม่ ที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งก็ยังมีเพลงลูกทุ่งอีสานบางส่วนที่ยังคงตามแบบแผนวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิมไว้เช่นกัน

“มันก็ดูเป็นการประยุกต์เครื่องดนตรี ให้มันดูร่วมสมัย แต่ว่ามันก็จะมิกซ์ลูกทุ่งที่มันจะแบ่งแบบอนุรักษ์ไว้มาก ๆ ก็ยังมีอยู่ แต่อีกกลุ่มสมัยใหม่ที่ต้องการจับผู้ฟังใหม่ ๆ เขาอยากที่จะทำให้มันแปลกใหม่ อยากจะให้มันดูมีอะไรขึ้นมาที่มันไม่ซ้ำกับของเดิม แต่การเสพเพลงพวกนี้แล้วสุดท้ายมันก็เพื่อการบันเทิงให้เราแค่นั้น มันก็เป็นอะไรใหม่ ๆ จากที่เราเคยฟังแนวลูกทุ่งเดิม ๆ เวลาเราฟังมันก็ทำให้เรา อยากไปดู MV พอดูแล้วก็รู้ว่ามันเป็นเพลงลูกทุ่ง และเขาพยายามประยุกต์มันให้มันเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น อาจจะมาเจาะกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น มันก็เป็นอุตสาหกรรมด้วย มันเป็นเรื่องของยุคสมัย มันไม่มีผิดหรือ ถ้าถามว่ากลัวจะสูญเสียอัตลักษณ์ไหม มันก็จะมีอีกกลุ่มหนึ่งที่ขายยังคงอนุรักษ์เหล่านั้นไว้รับได้”

หนุ่ม, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับคำสัมภาษณ์ของต่ายและปอ ที่แสดงทัศนคติสอดคล้องกัน โดยให้เหตุผลว่า การผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ หรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามายังเป็นการทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งมีแปลกใหม่ และมีความโมเดิร์นมากยิ่งขึ้น เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เจาะกลุ่มตลาดคนฟังที่มีความหลากหลาย และเป็นเรื่องของของธุรกิจเพลงที่ต้องขยายตลาดคนฟังเพลงให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และการผสมผสานเหล่านี้ยังส่งผลดีกับสังคมอีสานที่ทำให้ผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมของคนอีสานได้ง่ายขึ้นผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

“ปอมองว่าเป็นความแปลกใหม่ เป็นการร่วมสมัย สำหรับตัวปอจะมองลูกทุ่งเป็น 2 แบบ ก็คือแบบลูกทุ่งจ๋าเลย และเป็นลูกทุ่งแบบร่วมสมัย อย่าง MV ตัวสุดท้าย มันเป็นความแปลก

ใหม่ผ่านตามยุคตามสมัยรับ ได้ครับ คู่ร่วมสมัยที่มันมีการเอามา Mix กันของคนตรี ก็เป็นอีกแบบหนึ่ง มันเป็นความหลากหลายที่ผู้บริโภคโลกเลือกมากกว่ามองดูให้มันเป็นเรื่องของธุรกิจด้วย”

ปอ, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“มันก็โม่เคิร์นขึ้น ก็เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น เพราะว่าเวลาคนฟังเพลงเขาก็ฟังไปตามยุคตามสมัยของตลาด ความชอบรสนิยมก็เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย ส่วนถ้าถามว่าเป็นผลดีอะไรกับคนอีสานไหม กับเพลงที่มันเปลี่ยน คือเราว่า คนสามารถที่จะเข้าถึงวัฒนธรรมของคนอีสานได้ง่ายขึ้นผ่านบทเพลง เป็นที่รู้จักในวงกว้าง พอฟังเพลงแล้วเขารู้จักแล้ว พอไปอยู่ที่ไหนก็โอเค ว่าน่ารัก อันนี้พูดถึงความคิดส่วนตัวเรา”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

รวมทั้งทักษะของ นัท ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ ผู้ที่เคยมีประสบการณ์การเป็นนักร้องลูกทุ่งและสายเลือดของหมอลำจนทำให้ชื่นชอบการฟังเพลงและรับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอยู่เป็นประจำ ก็มองว่า แนวเพลงลูกทุ่งอีสานในปัจจุบันมีทั้งที่เป็นเพลงที่นำเสนอวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิม และเพลงที่เป็นการผสมผสาน โดยส่วนตัวเขาอธิบายว่า หากเพลงมีเพียงแค่เสียงพิณเสียงแคน แบบดั้งเดิมอาจจะไม่เข้าใจหรือเข้าถึงคนฟังเพลงรุ่นใหม่เพราะฉะนั้นการนำเครื่องดนตรีอีสาน เช่น พิณ แคน ไปผสมผสานกับคนตรีสากล หรือที่บางเพลงยังคงใช้ภาษาอีสานแต่แนวเพลงออกไปทางสตริง เขาก็ไม่ได้รู้สึกแปลก แต่กลับให้ความรู้สึกร่วมสมัย ถือเป็นการพัฒนาและยกระดับเพลงอีสานสู่ระดับความเป็นสากลขึ้นอีกด้วย

“เข้าใจความเป็นอีสานมันก็จะมึที่เป็นแบบอนุรักษ์นิยมมันก็มีอยู่แล้ว วัฒนธรรมดั้งเดิมอยู่แล้วที่ไม่ได้ผสมผสาน ส่วนที่เราเห็นมันก็มีมานานแล้วสำหรับการผสมผสานกับคนตรีสากล รู้สึกว่ามันก็ทำให้เพลงทันสมัยขึ้น ถ้าจะมีแต่เสียงพิณเสียงแคนเสียงกลอง ความเข้าใจความสนุกสนานความไพเราะของคนรุ่นใหม่ก็ฟังมันอาจจะไม่เทียบเท่าเพลงสากลเพลงสตริง แต่นี่คือการอัปเดต การพัฒนาที่ทำให้มันร่วมสมัย ถือว่าลงตัวด้วยซ้ำที่เราเห็นพิณเห็นแคนไปผสมผสานกับคนตรีสากล บางเพลงภาษามันอาจจะจะเป็นภาษาอีสานแต่แนวเพลงมันออกไปทางสตริง มันก็ไม่ได้แปลกแต่ผมรู้สึกว่ามันทันสมัย สมัยก่อนแนวเพลงแบบนี้มันหายาก ไม่ค่อยมีไม่มีใครกล้าแหวกแนว ทุกวันนี้มันเป็นการแหวกแนวไปในรูปแบบสากลมากขึ้น แต่ภาษายังคงเป็นภาษาอีสาน MV ก็ดูทันสมัยเหมือนกับเพลงสตริง

ในหลาย ๆ ยุคที่ผ่านมา มันกลับกลายเป็นว่าเป็นเพลงอีสานที่คู่กันสมัย รู้สึกว่ามัน โอเคลงตัวรับได้ เพราะว่ามันขึ้นอยู่ที่คนคนเสพมากกว่า ว่าเราชอบแบบไหนถ้าเราชอบดูแบบดั้งเดิมแล้วก็ไปหาดูแบบดั้งเดิมก็ได้ มันมีให้ดูหลายอย่าง”

นัท , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของวิ มองว่าการผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามาในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานเป็นปัจจัยด้านการตลาดที่ต้องสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสร้างจุดขาย หากแต่ว่าการใช้เสียงคีย์บอร์ดเล่นแทนเสียงดนตรีอีสาน ถึงแม้ไม่ใช่ของจริงก็สามารถรับได้ เพราะยังสามารถสร้างและสื่อสารความเป็นอีสานไว้ได้ พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงสามารถปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมตามยุคสมัยได้ เพราะในพื้นที่ของสื่อชุมชน เช่น วงโปงลาง หมอลำ ในชุมชนอีสานก็ยังรักษาขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมดนตรีแบบดั้งเดิมของคนอีสานไว้อยู่แล้ว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ที่ได้สร้างความภาคภูมิใจกับการเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรมอีสาน

“พี่ว่าคนตรีมัน ไม่มีพรมแดน คือแบบ พี่ชอบนะเวลาที่แบบว่าเขาเอาดนตรีอีสานมาดัดแปลงมาพัฒนาให้เข้ากับยุค เข้ากับสมัยเหมือนกับว่าวงออร์เคสตราเคยเอาแคนไปเป่าไซ้มัย ไปเล่นกับวงออร์เคสตราใหญ่ๆ พี่ก็ชอบ ฟังแล้วขนลุก อย่างน้อยเขาก็ยังให้ความสำคัญกับดนตรีอีสานแบบเล็ก ๆ พี่เข้าใจเจตนาธรรมย์ เข้าใจคนที่เขาทำสื่อพวกนี้ออกมา พอพูดเรื่อง MV เลยเพราะว่าหนึ่ง เขาไม่ได้ทำให้เฉพาะคนอีสานฟัง เขาต้องการตีตลาดให้คนทั่วประเทศ เหมือนคนทุกภาคได้ฟังว่าเนี่ยมันเป็นแบบนี้เนาะ อย่างพวกพี่เนี่ยเป็นคนอีสานแล้ว หนึ่งพี่ก็จะมีความคิดว่าคนตรีพื้นบ้านที่อยู่ข้าง ๆ ตัวพี่เลยอย่างรำแม่มด รำผีฟ้า รำแก๊บน หรือว่ารำโน่นนี่นั่น มีหมอลำ มีอะไรอย่างนี้ ซึ่งองค์ประกอบพวกนี้ มันอยู่รอบ ๆ พวกพี่อยู่แล้ว เพราะว่าด้วยพื้นที่และความเป็นอยู่สิ่งแวดล้อมรอบตัวเรานั้นยังคงเหมือนเดิม ใจ อย่างน้อยในพื้นที่ท้องถิ่นของพี่ มันก็ยังมียัง วงโปงลาง ยังมีการประกวดวงโปงลาง หมอลำ เขาก็ยังรักษาแบบดั้งเดิมไว้ รำภูไท ยังอยู่เหมือนเดิม แต่ใน MV เราก็ต้องโฟกัส เราก็ต้องมองว่าเป็นภาคส่วนของธุรกิจในการทำเพื่อที่จะออกมาแบบว่าสู่สายตาสาธารณชน เพื่อต้องการกำไร เราเข้าใจ ณ ตรงนี้ ของคนที่เขาต้องการทำงานออกมาเพื่อที่จะให้เป็นจุดขายของเขาอะไรแต่ถามว่า ทุกครั้งต่อให้เป็นคนตรีที่มาเล่นทดแทน แต่มันก็ยังเป็นเสียงที่เหมือนเราได้ยิน เหมือนเสียงแคน เสียงอะไร เสียงคีย์บอร์ดที่มาเล่นแทนเสียงดนตรีอีสาน มันก็ยังนึกถึงความเป็นอีสานของที่อยู่ดี เพราะว่าหนึ่ง เรามีคนตรีในสายเลือด เรามีความรู้สึกว่า เฮ้ย ต่อให้ไม่มีชิ้นงานของเรา หรือชิ้นดนตรีที่เราชอบของแท้ ๆ

อยู่ในนั้น แต่ว่าเราได้ยินแค่เสียงมันมันก็โอเคนะ พิกี่ไม่ได้ซีเรียส คือแบบว่าเราก็โอเคกับการทำ MV สมัยใหม่ออกมาประมาณนี้”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้ว่า ในประเด็นเรื่องการเพิ่มเครื่องดนตรีจากวัฒนธรรมอื่น รวมทั้งนำท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่น ๆ มาผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ถอครหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ กับการนำเสนอให้เห็นเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงอื่น ๆ ที่เพิ่มเข้ามา เพราะด้านหนึ่งนั้น เป็นกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของคนอีสานผ่านเครื่องดนตรีแบบดั้งเดิมไว้ และอีกด้านหนึ่งก็ยอมรับกับการเพิ่มเครื่องดนตรีของวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ที่ถือเป็นการประยุกต์เครื่องดนตรีให้เพลงลูกทุ่งอีสานมีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น และเป็นการเจาะกลุ่มคนฟังเพลงคนสมัยใหม่มากขึ้น แต่การผสมผสานนี้ก็ยังคงรักษาอัตลักษณ์อีสานไว้ได้ แต่อย่างไรในขณะที่ยังคงผู้รับสาร Generation X บางส่วนที่ถอครหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ที่มองว่า การผสมผสานนั้นเป็นสิ่งทำได้ เพื่อปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย แต่ขอให้อย่างเครื่องดนตรีอีสานไว้เป็นหลัก และอนุญาตให้เครื่องดนตรีอื่นเข้ามาผสมผสาน แต่ไม่ใช่การแทนที่

3. การเล่นเกมเครื่องดนตรีอีสาน

ตารางที่ 6.6 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านการเล่นเกมเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
<p>- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นการเล่นเกมเครื่องดนตรีอีสานทั้งเพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวัน และส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสาน และการเล่นเกมเครื่องดนตรีอีสานเป็นดังรากเหง้าของคนอีสานที่มีการสั่งสมจากรุ่นสู่รุ่นของบรรพบุรุษ รวมทั้งเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมอีสานไว้ด้วย</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชั่นเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าการเล่นดนตรีอีสานทั้งในชีวิตประจำวันและงานบุญงานประเพณีของคนอีสานในการเล่นเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอ สอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน เป็นวัฒนธรรมของภาคอีสาน</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชั่นวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน สะท้อนภาพชีวิตประจำวัน เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสานที่คนภาคอื่น ๆ รับรู้ได้ทันทีว่าเป็นวัฒนธรรมของภาคอีสาน เป็นอัตลักษณ์ของคนอีสานที่ชัดเจน เป็นความภูมิใจของคนอีสานเป็นสายสัมพันธ์ที่ทำให้คนอีสานเกิดความรู้สึกริดรอนถึงถิ่นฐาน คิดถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของอีสาน</p>
<p>- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอการเล่นเกมเครื่องดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรุดแห่ดนตรีแบบร่วมสมัย</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชั่นเอ็กซ์ส่วนใหญ่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ วัฒนธรรมรุดแห่ซึ่งถือเป็นพัฒนาการของการเล่นเกมดนตรีจากดั้งเดิมให้มีความทันสมัยขึ้น ทำให้คนอีสานมีความสุขสนุกสนาน ครึกครื้นขึ้น</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชั่นวาย ส่วนใหญ่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า วัฒนธรรมรุดแห่ถือเป็นความเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มิวสิกวิดีโอก็นำเอาความเป็นจริงของคนอีสาน มานำเสนอ เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เป็นสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนตามยุคตามสมัยในการถ่ายทำและนำเสนอ แต่ก็ยังรักษาวัฒนธรรมทางด้านดนตรีของคนอีสานอยู่ และเป็นสิ่งตอกย้ำให้เห็นถึง อัตลักษณ์ของคนอีสานที่ชอบความสนุก</p>

ตารางที่ 6.6 (ต่อ)

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
	<p>แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสารบางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ตอรอง โดยมองว่า รถแท่นั้นเป็นวัฒนธรรมที่มีรากเหง้าของคนอีสานในประเพณีบุญบั้งไฟแต่ดั้งเดิมที่วันนี้ถูกพัฒนามาเป็นรถแท่นดนตรีที่ดูร่วมสมัยและมีความยิ่งใหญ่ขึ้นจึงจำเป็นต้องมีการผสมผสานเครื่องดนตรีเข้ามาเพื่อให้เพลงมีความสนุกสนานนั้นเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ หากแต่ว่าสิ่งที่เป็ข้อกังวลของกลุ่มผู้รับสารบางส่วนทั้งในเรื่องของการแต่งกายของนักร้องที่อาจดูสั้นหรือโป๊จนเกินความพอดีรวมทั้งท่าทางการเต้นที่ข่ววนหรือการสื่อสารไปในทิศทางสองแง่สองง่าม</p>	<p>แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสารบางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ตอรอง โดยมองว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ทำตามกลไกทางการตลาดและการรับเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของต่างประเทศเข้ามานำเสนอทำเต็มที่ซึ่งรักษาหรือสื่อสารถึงความเป็นอีสานนั้นเธอสามารถรับได้ หากแต่ว่าในทัศนะของเธอเรื่องการแต่งกายก็รู้สึกไม่ชอบแต่ก็ยอมรับกับภาพการแต่งตัวของนักร้องหรือตัวแสดงในมิวสิกวิดีโอที่อาจจะแต่งชุดเอวลอยควาบบหิว แต่อาจเป็นเพราะคนฟังเพลงก็ชอบดู และถือเป็นความร่วมมือ แต่หากถ้านำเสนอให้เลยขอบเขตมากกว่านี้ก็จะเป็สิ่งที่ไม่ยอมรับ</p>

จากตารางที่ 6.6 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านการเล่นเครื่องดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ประเด็น ตามข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. การเล่นเกมดนตรีอีสานนั้นถูกใช้ประโยชน์ทั้งเพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวัน และ ส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสาน การเล่นเกมดนตรีอีสานเป็นดังรากเหง้าของคนอีสานที่มีการ สัมผัสจากรุ่นสู่รุ่นของบรรพบุรุษ รวมทั้งเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมอีสานไว้ด้วย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง การเล่นเกมดนตรีอีสานที่ ถูกใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวัน และ ส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดตอบตรงสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มีวิถีวิตดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เสนอมา โดยมองว่า คนตรีอีสานนั้นถูกใช้ประโยชน์ทั้งในส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสาน และเล่นเพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวันที่มีการสัมผัสจากรุ่นสู่รุ่น แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์ และสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีของคนอีสานได้เป็นอย่างดี เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ที่คนภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นวัฒนธรรมของภาคอีสาน และเห็นอัตลักษณ์ความเป็น อีสานได้มากยิ่งขึ้น และเมื่อคนอีสานเองได้เห็นภาพเหล่านี้ก็ทำให้เกิดความรู้สึกความภาคภูมิใจ การคิดถึงบ้าน คิดถึงถิ่นฐาน คิดถึงกลิ่นอายวัฒนธรรมคนตรีอีสานอีกด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการเล่นเกม ดนตรี อีสานทั้งในชีวิตประจำวัน เช่น เป่าแคนตามคันทนา และเล่นในงานบุญ งานประเพณีต่าง ๆ ของคน อีสาน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอการเล่นดนตรีอีสานในมิวสิควิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้ คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ในมุมมองของนิ่มที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ยอมรับกับภาพการเล่นดนตรีอีสานที่มีมิวสิควิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา เธอมองว่า ภาพการเล่นดนตรีอีสานนั้น เป็นภาพที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต และประเพณีของคนอีสาน และคนอีสานมีดนตรีอยู่ในหัวใจ ซึ่งชอบความสนุกสนานเป็นทุนเดิม เห็นได้จากภาพของการเล่นเกมดนตรีอีสานในช่วงหลังจากเลิกจากงานไร่งานนา

“การเล่นดนตรีมันก็ตามประเพณีเขาอะ งานบุญมันก็ต้องมีดนตรี ส่วนที่เล่นที่บ้านอันนี้ ความเป็นส่วนตัว ใครมีดนตรีในหัวใจมันก็เล่นอยู่แล้ว ตามท้องไร่ท้องนา เขาก็เล่นกันอยู่ แล้ว มันเป็นวิถีชีวิตของคนอีสานตั้งแต่ตั้งตั้งตั้งแต่เดิม ไปหาปลา ไปทำนากันมา เหนื่อยก็มา พี้น มารำกัน ด้วยคนตรีอีสานมันสนุก”

นิ่ม , สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับพัน ที่ถึงแม้ว่าวันนี้จะมีสถานะเป็นคนอีสานพลัดถิ่นจากจังหวัดชัยภูมิ และเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯกว่า 20 ปี มองว่า ภาพการเล่นดนตรีอีสานที่ถูกสื่อสารในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานนั้น เป็นสิ่งที่สื่อสารถึงวัฒนธรรมของคนอีสานได้อย่างเข้มข้น และยังเป็นสิ่งที่ทำให้เป็นเครื่องทบทวนตัวตนของคนอีสานพลัดถิ่นอย่างเขาด้วยเช่นกัน

“มันก็สนุกสนาน ครั้นเครง ที่เล่นตามท้องไร่ท้องนา มันเป็นวัฒนธรรมของภาคอีสานอยู่ แล้ว เขาก็ไปเล่นแบบสนุกสนานกันอยู่ตามท้องไร่ท้องนา มันก็เป็นธรรมชาติดี งานบุญ งานเฉลิมฉลองมันก็ต้องมีคนตรีไปเดินกัน พอมาอยู่กรุงเทพฯ เราอาจไม่ได้เห็นแบบนี้บ่อย มันอยู่ใน MV ก็ดีนะ เหมือนเราเห็นตัวเอง ตอนที่อยู่ที่บ้าน เห็นภาพแบบนี้มันก็คิดถึงบ้าน”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของแคล้ว ก็มองสอดคล้องกันว่า ภาพการเล่นดนตรีอีสานที่ถูกสื่อสารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น เป็นสิ่งที่สร้างความสุขให้กับเขาในฐานะเป็นคนอีสาน เพราะเป็นภาพที่ยังเห็นได้บ้างในวิถีชุมชนของคนอีสานในโลกของความเป็นจริง ที่ยังมีรุ่นปู่ตายายสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และเป็นภาพที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของคนอีสาน ทั้งการเล่นดนตรีในงานบุญ งานบวช งานประเพณีต่าง ๆ

“ถามว่าเราเห็นภาพเหล่านี้ใน MV รู้สึกอย่างไร เรา รู้สึกว่ามีความสุขกับสิ่งที่เขาสื่อสาร ที่เขาถ่ายทอดออกมา ถ้าเป็นจุดขายของแคนจริง ๆ เสียงของแคนมันจะเป็นเสียงที่เศร้า เสียงเหมือนกับอยู่ท่ามกลางทุ่งนา สื่อสารไปเหมือนกับเรียกร้อง เหมือนกับวิงวอน แคนจะเป็นเสียงเศร้าเสียงเรียกให้เหมือนคนคิดถึงบ้าน แต่พิณเสียงจะสนุกสนานเหมือนคนหมู่มากมารวมตัวกัน ถามว่าในชีวิตจริงมีไหม ในความเป็นจริงยังพอมีอยู่เท่าที่สัมผัสอยู่ที่นี่ ไม่ว่าจะเป็นงานบุญ งานบวช งานบุญบั้งไฟ งานขึ้นบ้านใหม่ต่าง ๆ ก็มันจะถูกหยิบมาตลอด พวกพิณพวกแคนถูกหยิบมาตลอด เช่น ผู้เฒ่าผู้แก่ที่บ้านที่ ถ้าผู้เฒ่าผู้แก่เขาเซ็ง ๆ กันหน่อย เขาก็จะหาพิณหาแคนมาเป่ากันเล่น มันก็จะยังเห็นอย่างต่อเนื่องจนจินดา ตอนนี้อยู่ที่ไร่อยู่ประจำก็จะเป็น 60-70 รองลงมา ก็จะเป็นวัยกลาง ๆ อย่างเรา 40-50 และอีกหลายคนที่ยังเล่นอยู่ที่เรายังเห็น แล้วรุ่น 20-30 ก็จะมีอีกชุดหนึ่ง แล้วหลังจากนั้นก็จะถูกปลูกฝังไปที่ประถม มันจะมีหลายรุ่นมากที่เล่นดนตรีอีสานพวกนี้ เล่นได้ต่อเนื่องเลย”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวาทิตวิโตโอเพลงถูกท่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า แม้ว่าภาพการเล่นดนตรีอีสานตามท้องทุ่งนานั้นอาจเป็นสิ่งที่เห็นได้น้อยลง เพราะวิถีชีวิตคนอีสานก็เปลี่ยนแปลงไป แต่การนำเสนอให้เห็นภาพการเล่นดนตรีอีสานเหล่านี้กลับเป็นภาพที่ทำให้หวนคิดถึงบรรยากาศวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนอีสาน และยังเป็นสิ่งที่ยึดโยงความรู้สึกร่วมให้กับคนอีสานที่ไกลถิ่น โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของนุ่น สาวอีสานในจังหวัดขอนแก่น ที่ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับการนำเสนอภาพของการเล่นดนตรีอีสาน โดยมองว่า ปัจจุบันวิถีชีวิตกับการเล่นดนตรีอีสานทั้งในชีวิตประจำวันตามท้องทุ่งนานั้นอาจเป็นสิ่งที่เห็นได้น้อยลงในสังคมอีสาน เพราะวิถีชีวิตคนอีสานก็เปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นเมือง แต่การนำเสนอให้เห็นภาพการเล่นดนตรีอีสานทั้งในท้องทุ่งนาหรือตามงานประเพณี งานบุญต่าง ๆ ของผู้คนในสังคมอีสานกลับเป็นภาพที่ทำให้วิลหาความรู้สึกบรรยากาศแบบดั้งเดิมของวิถีชีวิตของคนอีสาน ให้หวนกลับคืนมา

“ถ้าเอาปัจจุบันจริง ๆ มันไม่ค่อยเห็นแล้ว หมายถึงว่าภาพที่เป็นว่าเล่นอยู่ทุ่งนา ในชีวิตจริง ๆ มันไม่ค่อยมีแล้ว แต่ว่าตอนเล็ก ๆ ตอนที่เป็นเด็กยังเห็นภาพนั้นอยู่ เหมือนบางทีคุณตาคุณยายหรือญาติ ๆ เขาทำอะไรทำนากลับมา ก็เป่าแคนเป่าอะไรกัน ก็เล่นกันหรือว่าเวลามีงานบุญ แต่ว่าเดี๋ยวนี้อะไรไม่มีแล้ว ด้วยวิถีชีวิตภาพพวกนี้เป็นวิถีชีวิตแต่ ในวิถีชีวิตทุกวันนี้ อาจเห็นได้ยากแล้ว พี่คิดว่าคนที่ทำให้เห็นภาพนี้จริง ๆ เขาอาจจะอยากให้คุณคิดถึงบรรยากาศเก่า ๆ มากกว่า ว่าวิถีชีวิตเดิมมันเป็นแบบนี้ แต่ว่าทุกวันนี้มันไม่ค่อยเห็น เพราะวิถีชีวิตมันเปลี่ยน คนก็ต้องทำมาหากินเร่งรีบต้องแข่งกับเวลา มันอาจจะไม่ได้เห็นภาพนั้น แต่ว่าการที่เขาใช้สื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอภาพเหล่านี้ก็ออกมาก็คงอยากให้คุณรู้สึกว่าคิดถึงบรรยากาศเดิม”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับต่าย คุณครูสาวจากจังหวัดอำนาจเจริญ ที่ตอนนี้มีสถานะพลัดถิ่นไปทำงานที่ภาคใต้ โดยมองว่า ภาพการเล่นดนตรีอีสานทั้งในชีวิตประจำวันของคนอีสานตามท้องไร่ท้องนา หรือตามงานบุญต่าง ๆ นั้นนำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ที่สามารถสื่อสาร

ไปยังกลุ่มคนวงนอกวัฒนธรรม หรือคนในภูมิภาคอื่น ๆ ที่จะสามารถรับรู้ได้ว่าภาพเหล่านี้คือ วัฒนธรรมของคนอีสาน และเธอยังกล่าวอีกว่า ภาพเหล่านี้ยังสร้างความรู้สึกการคิดถึงถิ่นฐานบ้านเกิดของเธออีกด้วย

“มันเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ที่คนภาคอื่นๆ ได้เห็นก็จะรู้ได้ทันทีว่าเป็นวัฒนธรรมของภาคอีสาน โดยส่วนตัวรู้สึกเห็นจนชินตา และรู้สึกคิดถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมเหล่านั้น พอเห็นภาพใน MV ก็ารู้สึกคิดถึงบ้าน คิดถึงถิ่นฐาน กลิ่นอายวัฒนธรรมของบ้านที่จากมา”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

รวมทั้งในทัศนะของตุ๊ก นักพัฒนาสังคมในจังหวัดศรีสะเกษ ที่มองว่า ภาพการเล่นดนตรีอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ยังสร้างความรู้สึกประทับใจให้กับตัวเอง เสมือนได้ย้อนวันวานในวัยเด็ก ได้กลับไปเห็นภาพวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมของคนอีสาน รวมทั้งเรื่องการแต่งกาย การใช้เครื่องดนตรีอีสานแบบดั้งเดิมที่มีความงดงาม การพ้อนรำกันจับกันระหว่างผู้หญิงผู้ชายที่ยังคงความงดงามไว้ และยังทำให้คิดถึงถิ่นฐานบ้านเกิด

“เวลาที่เห็นภาพการเล่นดนตรีอีสาน ใช้เครื่องดนตรีมาเล่นในมิวสิก ตุ๊กรู้สึกดีมากในความเป็นคนอีสานทำให้ได้ย้อนวัย ในช่วงวันที่เรายังเห็นการแสดง การละเล่นผ่านเครื่องดนตรีอีสานจริงๆ ที่ไม่ใช่เอาที่ด้ามาทำเป็นเสียงดนตรีอีสานแทน และชอบตรงที่ว่ามันทำให้เราได้เห็นความงามของศิลปวัฒนธรรมอีสานบ้านเราชมแล้วรู้สึกคิดถึงบ้าน รู้สึกอยากอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกาย หรือการใช้เครื่องดนตรีดั้งเดิมมากขึ้น และอีกอย่าง มีผู้หญิง ผู้ชายมาเล่น มันทำให้รู้สึกถึงเรื่องความรักใคร่ การจับกันแบบหนุ่มสาวสมัยก่อน มันเป็นเรื่องของกาลเทศะ ด้วยค่ะ ไม่ได้แสดงความเกินเลย หรือเกินงามออกมา”

ตุ๊ก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของปอ ที่ถอดรหัสยอมรับกับภาพการนำเสนอการเล่นดนตรีอีสานเหล่านั้น เพราะมองว่า เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์และการสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีของคนอีสานได้เป็นอย่างดี และภาพการเล่นดนตรีอีสานเหล่านี้สามารถสื่อสารและบ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของอีสานได้ยิ่งขึ้น

“รู้สึกดีแล้วก็ชอบมากครับ มันแสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์และสืบทอดขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนอีสานได้เป็นอย่างดี ใน MV ส่วนใหญ่ที่จะเห็นจะเป็นแนวเพลงที่จะสื่อถึง การคิดถึงบ้านมันทำให้คนเข้าใจง่ายและเข้าถึงอารมณ์ของเพลงได้ง่าย โดยเฉพาะคนอีสาน ได้ยินเสียงพิณ เสียงแคน จะทำให้นึกถึงเทศกาลหรืองานบุญต่าง ๆ ส่วนการพ้อนรำมันจะ คิดเป็นภาพจำของคนอีสาน ไปแล้วว่าเมื่อไหร่ที่มีนางรำ เมื่อนั้นคืองานบุญ เพราะงั้น MV เพลงที่มีการเป่าแคน คิดพิณ หรือพ้อนเกี่ยว มันคือการบ่งบอกการเป็นอีสานที่แท้จริง แสดงให้คนอื่นได้ ภาคอื่นได้เห็นอัตลักษณ์ความเป็นอีสานได้มากยิ่งขึ้น”

ปอ, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

รวมทั้งในทัศนะของนัก ที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ยอมรับการนำเสนอภาพการเล่นดนตรี อีสานดังกล่าวโดยเขามองว่า ภาพการเล่นดนตรีอีสานเหล่านั้น สื่อให้เห็นถึงความอบอุ่นของวิถีชีวิต ดั้งเดิมของคนอีสาน ที่ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะหาดูได้ยาก แต่ภาพเหล่านี้กลับนำเสนอให้เห็นความ งดงามของวัฒนธรรมอีสานให้คนรุ่นใหม่ได้รับชม และเป็นการให้คุณค่ากับวัฒนธรรมทางดนตรี ของคนอีสานที่พัฒนาไปตามยุคสมัย แต่ยังสามารถสื่อให้เห็นถึงความงดงามและยิ่งใหญ่ และความ สัมผัสความสามัคคีของคนอีสานได้เป็นอย่างดี

“เรารู้สึกว่ามันเป็นภาพที่ดูแล้วอบอุ่น เพราะสะท้อนให้เห็นความเป็นชนบทของคนอีสาน วิถีพื้นบ้านที่เป็นภาพจริงในอดีต ซึ่งปัจจุบันหาดูได้ยาก เพราะดนตรีพื้นบ้านจะไปอยู่ รูปแบบของการแสดงบนเวที หรือการบันทึกเสียง การนำเสนอภาพการเป่าแคนที่ท้องไร่ ท้องนาที่อยู่ใน MV ไม่ใช่เรื่องแปลก และไม่ได้ทำให้เกิดภาพลบกับความเป็นอีสาน แต่ นำเสนอความงามของชนบท และเครื่องดนตรีพื้นบ้านอีสานให้คนยุคใหม่ได้เห็น นั่นเป็น การเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมของคนอีสานให้คนรุ่นใหม่ได้เห็นผ่านสื่อแทนความเป็น จริง เพราะแคน เสียงแคน และดนตรีพื้นบ้านอีสานชนิดอื่นๆ ก็คือ ตัวแทนความเป็นอีสาน ที่เป็นท่วงทำนองท้องถิ่น หากไปเป่าแคนในเมือง บ้านหริหรือห้างสรรพสินค้า มันก็จะดู ขัดแย้งนะ เพราะอาจจะทำให้ภาพออกมาดูให้ค่ากับวัฒนธรรมทางดนตรี และความเป็น อีสานถูกลดทอนไป เพราะดนตรีพื้นบ้านก็ควรจะอยู่คู่กับภาพความเป็นท้องถิ่นที่คนอีสาน คุ่นเคย ส่วนที่เป็นงานบุญที่ผู้ชายเล่นดนตรี แล้วผู้หญิงพ้องรำ ก็ถือว่าเป็น เรื่องปกติ ไม่ได้ รู้สึกว่าแปลก เพราะคนอีสานชอบสนุก การแห่ หรือขบวนพ้อนรำก็มีมาแต่โบราณ อดีตผู้ชายชาวอีสานก็จะบรรเลงดนตรี หญิงสาวก็จะแต่งการด้วยชุดพื้นบ้าน ผ้าถุง เสื้อแขน กระบอก พ้อนรำหน้าวงดนตรี และปัจจุบันก็พัฒนาไปตามยุคสมัย และยิ่งใหญ่ขึ้น

จนกลายเป็นงานบุญประเพณีที่ยิ่งใหญ่ของแต่ละตำบล อำเภอ และจังหวัด เรามองว่าเป็นภาพที่งดงาม และสะท้อนความเป็นอีสาน และความสมัครสมานสามัคคีของคนอีสานได้เป็นอย่างดี

นัท, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ว่า การถอดรหัสในประเด็นเรื่องการเล่นดนตรีอีสานนั้นที่ถูกใช้ประโยชน์ทั้งเพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวัน และส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่าภาพการเล่นดนตรีอีสานที่ถูกนำเสนอให้เห็นผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนอีสานที่สัมพันธ์กับการเล่นดนตรีแล้ว ภาพเหล่านี้ยังเป็นเครื่องตอกย้ำ ที่แสดงให้เห็นกระบวนการอนุรักษ์และสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีของคนอีสานไว้ด้วย รวมทั้งภาพการเล่นดนตรีอีสานยังเป็นเครื่องยึดโยงจินตนาการร่วมให้คนอีสานพลัดถิ่นได้รู้สึกถึงถิ่นฐานบ้านเกิดได้อีกด้วย

2. การเล่นดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรุดแห่ดนตรีแบบร่วมสมัย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง การเล่นดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรุดแห่ดนตรี พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีการถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ มีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า การเล่นดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรุดแห่ดนตรีนั้นกลุ่มตัวอย่างยอมรับกับรูปแบบในการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และทำให้มีความสุขสนุกสนานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสอดคล้องกับความนิยมของผู้คนในสังคมปัจจุบัน

แต่อย่างไรก็ดีมีกลุ่มผู้รับสาร Generation X และผู้รับสาร Generation Y บางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง โดยมองว่า ยอมรับกับการพัฒนาของวัฒนธรรมรุดแห่ที่มีการพัฒนาและร่วมสมัยใหม่ และทำให้เพลงอีสานมีความสุขสนุกสนานมากยิ่งขึ้น แต่ต่อรองความหมายกับการนำเสนอด้านการแต่งตัวของนักร้อง และท่าทางการเต้นที่นำเสนอผ่านมิวสิกวิดีโอ ถึงแม้จะทำให้เพลงดูสนุกสนานมากขึ้น แต่ควรระมัดระวังในการนำเสนอ หากแต่งกายด้วยชุดที่โป้เกินไปงามหรือท่าทางการเต้นที่รุนแรงไป ก็ทำให้เกิดการล่อตาล่อใจจนอาจสร้างทัศนคติที่ไม่ดีแก่คนฟังได้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการนำเสนอเกี่ยวกับรถแห่ที่ดูยิ่งใหญ่ สนุกสนานและผสมผสานแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามา รวมทั้งการแต่งตัวของนักร้อง การเดินในเพลง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร รับผิดชอบหรือไม่อย่างไร กับการนำเสนอภาพเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ในทัศนะของบ่า ผู้ที่มีประสบการณ์ใกล้ชิดกับการรถแห่แบบอีสานดั้งเดิมที่ตนเองเคยทำตอนครั้งอยู่ในอีสาน มองว่า รถแห่เป็นการเล่นดนตรีของคนอีสานที่มีพัฒนามาจากดั้งเดิมที่มีเพียงแค่รถเข็นและเครื่องดนตรีอีสานเพียงไม่กี่ชิ้น แต่วันนี้ก็ได้พัฒนาใส่เครื่องดนตรีและแนวเพลงใหม่ที่ทำให้มีความสุขสนุกสนานที่เขาชอบรับได้

“เมื่อก่อนก็เล่นระนาดอยู่บ้าน เวลาถึงงานบุญบั้งไฟ เอาแคน เอาไร ไปเป่ามันก็สนุกสนานตามท้องไร่ท้องนาเพื่อนกันไป ไปเค้นดนตรี หาดเงิน ถ้าไปด้วย เชื้อไปด้วย ไปตามหมู่บ้าน วันหนึ่งก็ได้หลายตั้งค์ เมื่อก่อนมันจะมีหมอแคน มันต้องฝึก แต่ตอนนี้ตายกันไปหมดแล้ว หมอแคนเป่ากันไปขอเงิน เรื่องรถแห่มันก็ดูพัฒนาขึ้น มันดูสนุกขึ้น แต่ก่อนจะเป็นรถเข็นใช้ไหม ใส่ลำโพง แล้วก็มิกลองยาว แล้วลากไป แต่ตอนนี้มันมีคนร้องสด เอาดนตรีเครื่องเสียงใส่ เอาเพลงมาๆหลายๆแบบมาทำดนตรีกัน มันก็พัฒนาไปอีก ถ้าเป็นรถแห่ชอบนะ มันสนุก ผมนะเวลาไปรถแห่มา เอาเลยไปเลย รถแห่มันเพราะ”

บ่า, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับนิ่มชาวอีสานที่พลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ มองว่า สามารถยอมรับกับการนำเสนอวัฒนธรรมรถแห่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพราะเป็นการพัฒนาให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่มีแค่เครื่องดนตรีไม่กี่ชิ้นแต่ในปัจจุบันก็นำมาผสมผสานกับเครื่องดนตรีอื่น ๆ ให้ความรู้สึกสนุกสนาน และครึกครื้นขึ้น

“ที่เป็นรถแห่ที่รู้สึกดีนะ มันทันสมัยขึ้น ใจ เหมือนมันทันสมัยขึ้น เมื่อก่อนมันจะมีแค่กลองยาวตีนั่นนี่นั่น แต่ตอนนี้มันก็มีรถแห่เอาเพลงมาผสมกัน ก็ครึกครื้นอะ ก็รับได้นะ มันสนุกขึ้น”

นิ่ม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับนัก ผู้ที่หลงใหลในเพลงลูกทุ่งอีสานจะต้องเปิดเพลงฟังอยู่ทุกวัน มองว่า รถมอเตอร์ไซด์ คือส่วนประกอบหลักที่ต้องนำเสนอ เพราะรถมอเตอร์ไซด์ คือ สิ่งที่สอดคล้องกับความนิยมของผู้คน ในโลกความเป็นจริง และรถมอเตอร์ไซด์ก็เข้าไปอยู่ในงานประเพณีต่าง ๆ ของคนอีสานที่สร้างความ สนุกสนาน และเธอยอมรับได้กับการผสมผสานแนวเพลงทั้งเรปหรือต่าง ๆ ที่สร้างความ สนุกสนานเข้าด้วยกัน

“ส่วนรถมอเตอร์ไซด์ มันจะประกอบหลัก เพราะเดี๋ยวนี้คนอีสานเขาก็ชอบ ไปดูได้เลยตอนนี้ทุกที่มี แต่รถมอเตอร์ไซด์แบบนี้เข้ามา มันก็เข้ากับประเพณีของภาคอีสานเลยอะค่ะ มันสนุกสนาน มาก รถมอเตอร์ไซด์ที่ผสมผสานมันก็รับได้ เด็กวัยรุ่นมันก็ชอบแบบเรปมั้ง แต่คนเมื่อก่อนอาจจะ มี หัวโบราณ แต่สมัยนี้มีมันมีทั้งเรป ทั้งอีสาน สนุกครื้นเครงกันไปรวมกัน ไปเข้าไปได้เลยอะ ค่ะ”

นก , สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วนที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง ดังจะเห็นได้จาก คำสัมภาษณ์ของแฉ้ว ผู้ที่เติบโตด้วยการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานในยุคเดิม มองว่า รถมอเตอร์ไซด์เป็น วัฒนธรรมที่มีรากเหง้าของคนอีสานในประเพณีบุญบั้งไฟแต่ดั้งเดิมและจะมีการลากรถมอเตอร์ไซด์กับ เครื่องดนตรีไม่กี่ชนิด ที่เรียกว่า “ตามฮอยไฟ” ที่วันนี้ถูกพัฒนามาเป็นรถมอเตอร์ไซด์ที่ดูร่วมสมัยและ มีความยิ่งใหญ่ขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการผสมผสานเครื่องดนตรีเข้ามาเพื่อให้เพลงมีความสนุกสนาน นั้นเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ หากแต่ว่า สิ่งที่เป็นข้อกังวลของกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วนทั้งใน เรื่องของการแต่งกายของนักร้องที่อาจดูสั้นหรือ ไปจนเกินความพอดี รวมทั้งท่าทางการเดินที่ ยั่วชวนหรือการสื่อสารไปในทิศทางสองแง่สองง่าม

“ทุกวันนี้มันใช้ดนตรีเป็นตัวกระแทก และทำเต้นเด็ก ๆ ไม่รู้มันไปเอามาจากไหน แล้วมัน ก็จะมีจังหวะที่สื่อสารได้สองแง่สองง่าม เรื่องแบบนี้มันจะใช้ลีลาท่าทางการเดินยั่วชวน แต่ ก่อนที่จะไปถึงตรงนั้นที่บอกว่าใช้รถเข็น มีฮอนตัวเดียวที่อยู่บนรถเข็น และมีพิน อันนั้น วัฒนธรรมรากเหง้าจริง ๆ จากนำฮอยไฟ ฮอยไฟมันเริ่มต้นจากมีประเพณีบุญบั้งไฟ วันแรก มันจะเป็นวันแห่ วันที่ 2 และวันที่ 3 จะเป็นวันที่เขาจุดบั้งไฟ นี่ก็คือวัฒนธรรมอีสานที่เขา เรียกว่าฮอยไฟ ตามฮอยไฟ ก็คือเขาจุดบั้งไฟอันไหนตามรถอันนี้ จะมีพินมีแคนเท่านั้นแล้ว

ก็แข็งไป ก็รำไปไปถึงบ้านใครคนนั้นก็หยอดเหรียญ แล้วก็ออกมารำกันสนุกสนาน แต่ตอนนี้มันก็เลยกลายมาเป็นจังหวะรถแห่ ที่เด็กออกมาเต้นกัน รถแห่มันเปิดเพลงอะไรก็ได้ที่มันเป็นคำที่โค่นและก็จังหวะดนตรีที่มันทำให้เด็กเต้นได้ ส่วนทำเต้นเอาสนุกเต้นเอาจังหวะแรงๆ อันนี้รับไม่ค่อยได้เท่าไร”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับพัน ที่อธิบายไว้อย่างน่าสนใจ ว่ารถแห่ถูกพัฒนาให้ดูยิ่งใหญ่และสนุกสนานขึ้น แต่อย่างไรก็ดีสิ่งนี้ยังเป็นสิ่งที่เขายอมรับได้ ส่วนภาพการนำเสนอการแต่งตัวของนักร้องที่อาจดูวาทวิว โฉบพุ่งที่สร้างความล่อตาล่อใจจนเกินไป แต่เป็นสิ่งที่ต้องยอมรับกับภาพเหล่านี้ เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมที่ไม่สามารถควบคุมการนำเสนอได้ โดยมีระดับหรือคิกรีของการยอมรับอยู่ 70 เปอร์เซ็นต์

“รถแห่มันก็ดูยิ่งใหญ่ คุณสนุกสนานขึ้นอย่างที่เขาบอก แต่เรื่องการแต่งตัว บางคนบอกว่าไม่ดี แต่บางคนบอกว่าด้านนี้มันดี มันก็มี 2 ด้าน มันเลียนแบบฝรั่ง โฉบพุ่ง ทำไมไม่ใส่กระโปรง แต่งตัวให้มิดชิด ถ้าถามว่ามันดีหรือไม่ดี ผมก็ว่ามันไม่ดี แต่มันก็คุ้มไม่อยู่ ทำอย่างไรก็คุ้มไม่อยู่ ก็ต้องรับตามสภาพ มันก็มี 2 ด้าน ถ้าถามว่านำเสนอแบบนี้รับได้ไหม มันก็รับได้ ขอสัก 70% ผมรับได้เช่นกัน ดูอย่างลำไย ที่แต่งตัวจนโค่นว่าเลยหน้าจอ แขนยาวแต่ไว้พุ่งทำไมเพลงมันก็สนุกขึ้นนะ แต่บางทีการแต่งตัวแบบนี้มันก็ล่อตา เป็นเมื่อก่อน โค่นดีตายเลย เพราะมัน โฉบพุ่ง”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

ในขณะที่กลุ่มผู้รับสาร Generation Y ส่วนใหญ่ก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนา มา โดยมองว่า ยอมรับกับการนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมรถแห่ที่ฉายภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เพราะเป็นสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนตามยุคตามสมัยในการถ่ายทำและนำเสนอ แต่สิ่งเหล่านี้ก็ยังรักษาวัฒนธรรมทางด้านดนตรีของคนอีสานอยู่ และเป็นสิ่งที่ตอกย้ำให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่ชอบความสนุกสนาน ส่วนในประเด็นเรื่องการแต่งกายนั้นอาจไม่ได้เป็นประเด็นที่ยึดหยุ่นได้ในการนำเสนอ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องปกติตามยุคสมัย โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ในฐานะที่เป็นคนอีสาน นัทมองว่า ขอมรับกับการนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมแท้ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่เปิดพื้นที่ให้วัยรุ่นเข้ามาร่วมสนุกสนานและสร้างสรรค์ที่เปลี่ยนแปลงไปยามยุคสมัย

“ผมว่ารับได้ คือเราจะมองในมุมมองที่เราเป็นคนอีสานและเป็นคนดู เราจะไปบอกภาพที่เป็นอดีต อย่างแรก ๆ ที่เราเห็นเป็นวัฒนธรรมแท้ สมัยก่อนเราจะเห็นคนเฒ่าคนแก่พ้อนรำ กลองยาว นั่นคือยุคสมัยหนึ่ง ยุคสมัยนี้เราก็จะเห็นวัยรุ่นตามรถแท็กซี่ มาเจ็งบารามาเดิน ผมว่ามันเป็นปกติแล้วก็ยุคสมัยของเขา ก็โอเคในยุคสมัยของเขาเขาก็ต้องรักษาวัฒนธรรม หรือเพลงหรือ MV ที่มันสะท้อนให้เห็นตัวตนของเขาในยุคนี้ ๆ”

นัท, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับหนุ่ยที่มองว่า ขอมรับกับการนำเสนอให้เห็นถึงวัฒนธรรมแท้ เพราะเป็นสิ่งพัฒนาไปตามยุคสมัยและยังเป็นการสื่อความหมายเพื่อต่อยอดอัตลักษณ์ว่าคนอีสานคือคนที่ชื่นชอบความสนุกสนาน และภาพวัฒนธรรมแท้เหล่านั้นก็ไม่ได้ทำให้สูญเสียความเป็นตัวตนของคนอีสาน

“ถามว่ารับได้ไหมก็รับได้ มันก็เป็นไปตามยุคตามสมัย แต่สิ่งหนึ่งที่ดูแล้วไม่ว่าจะเป็นรถแท็กซี่ อย่าง MV เพลงฮ่อน เขาอยากจะทำสื่อในเรื่องของความสนุกสนานให้มากกว่า อย่างที่เคยพูดไปแล้วว่าคนอีสานเป็นคนมักม่วนชอบความสนุกสนาน ใน MV อาจจะยุคสมัยในการถ่ายทำ มันก็จะเปลี่ยนผ่านไป แต่สิ่งหนึ่งที่มันยังคงอัตลักษณ์อีสานอยู่ นั่นคือคนอีสานชอบความสนุก มักม่วนอยู่กับเพื่อนอยู่กับฝูง มันก็จะเป็นภาพอย่างนั้นอยู่ ยังไม่ได้สูญเสียความเป็นอีสาน

หนุ่ย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในประเด็นด้านการแต่งกายของนักร้องหรือภาพที่ถูกสื่อสารในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานเกี่ยวกับรถแท็กซี่ ปอ มองว่าเรื่องการแต่งกายขอมรับได้เพราะถือว่ามีสามารถยึดหยุ่นและปรับเปลี่ยนไปได้ตามยุคสมัย

“สำหรับผมก็ไม่รู้สึกอะไร อย่างที่พี่เขาบอกมันเป็นสมัยใหม่ มันเป็นไปตามยุคตามสมัย แต่เขาก็ยังรักษาวัฒนธรรมทางด้านดนตรีไปอยู่ เรื่องแต่งตัวคิดว่ามันไม่ค่อยฟึก มันไม่มีอะไรมาก”

ปอ, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

ในขณะที่กลุ่มผู้รับสาร Generation Y บางส่วนที่ถอครหัสด้วยจุดยื่นที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง ดังจะเห็นได้จาก คำสัมภาษณ์ของค่ายผู้ที่เติบโตด้วยการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานในเพราะมีคุณพ่อเป็นนักร้องลูกทุ่งอีสาน มองว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ทำตามกลไกทางการตลาด และการรับเอา วัฒนธรรมการแต่งกายของต่างประเทศเข้ามานำเสนอ ท่าเต้นที่ยังรักษาหรือสื่อสารถึงความเป็น อีสานนั้นเธอสามารถรับได้ หากแต่ว่าในทัศนะของเธอเรื่องการแต่งกาย ก็รู้สึกไม่ชอบแต่ก็ยอมรับ กับภาพการแต่งตัวของนักร้องหรือตัวแสดงในมิวสิกวิดีโอที่อาจจะแต่งชุดเอวลอย ดูวาบหวีว แต่อาจเป็นเพราะคนฟังเพลงก็ชอบดู และถือเป็นการร่วมสมัย แต่หากนำเสนอให้เลวขอบเขตนั้น ก็จะเป็นสิ่งที่ไม่อาจยอมรับได้

“เราว่ามันก็ทำตามตลาด เหมือนเอาเกาหลีมาบวกกับการแต่งกาย แต่ถ้าถามเรื่องชุดแต่ง กายของผู้หญิง ส่วนท่าเต้นมันแข็ง จะสามช่าหรืออะไรก็ว่าไป แต่เหมือนมันปรับให้เข้ากับ ตลาดเพลงหรือเข้ากับยุคสมัยมากกว่าไหม เพราะถ้าแข็งจริง ๆ มันไม่ใช่แบบนี้ สำหรับ เรา เราไม่ชอบที่มาใส่เอวลอย แต่ก็ไม่ได้รู้สึกว่ามันดู คือไม่ชอบแต่ก็เฉย ๆ คือไม่รู้ว่าเขาไป เอาความคิดอะไรมาจากไหน ที่ว่าการใส่สั้นมันจะทำให้อะไรอย่างนั้น แต่คนก็ชอบดูวาบ หวีว ตอนนี่เราคิดไปถึงหมอลำที่อยู่บนเวทีหมอลำจริง ๆ ถ้าอย่างในเพลงนี้ รับได้ โอเค เพราะว่าทำไรอะไรต่าง ๆ และยังมีเครื่องเสียง Background หรือองค์ประกอบรวมทั้งหมด ก็ยังเป็นอีสานอยู่แต่การแต่งกายก็ตามวัยของเขา ก็นี่คิดนี่งเพื่อที่จะให้มันร่วมสมัยได้ แต่ถ้า มากกว่านี้ก็ไม่ไหว”

ค่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของผู้ที่ มองว่า การรำกับรูดเหล่านั้นต้องเป็นไปตามจังหวะ ที่วันนี้ก็มี หลายมิวสิกวิดีโอยังสื่อสารออกมาให้เป็นการรำรำที่ยังคงความสวยงามอยู่ซึ่งเป็นที่เธอยอมรับ ได้ หากแต่ว่าสิ่งที่กังวลใจคือ การแต่งกายหากนำเสนอในมุมที่ไปจนเกินขอบเขตก็จะเป็นปัญหาใน

การรับสื่อของคนฟังที่ทุกวันนี้ส่วนใหญ่เป็นเด็ก ๆ ที่สามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้เพียงแค่ปลายนิ้ว เพราะเขามองว่าสื่อความบันเทิงอย่างเช่นมิวสิกวิดีโอเพลงนั้นก็มียุทธพลต่อโลกทัศน์และสร้างการเลียนแบบทั้งเรื่องการแต่งกาย และท่าทางการเดินที่ถูกนำเสนอออกมา

“ถ้าพูดถึงเรื่องการรำกับริดแทน มันก็ต้องไปเป็นตามจังหวะ ถ้าจังหวะเร็วมันก็ต้องเป็นแบบนี้ แต่ชอบตรงที่ใน MV เอาท่ารำมา แบบที่เป็นท่ารำ มันสวยงาม ถ้าคนรุ่นใหม่เอามารำแล้วมันยังสวยงามอยู่ สนุกสนานแต่สวยงาม ถือว่ายังรับได้ แต่ถ้าไปไปเลยก็จะมีข้อกังวลใจอยู่บ้าง ก็จะนึกถึงในเรื่องของการเสฟสื่อของคนรุ่นใหม่ พอเราโตมาในระดับนี้เราจะมีเรื่องวุฒิภาวะในการดูแลตัวเอง เป็นห่วงตรงที่ว่าการเสฟสื่อหรือว่าการแสดงออกผ่านสื่อ สำหรับคนรุ่นหลังนี่ ๆ ที่เป็นวัยรุ่นเลยเด็กประถม น่าเป็นห่วงในเรื่องของการเสฟสื่ออาจจะคิดว่าเขาทำอะไรก็ได้ มันมีเส้นบาง ๆ บางอย่างก็ อาจทำให้เกิดการตัดสินใจผิดพลาดไป เพราะว่าสื่อจะมีอิทธิพลต่อน้อง ๆ กับทุกคน แต่ว่าเราเสฟสื่อเพื่อความบันเทิง เราจะเป็นห่วงทั้งเรื่องการแต่งกาย การโชว์ทั้งท่าเต้น มันก็จะมีปัจจัยทางสังคมมาเกี่ยวข้อง”

ตุ๊ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ว่า การถอดรหัสในประเด็นเรื่องการเล่นดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นรุดหน้าดนตรีในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ถอดรหัสสอดคล้องกันว่า ชอบรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า รุดหน้าเป็นวัฒนธรรมการเล่นดนตรีที่มีรากเหง้าและสัมพันธ์กับประเพณีดั้งเดิมของคนอีสาน และถูกพัฒนาให้มีความร่วมสมัยทั้งการผสมผสานเครื่องดนตรี และแนวเพลงต่าง ๆ ทำให้รุดหน้ายิ่งใหญ่และมีความสนุกสนานขึ้นสอดคล้องกับความนิยมของผู้คนในสังคมปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสาร Generation X และผู้รับสาร Generation Y บางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) ความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง โดยมองว่า การนำเสนอด้านการแต่งตัวของนักร้อง และท่าทางการเดินที่ ทั้งการแต่งตัวไปจนเกินงาม วาบหวี หรือท่าทางการเดินที่สื่อไปทางสองแง่สองง่ามเป็นสิ่งที่สร้างความกังวลใจต่อการนำเสนอ รวมถึงการสร้างค่านิยมด้านการแต่งตัวและท่าเต้นผ่านพื้นที่มิวสิกวิดีโอไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเยาวชนที่ยังอาจไม่มีการรู้เท่าทันสื่อได้

6.2.3 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

1. ชนิดของอาหารอีสาน

ตารางที่ 6.7 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านชนิดของอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร(selection) ชนิดอาหารเพื่อนำเสนอ โดยคัดเลือกชนิดอาหารที่โดดเด่น เป็นเมนูที่มีชื่อเสียง เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลา ร้า แกง ผักหวาน ไช้ผัดแดง ข้าวจี๊ เป็นชนิดอาหารที่ยอมรับในวงกว้างกับคนกลุ่มอื่นด้วย เพราะมีเป้าหมายในการสื่อสารทั้งกลุ่มตนเอง และยังกลุ่มคนภายนอกอีกด้วย	- ผู้รับสารเจนเนเรชั่นเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าชนิดอาหารที่ถูกคัดสรรมานำเสนอนั้นเป็นชนิดอาหารที่คนรู้จักและเคยรับประทานกันอยู่แล้วในชีวิตจริง และชนิดของอาหารเหล่านี้ก็กระจายอยู่ตามร้านอาหารอีสานที่อยู่ทั่วทุกที่ หากถ้านำชนิดอาหารอีสานที่มีความเฉพาะตัวเกินไปที่อาจจะทำให้คนฟังเพลงกลุ่มอื่น ๆ ไม่รู้จักชนิดอาหารเหล่านั้น	- ผู้รับสารเจนเนเรชั่นวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลา ร้า คือ เป็นอาหารที่อยู่ใกล้ตัวคนอีสาน และถือเป็นอาหารหลักของคนอีสานที่ขาดไม่ได้ รวมทั้งสัมพันธ์กับวงจรชีวิตของคนอีสาน เป็นชนิดอาหารอีสานแบบพื้นฐานที่คนในภูมิภาคอื่น ๆ ก็สามารถรับรู้ มีประสบการณ์ในการรับประทานมาแล้ว รวมทั้งอาจเป็นเพราะปัจจัยด้านการแต่งเพลงที่ส่งผลต่อการคัดเลือกเฉพาะบางเมนูหรือเฉพาะบางชนิดของอาหารอีสานขึ้นมา

จากตารางที่ 6.7 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านชนิดของอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอตามประเด็น ข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรรชนิดอาหารเพื่อนำเสนอ โดยคัดเลือกชนิดอาหารที่โดดเด่น เป็นเมนูที่มีชื่อเสียง เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลา ร้า แกงผักหวาน ไข่มดแดง ข้าวจี๊ เป็นชนิดอาหารที่ยอมรับในวงกว้างกับคนกลุ่มอื่นด้วย เพราะมีเป้าหมายในการสื่อสารทั้งกลุ่มตนเอง และยังกลุ่มคนภายนอกอีกด้วย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่องชนิดอาหารของอีสาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า ชนิดของอาหารอีสาน ส่วนใหญ่ในมิวสิกวิดีโอ นั้นจะคัดเลือกเฉพาะชนิดอาหารที่เป็นเมนูหลักของภาคอีสาน เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลา ร้า ที่เป็นคั้งอัตลักษณ์ด้านอาหารของอีสานที่ชัดเจนของคนอีสาน รวมทั้งเป็นชนิดอาหารที่รู้จักของผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย และผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ มีประสบการณ์ร่วมในการรับประทานชนิดอาหารอีสาน หรือเคยเห็นเมนูอาหารอีสานเหล่านี้มาแล้วผ่านสื่อต่าง ๆ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมักจะคัดเลือกชนิดอาหารเพียงไม่กี่ชนิด เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลา ร้า แกงผักหวาน ไข่มดแดง ข้าวจี๊ เป็นต้น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับชนิดของอาหารอีสานที่ปรากฏในในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ดังคำสัมภาษณ์ของพัน ที่ถอดรหัสยอมรับกับภาพของการนำเสนอชนิดอาหารอีสาน ตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยให้เหตุผลว่า การที่มิวสิกวิดีโอคัดเลือกชนิดอาหารอีสานเหล่านี้มานำเสนอเป็นส่วนใหญ่ นั้น เป็นเพราะเป็นชนิดอาหารที่คนรู้จักและเคยรับประทานกันอยู่แล้วในชีวิตจริง และชนิดของอาหารเหล่านี้ก็กระจายอยู่ตามร้านอาหารอีสานที่อยู่ทั่วทุกที่

“อาหารพวกนี้คนรู้จักแล้ว แล้วเขากินกันเป็นแล้ว มันอยู่ทุกที่ ไปที่ไหนเราก็เห็น แล้วเหมือนกันที่ออกไปหาของกินในเพลงนะ เมื่อก่อนเราไปดำนาน่า จับหอยมากิน พอมีภาพนี้ ออกมาคนตรีขึ้นมามันก็จะเสริมขึ้น จะเห็นภาพชัดขึ้น แล้วเพลงก็สนุกด้วย”

พัน , สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกับพิมพ์ที่มองว่า เพราะชนิดอาหารอีสานเหล่านี้ทั้งข้าวเหนียว ปลา ร้า ส้มตำ หรือลาบต่าง ๆ เปรียบเป็นเมนูผัดกระเพราะ ที่เป็นชนิดอาหารอีสานพื้นฐานที่ผู้คนในสังคมคุ้นชิน

และรู้จักกันเป็นอย่างดี เพราะหากถ้านำชนิดอาหารอีสานที่มีความเฉพาะตัวเกินไปที่อาจจะทำให้คนฟังเพลงกลุ่มอื่น ๆ ไม่รู้จักชนิดอาหารเหล่านั้น หากแต่ว่าหากจะนำเสนอเฉพาะกับคนอีสานก็สามารถคัดเลือกชนิดอาหารอีสานให้มีความหลากหลายมากกว่านี้

“ที่มองว่าที่เขานำเสนออยู่แค่นี้ก็เหมือนกับผัดกะเพราที่ใคร ๆ ก็สั่งข้าวเหนียว ปลาร้า ส้มตำ ใคร ๆ ก็สั่ง ลาบใคร ๆ ก็กิน แต่ถ้าเกิดไปเป็นอาหารเฉพาะ เช่น อั่ว ที่เขาเอาปลาตากมาทำ และเอาอัดเข้าไปในดอกเพกา อันนี้มันก็อร่อยแต่เด็กรุ่นใหม่ไม่รู้ ไม่มีให้เห็นใน MV พี่ว่าพวกนั้นเขาสั่งซื้อกินกันตามตลาดได้ เขาเลยเอามาใส่ใน MV ได้คนทั่วไปรู้จัก แต่ว่าอาหารเฉพาะไม่เห็นมีใครเอามาใส่เลย แต่ถ้าเป็นเพลงอีสานที่เน้นเฉพาะคนอีสานพี่ว่ามันน่าจะหลากหลายมากกว่านี้ ถ้าสื่อสารเฉพาะอีสาน เนื้อเพลงมันจะน่าสนใจเพิ่มขึ้น”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับคนที่มองว่า การที่เลือกชนิดอาหารอีสานเหล่านี้มา เป็นเพราะอาหารเหล่านี้เป็นชนิดอาหารอีสานหลัก ๆ ของอีสาน และเป็นอาหารขึ้นชื่อของคนอีสานที่ชัดเจน รวมทั้งอาจเป็นเหตุผลด้านการเขียนหรือประพันธ์คำร้องในการนำเสนอผ่านเนื้อเพลงที่เลือกเฉพาะชนิดอาหารที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ๆ และภาพชนิดของอาหารอีสานเหล่านี้ที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอ เพลงถูกฟังอีสานยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับเธอเพราะได้นำเสนอชนิดอาหารอีสานให้กับคนในภูมิภาคอื่น ๆ รู้จักอีกด้วย

“เพราะมันเป็นอาหารหลัก ๆ ของอีสานเลย คนเขียนก็จะเขียนง่ายดี ของอีสานส่วนมากเขาก็จะเอาขึ้นชื่อเอามาเข้าใน MV เพลง และก็แบบว่าง่าย ๆ ของภาคอีสาน พี่ว่ามันก็ดีนะ มันโอเคเลย เหมือนอาหารของเรามันขึ้นชื่อเนอะ ได้มาอยู่ใน MV คนภาคอื่นก็ได้รับรู้จักอาหารของเรามากขึ้นน่าภูมิใจด้วยซ้ำ”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ ในทัศนะของเธอยังมองว่า เหตุผลที่มิวสิกวิดีโอเพลงถูกฟังอีสานคัดเลือกเฉพาะข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาร้า ไก่ย่าง เพราะชนิดอาหารเหล่านี้คือสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ด้านอาหารของคนอีสานที่ถูกสื่อสารออกไปผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งเพลงพระราชนิพนธ์ ทั้งผ่านรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่สร้างการจดจำให้กับผู้คนในสังคมและเป็นชนิดอาหารอีสานที่เป็นการบริโภคนิยมของทุกภาคอยู่แล้ว เป็นการใช้อยู่แบบ Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอา

ส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของสัญญาณ (Part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) เพื่ออธิบายถึงชนิดอาหารอีสานที่ผู้คนโดยทั่วไปสามารถรับรู้ เข้าใจได้อย่างรวดเร็วซึ่งถ้าหากคัดเลือกเมนูที่ลึกหรือเฉพาะถิ่น เช่น แกงจืดเหล็ก แกงหน่อไม้ หมกฮวก ลาบเทา ก็ไม่สามารถสื่อสารให้กับคนวงกว้างให้รู้จักร่วมกันได้ แต่อย่างไรก็หากนำเสนอเฉพาะคนอีสานก็สามารถคัดเลือกชนิดอาหารอีสานที่มีความหลากหลายได้มากกว่านี้ เพราะบางเมนูหรือชนิดอาหารอีสานที่อาจไม่ค่อยเห็นได้แล้วในสังคมอีสานก็จะสร้างความรู้สึกร่วมและเข้าใจกันได้

“ทำไมมันถึงเลือกเอาข้าวเหนียว ส้มตำ ใก่ย่าง ไช้ไหม พืชว่ามันมากับเพลงตำปาย่าป้อก ป้อก หรือแม้แต่เพลงพระราชนิพนธ์ ของสมเด็จพระเทพฯ หรือรายการต่างๆ ในทีวี พอพูดถึงเรื่องส้มตำ คือ มันเป็นเรื่องที่สื่อสารกันออกไปแล้วทำให้คนคิด และมันก็ยังเป็นอัตลักษณ์จริงอยู่ว่าอาหารอีสานมันมีเยอะ แต่พอพูดถึงเรื่องส้มตำ ปลา ร้า มันถูกตีไปอีกระดับหนึ่ง จนคนทุกวันนี้รู้ได้ว่าส้มตำมันคือ อาหารอีสาน มันถูกตีไปด้วยจังหวะกระแสเพลง มันถูกตีไปคู่กับข้าวเหนียว มันถูกพูดกรอกหูอยู่อย่างนี้มันเลยกลายเป็นอย่างนี้ มันไม่ได้พูดบอก ว่าต้องมีหมกฮวก แกงจืดเหล็ก แกงหน่อไม้ มันไม่ได้ถูกพูดออกไป ถามว่าข้าวเหนียวส้มตำ มันกินได้ทุกภาคแล้ว แต่ว่าถ้ามันลึกลงไปกว่านั้นเช่น หมกฮวก ถามว่าคนกรุงเทพฯ กินไหม ก็ไม่กิน คนภาคเหนือกินไหมก็ไม่กิน กินบางคน ลาบเทา มันก็กินได้ไม่หมดทุกคน เป็นเฉพาะบางกลุ่มหรือไม่รู้ก็แต่ถามว่าข้าวเหนียวส้มตำ มันถูกสื่อสารมาเรื่อย ๆ จนทำให้มันเป็นการบริโภคนิยมไปแล้ว ก็เลยกลายเป็นอัตลักษณ์ของอีสานไปแล้วว่าพูดถึงข้าวเหนียว ส้มตำ ใก่ย่าง ก็อีสานแล้ว และนอกนั้นก็จะมีลาบ น้ำตก ก้อย แต่มันไม่ได้กินได้ทุกคน แต่ถ้าพูดกับคนอีสานก็พูดถึงอาหารหลาย ๆ อย่างได้เลย เช่นเหมือนที่พี่สื่อสารผ่านเฟซบุ๊กไป อาหารอีสานก็จะไม่ค่อยซ้ำกัน ก็จะมีคนพูดคิดถึงบ้านว่าทำไมมันยังมีอาหารแบบนี้อยู่ พี่ แคล้วเอามาจากไหน เขามีไหมมีแต่ว่าแต่เขาไม่ได้หยิบยกขึ้นมาทำ”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

และอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญที่ทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานคัดเฉพาะชนิดอาหารเพียงไม่กี่อย่างขึ้นมาเสนอขึ้น ในทัศนะของแดงที่ตอนนี้ก็มีอีกอาชีพเสริมเป็นแม่ค้าขายสินค้าอาหารอีสานมองว่า อาจเป็นเพราะปัจจัยของผู้ผลิตเพลงในปัจจุบันที่อาจมีต้นทุนหรือความรู้เกี่ยวกับชนิดอาหารอีสานไม่กี่อย่าง จึงทำให้ภาพของชนิดอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอจึงมีชนิดอาหารอีสานเพียงไม่กี่ชนิด รวมทั้งอาจเป็นเพราะต้องการคัดเลือกเฉพาะชนิดอาหารอีสานที่เป็นกลาง ๆ ที่สามารถสื่อสารให้เข้าใจร่วมกันได้

“มันอาจจะเกี่ยวข้องกับคนที่แต่งเพลง ทุกวันนี้คนฟังเพลงเป็นใครก็ได้ คนรุ่นใหม่ที่เขาเขียนเพลงมาแล้วเขาไม่รู้จริง เขาไม่รู้ประเภทของอาหารที่มันหลากหลาย มันก็เลยเลือกแค่นี้ แต่มันก็ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของเพลงนะคะ ความสอดคล้องของเพลง ความสอดคล้องของคนแต่งเพลง เขามองด้วยเหตุว่า มันจะมีอันนี้นะ ประเภทนี้นะ ซึ่งคนสมัย ณ ปัจจุบัน ไม่รู้เลยว่ามันชื่ออะไร เขาก็จะรู้แค่ ส้มตำ ไข่ย่าง รู้แค่เมนูอาหารนิดๆหน่อยๆ ก็เขาไม่ได้ศึกษาเรื่องของประเภทเมนูพวกนี้ เวลาไปแต่งเพลงมันก็นึกไม่ออกมันมีไม่ก็อย่างที่คนรู้จัก ซึ่งเป็นหลักๆที่คนอีสานเขากินกัน ที่จริงแล้วมันมีเยอะกว่านั้นมากและที่สำคัญเค้าไม่ได้ศึกษาให้มันถ่องแท้ด้วยว่ามันมีอะไรบ้าง ถ้าเขาจริงจริง รู้ว่าอันนี้คนอีสานชอบทานนะ ประเภทนี้นะ เขาก็อาจจะนำไปแต่งเป็นเพลงก็ได้ แต่ว่าเวลานำเสนอ ถ้ามันเป็นอาหารที่ไม่เป็นกลาง ๆ เลย ไม่รู้เลย คนมันก็จะมามีคำถามกลับมาอีกว่า มันคืออะไร”

แต่ง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาไร้ เป็นอาหารที่อยู่ใกล้ตัวคนอีสาน และถือเป็นอาหารหลักของคนอีสานที่ขาดไม่ได้ รวมทั้งสัมพันธ์กับวงจรชีวิตของคนอีสาน เป็นชนิดอาหารอีสานแบบพื้นฐานที่ผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ก็สามารถรับรู้ หรือเคยมีประสบการณ์ในการรับประทานจากร้านอาหารอีสาน ที่วันนี้กระจายไปทั่วทุกภูมิภาคแล้วเหมือนกัน รวมทั้งอาจเป็นเพราะปัจจัยด้านการแต่งเพลงที่ส่งผลต่อการคัดเลือกเฉพาะบางเมนูหรือเฉพาะบางชนิดของอาหารอีสานขึ้นมา โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ในทัศนะของหน่วย ที่ยอมรับภาพของการนำเสนอชนิดของอาหารอีสานเหล่านี้ โดยเขามองว่า เมื่อพูดถึงอาหารอีสานผู้คนก็จะนึกถึงเพียง ปลาไร้ ลาบต่าง ๆ ข้าวเหนียว ส้มตำ เพราะเป็นภาพจำของผู้คน และชนิดของอาหารอีสานเหล่านี้ก็เป็นอัตลักษณ์ด้านอาหารของคนอีสานที่ชัดเจนที่จะสื่อสารให้คนฟังเพลงเข้าใจร่วมกันได้มากขึ้น และในฐานะคนอีสานเมื่อเห็นเมนูอาหารอีสานเหล่านี้ก็ทำให้รู้สึกชวนให้ไปลิ้มรสความอร่อยของอาหารอีสาน

“อาหารที่เห็น MV มันคือ อัตลักษณ์ของอีสาน พูดถึงอาหารอีสาน ถามใครๆ อันดับแรกก็ คง ตอบว่า ปลา ร้า ลาบ ก้อย ข้าวเหนียว ส้มตำ ดังนั้น MV ก็คงเอาจุดนี้มาเพื่อให้คนเข้าใจ มากขึ้น ถ้าถามความรู้สึกยังงี้ก็คงเวลาคุณแล้วก็จะหิว ในฐานะคนท้องถิ่น ที่อาศัย เดินไป ทางไหน ร้านเหล่านี้ก็เยอะไปหมด คงจะคิดถึงร้านอร่อย ๆ แซ่บ ๆ อะไรแบบนี้ครับ”

หนู่ย , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับวี ที่มองว่า ส้มตำ ปลา ร้า ข้าวเหนียว ไก่ย่าง เป็นเมนูที่อยู่ใกล้ตัวคน อีสาน เป็นเมนูหรือชนิดอาหารที่จำเป็นต้องมี เพราะอาหารเหล่านี้สัมพันธ์กับวงจรชีวิตของคน อีสานทั้งงานบุญ งานบวช ก็ต้องมีอาหารเหล่านี้ที่ขาดไม่ได้ เป็นอาหารหลักของคนอีสาน และเป็น กระบวนการคัดสรรชนิดอาหารอีสานที่สื่อสารไปยังคนอื่น ๆ ที่สามารถรับรู้ได้อยู่แล้วว่าชนิดของ อาหารเหล่านี้คืออาหารอีสานที่ชัดเจนที่สุด รวมทั้งวิยังมองว่าอาจเป็นเพราะปัจจัยด้านการแต่งเพลง ที่ต้องใช้คำให้สัมผัสหรือคล้องจองในการแต่งเพลงอีกด้วย

“ส้มตำ ปลา ร้า ข้าวเหนียว คือ หนึ่ง มันเป็นอาหารที่อยู่ใกล้ตัวคนอีสาน ใจ ขาดไม่ได้เลย ไม่ว่าจะป็นหมอลำ หรือว่าทำอะไรก็ตาม งานบุญ งานบวช งานวัด งานอะไรอย่างนี้ อาหารที่ขาดไม่ได้คือ ไก่ย่าง ส้มตำนี่คืออาหารหลักของคนอีสาน ข้าวเหนียวด้วย จ่อมปลา แดก ปลาแดกข้าวจี๊ แล้วก็ลาบ ก้อย ซอยจู้ เขาก็เลือกอาหารที่ว่าคนทุกภาครู้จักว่าอันนี้มัน เป็นอาหารอีสานนะ ถ้าหากยกแกงอีสานขนานแท้มาคนคงไม่รู้จักหรือกว่ามันคืออะไร สอง อีกอย่างหนึ่งก็คือแบบว่า คำคล้องจองหรือการแต่งออกมา มันอาจจะยากกับอาหาร ชนิดอื่น คนแต่งเขาคงเอาแบบใกล้ตัวอะไรประมาณนี้แหละ ทำไมเพลงที่อาจารย์สลา คุณวุฒิแต่งขึ้นมา หรือว่าอาจารย์ดาว บ้านดอน เขาก็เอาแบบว่าทำนอง คำร้องที่มาจากชีวิต จริงของคนอีสาน ใจ มันก็เลยทำให้เข้าถึงง่าย คุณไม่ห่างไกลจากความเป็นจริงหรือคนที่ ใ้ได้รับหรือคนที่ฟังเพลง”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับนุ่น ที่มองว่า ชนิดของอาหารอีสานที่ถูกสื่อสารในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอ นั้น ก็สอดคล้องกับเมนูอาหารที่คนส่วนใหญ่รับประทานกันอยู่ในชีวิตจริง เพราะถึงแม้อีสานจะมี เมนูหรือชนิดอาหารอีสานที่หลากหลาย แต่ในชีวิตจริงก็สั่งกันรับประทานกันเพียงไม่กี่อย่าง บนโต๊ะอาหาร รวมทั้งมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ก็จำเป็นต้องคัดสรรชนิดอาหารอีสาน แบบกลางๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย

“ถ้าพูดถึงจริง ๆ เวลาคนกินในชีวิตประจำวัน ก็กินไม่ได้ต่างจากที่เขานำเสนอเยอะ จริงอยู่ ว่าเมนูมันอาจจะเยอะ ถ้าพูดถึงเมนูพื้นบ้านจริง ๆ แล้วแต่พื้นถิ่นชอบเมนูนั้นเมนูนี้ แต่ถ้าพูดถึงว่าการกินอยู่ที่เราคู่เคยในชีวิตประจำวันเรา มันก็หนีไม่พ้น ส้มตำ ไข่ย่าง ลาบ ก้อย ถ้าสมมุติเราต้องไปร้านอาหารแล้วต้องสั่งกินก็ใช่ คล้าย ๆ กับที่มันเป็นเครื่องดนตรีว่า ทำไม่ถึงนำเสนอแค่นี้มันเลือกให้คนภาคอื่นเข้าใจด้วย ก็ต้องเป็นอาหารอีสานทั่ว ๆ ไป กลาง ๆ ก็ ส้มตำ ไข่ย่าง ลาบ ก้อย ต้มเนื้อ อะไรประมาณนี้”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของต่าย มองว่า อีกหนึ่งตัวแปรที่สำคัญอาจเป็นเพราะปัจจุบันปลา ร้า ส้มตำ ได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป สังเกตได้จากที่นักร้องลูกทุ่งส่วนใหญ่หันมาทำธุรกิจ น้ำปลาร้า เลยทำให้สิ่งเหล่านี้กลายเป็นอัตลักษณ์ของอาหารอีสานที่สามารถสร้างความเข้าใจทั้งคน อีสานและคนทั่วไป

“นักร้องชายปลาร้ามากขึ้นด้วยนะ เราว่าอาหารพวกนี้มันก็คือ เอกลักษณ์ พอนึกถึงอีสาน คนก็นึกถึงปลาร้า ส้มตำ ถ้าลึกกว่านี้คนไม่ได้รู้จัก ไม่ได้เป็นที่นิยมเพราะถ้านึกถึงอาหาร อีสานต้องเลือกอันนั้นขึ้นมาที่เขารู้จักอยู่แล้ว ถ้ามันมาแล้วมันดัง สมมุติห่อหมกชวงมาแล้ว คังเลย ก็น่าจะความแปลกใหม่คิดปาก”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ชัดเจนเลยว่า ในประเด็นเรื่อง ชนิดของอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสานนั้น ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสาร ความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ผู้รับสาร ทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับการคัดสรรเฉพาะชนิดของอาหารแค่บางประเภทขึ้นมาแนะนำเสนอผ่านพื้นที่ของ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ของความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ ที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ท่ามกลางความหลากหลายของชนิดอาหารอีสาน เพราะผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ การนำเสนอชนิดอาหารอีสานครั้งนี้ส่วนใหญ่ก็คัดเลือกชนิด ของอาหารอีสานที่เป็นคั้งอัตลักษณ์ด้านอาหารของคนอีสานมาแนะนำเสนอ และเป็นการสื่อสารที่มุ่ง สร้างความเข้าใจร่วมทั้งคนอีสานในฐานะคนในวัฒนธรรม และสื่อสารไปยังกลุ่มคนฟังเพลง ภาคอื่น ๆ ให้เข้าใจร่วมกันได้ไม่ยากนัก

2. กรรณวิธีการปรุงอาหารอีสาน

ตารางที่ 6.8 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน
ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) กรรมวิธีการปรุงอาหาร โดยคัดเลือกการปรุงอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างจากภูมิภาคอื่นขึ้นมาเสนอ เช่น ลาบ ก้อย ซอยจู้ หมก จี เป็นต้น และเป็นวิธีการปรุงที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน	- ผู้รับสารเจนเนเรชันเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่ากรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น เพราะเป็นวิธีการปรุงอาหารที่เป็นที่นิยมในสังคมของคนอีสาน และผู้คนในทุกภูมิภาคก็รู้จักวิธีการปรุงอาหารเหล่านี้อยู่แล้ว เพราะสามารถเห็นได้ในโลกความเป็นจริงตามร้านอาหารอีสาน และเป็นวิธีการปรุงที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน	- ผู้รับสารเจนเนเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า วิธีการปรุงอาหารหลัก ๆ ของคนอีสาน และเป็นวิธีการที่คนวงกว้างสามารถรู้จักกันอยู่แล้ว เปรียบเป็นเสมือนวิธีการปรุงอาหารอีสานสากลที่เป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน โดยไม่ต้องทำความเข้าใจอะไรใหม่ เพราะในโลกความเป็นจริงการขยายตัวของร้านอาหารอีสานกระจายอยู่ทั่วทุกภาคสามารถทำให้คนเข้าใจในวิธีการเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นถึงวิธีการหาอยู่หากินแบบฉบับอีสาน ที่เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ (collective identity) การปรุงอาหารอีสานแบบดั้งเดิม แต่อีกด้านหนึ่งก็สามารถซื้ออาหารมากินได้เช่นกัน	- ผู้รับสารเจนเนเรชันเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ เพราะได้เผยแพร่วัฒนธรรมการหาอยู่หากินของคนอีสานให้คงอยู่ ไม่ให้สูญหาย และวัฒนธรรมการหาอยู่หากินแบบนี้เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าเป็นการสอนให้เด็ก ๆ ในสังคมอีสานสามารถพึ่งพาตนเองและเอาตัวรอดได้จากธรรมชาติรอบตัว และภาพเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่ทำให้หวนรำลึกนึกถึงบ้าน นึกถึงชีวิตของตนเองในอดีตที่ยังอยากกลับไปทำสิ่งเหล่านี้	- ผู้รับสารเจนเนเรชันวายถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าภาพวิธีการหาอยู่หากินของคนอีสานที่ถูกสื่อสารในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน เป็นการสื่อสารให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนอีสาน เป็นภูมิปัญญาของคนอีสานที่ถูกสั่งสมและถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยการหยิบยกตัวละครเด็ก ๆ ขึ้นมานำเสนอขึ้นนี้อาจเป็นเพราะทำให้สื่อสารถึงความสนุกในวัยเด็ก รวมทั้งภาพเหล่านี้ยังสื่อสารความหมายว่าอีสานนั้นก็ไม่ได้แล้งแค้น แต่เป็นภาพของการความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์สัตว์น้อยใหญ่ที่สามารถนำมาทำเป็นอาหารได้

จากตารางที่ 6.8 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและ
อรรถกถาอีสานใหม่ด้านกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร
โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็น ประเด็น ข้อค้นพบการเข้าการเข้ารหัสความหมายและ
อรรถกถาอีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรรกรรมวิธีการปรุงอาหาร โดย
คัดเลือกการปรุงอาหารที่มีอรรถกถาเฉพาะตัวและ แตกต่างจากภูมิภาคอื่นขึ้นมาเสนอ เช่น ลาบ
ก้อย ซอยจู้ หมก อ่อม จี เป็นต้น และเป็นวิธีการปรุงที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่องกรรมวิธีการปรุง
อาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสด้วย
จุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อความหมาย
และอรรถกถาใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า มิวสิกวิดีโอเพลง
ลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดเลือกกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานที่เป็น กรรมวิธีการปรุงหลัก ๆ ของ
ภาคอีสาน เช่น ลาบ ก้อย ซอยจู้ จี ที่ทุกคนสามารถเห็นแล้วเข้าใจได้ว่าเป็นวิธีการปรุงของภาคอีสาน
เป็นเสมือนวิธีการปรุงอาหารอีสานสากล และเป็นกรรมวิธีการปรุงที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่ผู้คนรู้จัก
กันในวงกว้าง และด้วยปัจจัยที่อาหารอีสานตอนนี้มีกระจายอยู่ทั่วประเทศ คนฟังเพลงก็จะสามารถ
เข้าใจโดยไม่ต้องทำความเข้าใจอะไรใหม่ ส่วนใหญ่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจะคัดเลือกเฉพาะ
วิธีการปรุงอาหารอีสานที่ไม่ได้มีขั้นตอนในการปรุง หรือเครื่องปรุงเยอะ ที่คนภาคกลาง หรือคน
ภาคอื่น ๆ เคยรับประทาน หรือสามารถทำตามได้ด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมักจะคัดเลือก
กรรมวิธีการปรุงอาหารของอีสานเพียงไม่กี่อย่างขึ้นมาเสนอ เช่น ลาบ ก้อย ซอยจู้ หมก จี เป็นต้น
ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับชนิดของอาหารอีสานที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้
คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของรุ่น ที่มองว่า กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานที่ถูกนำเสนอใน
มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น เป็นเพราะวิธีการปรุงอาหารเหล่านั้นก็เป็นสิ่งที่ขอดนิยมนในสังคม
ของคนอีสาน และผู้คนในทุกภูมิภาคก็รู้จักวิธีการปรุงอาหารเหล่านี้ก็อยู่เพราะสามารถเห็นได้ในโลก
ความเป็นจริงตามร้านอาหารอีสาน

“พี่ก็มองประมาณว่าพวกนี้มันฮิต ในหมู่คนอีสาน และทุกที่ที่รู้จัก ทุกภูมิภาคของอีสาน รู้จักข้าวจี ทุกภูมิภาคอีสานรู้จักส้มตำ รู้จักลาบ ซอยจู้ วิธีการทำเขาก็รู้จัก เพราะเขาเห็นในร้านอาหารอีสานมาแล้ว”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับแดง ผู้ที่มีอาชีพเป็นแม่ค้าขาย มองว่า การคัดเลือกกรรมวิธีการปรุงอาหารของอีสานเพียงไม่กี่กรรมวิธี เป็นกรรมวิธีการปรุงที่คนสามารถเข้าใจได้ เพราะเป็นวิธีการปรุงที่ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน เพราะหากถ้านำเสนอวิธีการปรุงอาหารที่ยากหรือมีชื่อที่ยากก็อาจทำให้คนไม่เข้าใจในวิธีการเหล่านั้นได้

“ก็คือคนรู้จักแค่นี้ และเวลาสื่อเวลานำเสนอ ถ้าเป็นอู๋ เป็นอ่อม เป็นอะไรเลย คนก็จะไม่รู้จักภาษา มันก็เสนอไม่ได้ อาหารคนอีสานส่วนใหญ่ไม่ได้ซับซ้อนนะคะ คือมันปรุงง่าย ๆ ด้วยซ้ำไป แต่ภาษาที่พูดมันค่อนข้างจะฟังแล้วไม่เข้าใจคะ จริง ๆ วิธีการปรุงมันจะง่าย ๆ”

แดง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับนก ที่ถอดรหัสด้วยการยอมรับกับการนำเสนอให้เห็นถึงกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานเหล่านั้นเพียงไม่กี่ชนิด เพราะมองว่า ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นไม่สามารถนำเสนอวิธีการที่เยอะซับซ้อนได้ จึงจำเป็นต้องคัดสรรวิธีการปรุงอาหารของคนอีสานที่ปรุงง่าย และสร้างความเข้าใจให้กับคนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ ได้ ที่สอดคล้องกับประสบการณ์ของผู้คนที่อาจเคยได้รับประทานหรือปรุงอาหารอีสานเหล่านั้นเองด้วย ซึ่งหากว่านำเสนอวิธีการปรุงที่ลึกหรือหลายขั้นตอน หรือเมนูที่มีเครื่องปรุงเยอะก็อาจไม่อาจทำได้เพราะทำให้รู้สึกว่ายากเกินไป

“ถ้าเป็นภาษาในเพลงมันก็เป็นอย่างนี้ ในMV มันมีไม่เยอะหรอก เพราะว่าเขาก็เอาประเภทที่มันปรุงง่าย ๆ เอาที่ง่าย ๆ ที่สุด ดูแบบคนในภาคกลาง ในทุกภาค เข้าใจว่าอันนี้เขาเคยกิน เขาเคยทำ เขาเคยลองแบบนี้ แต่ถ้าจะเอาที่ว่ามันลึกไป แบบอาหารที่มีการปรุงแบบหลายขั้นตอน เครื่องปรุงเยอะ มันก็จะไม่ค่อยเอาเข้ามา ส่วนมากคนภาคกลางอะไรแบบนี้เขาอาจจะไม่ค่อยได้เห็น ไม่เคยกิน หรืออะไรแบบนี้ เขาก็จะไม่เอาออกมา ข้าวจีมันก็ทำง่าย ๆ คนน่าจะเคยกินกัน มันก็เลยโอเค”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของแคล้วมองว่า ภาพวิธีการปรุงอาหารอีสานเหล่านี้ยังเป็นการสื่อสารให้คนฟังเพลงได้เรียนรู้วัฒนธรรมการปรุงอาหารของคนอีสานด้วย โดยมีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงต้องคัดเลือกเฉพาะกรรมวิธีการปรุงที่คนภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจหรือนำไปปรุงร่วมได้ เช่น การลาบ หากเป็นกรรมวิธีการปรุงอาหารของคนอีสานดั้งเดิมจะใช้เนื้อวัว แต่ปัจจุบันวิธีการปรุงนี้ก็ได้นิยมและกระจายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ที่เปลี่ยนแปลงที่เปลี่ยนแปลงวัตถุดิบเป็น หมู เป็ด ไก่ จึงเป็นวิธีการที่ผู้คนเข้าใจได้ง่ายขึ้น เพราะมีจุดมุ่งหมายไปยังกลุ่มคนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย แต่หากจะสื่อสารเฉพาะคนอีสานก็สามารถเลือกสรรกรรมวิธีการปรุงที่มีความหลากหลายได้

“มันก็อาจจะเป็นคนภาคอีสานที่เอาไปเผยแพร่ มันทำให้เขาได้เห็น ได้รู้วัฒนธรรมวิธีการปรุง แต่ถ้าเป็นตัวอื่น ลาบเทา ซอยจู้ มันไม่ค่อยเอามาเพราะถ้าเราสื่อสารไปคนก็ไม่เข้าใจ เราอยู่ดี มันจะเกิดคำถามตลาดผู้บริโภค เช่น ลาบเทา ถ้าเขาเอามาเขาก็ต้องมาป่นปลาใส่ แล้วมันกินยังไง คือมันยากกับการที่จะสื่อสารให้เข้ากับคนกลุ่มอื่น คือถ้าเราไม่ได้ไปทำให้เขากิน ไม่ได้ให้เขาชิม สื่อสารแค่ให้เขาเห็นมันจะสื่อสารยาก มันไม่เหมือนอย่างส้มตำแค่ว่าเอาทุกอย่างมารวมกัน ถึงแม้ว่าเขาจะไม่ได้ชิมแต่ก็นำลายสอได้ แต่ถ้าเอาแปลก ๆ ทุกคนก็จะตั้งคำถามว่ามันคืออะไร อีกอย่างคำว่าลาบ มันก็จะมีหลายลาบถ้าอีสานจริง ๆ คือลาบเนื้อ ก้อยเนื้อ แต่เผชิญภาคกลางก็มีลาบหมู ลาบเป็ด เปลี่ยนเฉพาะวัตถุดิบว่าเป็นเนื้อหมู เนื้อไก่ เหมือนกับลาบทอด ที่มีนึ่งที่กรุงเทพฯ ไปแล้ว ลาบมันจะเข้าใจได้ง่าย แต่ถ้าเมื่อไหร่ที่เป็นซอยจู้มันไม่สามารถเอาหมูมาซอยจู้ ไม่สามารถเอาไก่เอาเป็ดเอาอะไรมาซอยจู้ได้ มันต้องเนื้อเท่านั้น แต่ถ้าจะพูดกับแค่นอีสานมันก็เลือกได้เยอะกว่านี้ เพราะคนอีสานเขาจะเข้าใจหรือเคยกินกัน อีกอย่างทุกวันนี้มีรายการอาหารที่คนทำในยูทูปเยอะนะที่ว่า เขาน่าจะรู้จักหรือเคยเห็นกันแล้ว”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า วิธีการปรุงอาหารเช่น ลาบ ก้อย จี่ หมก เป็นกรรมวิธีการปรุงอาหารหลัก ๆ ของคนอีสาน และเป็นวิธีการที่คนวงกว้างสามารถรู้จักดีกันอยู่แล้ว เปรียบเป็นเสมือนวิธีการปรุงอาหารอีสานสากล ที่เป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน โดยไม่ต้องทำความเข้าใจอะไรใหม่ เพราะในโลกความเป็นจริงการขยายตัวของร้านอาหารอีสานกระจายอยู่ทั่วทุกภาคสามารถ

ทำให้คนเข้าใจในวิธีการเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ดังเช่นการถอดรหัสของนุ่น ที่อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า เพราะด้วยคนส่วนใหญ่ที่รู้จักกรรมวิธีการปรุงอาหารของคนอีสานเพียงเท่านี้ ดังเช่น ลาบ ที่คนฟังเพลงคูนเคยเป็นอย่างดีอยู่แล้ว หรือเคยสั่งมารับประทานกันในชีวิตจริง มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจึงเลือกสรรมานำเสนอ

“ก็คนส่วนใหญ่รู้จักเท่านี้ หมายถึงว่าเขารู้จักเมนูพวกนี้แล้ว ถ้าสมมุติถามคน 100 คน รู้จักลาบก็รู้จักหมก อะไรอย่างนี้ 80% หรือ 90% อาจจะบอกว่าลาบ คือเขาคูนอยู่แล้ว คนที่เขาอยากจะนำเสนอเขาก็เลือกเมนูนี้มันทำให้ดู”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับนัทที่มองว่า ด้วยการกระจายของร้านอาหารอีสานที่สร้างความคุ้นชินให้กับคนฟังเพลง วิธีการปรุงอาหารเช่น ลาบ ก้อย จี่ จึงเปรียบเสมือนเป็นกรรมวิธีการปรุงอาหารสากลของชาวอีสานที่ผู้คนในสังคมสามารถรับรู้ร่วมกันได้

“ด้วยความที่เหมือนกับตอนนี้ร้านอาหารอีสานมันก็กระจายอยู่ทั่วทุกภาคไปหมด ร้านส้มตำร้านลาบเต็มไปหมด วิธีการปรุงหลัก ๆ ที่เราเห็น ทุกคนก็น่าจะรู้จักอย่าง ลาบ ก้อย จี่ มัน เป็นวิธีการปรุงแบบเหมือนอีสานสากลไปแล้วที่คนรู้จัก”

นัท, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับต่ายที่มองว่า กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานเหล่านี้เป็นวิธีการเดิมที่ผู้คนในสังคมเคยเห็นผ่านตามาแล้ว โดยไม่จำเป็นต้องอธิบายหรือสร้างความเข้าใจอะไรใหม่ หากนำวิถีที่ลึกหรือมีกระบวนการซับซ้อนกว่านี้ ก็ไม่ได้เป็นความนิยมและทำให้ผู้คนไม่รู้จักได้ แต่หากทำได้ก็จะทำให้เพลงนั้น ๆ สามารถมีคำฮิตติดปากในวงสังคมได้ เช่น ในเพลง ห่อหมกฮวกไปฝากป้า

“มันก็เป็นวิธีการเดิม ๆ มันก็เหมือนคำตอบที่เราตอบไปเมื่อกี้ว่าคนรู้จักอยู่แล้ว ไม่ต้องทำความเข้าใจอะไรใหม่ และอย่างห่อหมกฮวกคนก็จะอะไรคือห่อหมกฮวก แต่พอจี่ ปิ้ง ลาบ ก้อย มันก็เป็นวิธีการที่คนวงกว้างรู้จักอยู่แล้วมันคือเอกลักษณ์ ถ้าลึกกว่านี้คนไม่ได้รู้จัก

ไม่ได้เป็นที่นิยม เพราะถ้านึกถึงอาหารอีสานต้องเลือกอันนั้นขึ้นมา ที่เขารู้จักอยู่แล้ว ถ้ามันมาแล้วมันดัง ก็น่าจะความแปลกใหม่ติดปาก”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของปอ ที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ยอมรับเช่นกัน มองว่า กรรมวิธีการปรุงอาหารเหล่านี้ ทั้งต้ม แกง ลาบ อ่อม เป็นกรรมวิธีที่มีความเฉพาะตัวของคนอีสานที่ไม่เหมือนกับภาคไหน โดยมีปลาร้าเป็นส่วนผสม ซึ่งแสดงออกถึงความเป็นอีสานได้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับภาคอื่น ๆ ที่มีเครื่องปรุงหรือวิธีการปรุงเฉพาะตัวในแบบฉบับของตนเอง

“วิธีการปรุงอาหารส่วนตัวปอคิดว่ามันแบ่งได้ชัดเจนของทุกภาคอยู่แล้วครับว่าภาคไหนคือ ภาคไหนมีวัตถุดิบที่ดีเป็นของตัวเองเช่น น้ำยาบูคูของใต้ น้ำปู๋ของทางเหนือ ส่วนอีสานจะรู้เลยว่าแทบทุกเมนูจากอีสานจะมีส่วนผสมของปลาร้า ต้ม แกง ลาบ อ่อม มันบ่งบอกถึงความเป็นอีสานได้ดีที่สุด

ปอ , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร ทั้ง 2 กลุ่ม จะเห็นได้ว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกันกับที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า ภาพของกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานเหล่านั้นที่ถูกคัดสรรมานำเสนอเพียงไม่กี่อย่างนั้น นำเสนอให้เห็นถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัวของการปรุงอาหารของคนอีสาน ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ที่ยอมรับร่วมกันได้ และยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของคนอีสานที่เรียบง่าย เป็นรากเหง้าของคนอีสานที่เป็นคนที่สบาย ๆ ผ่านกระบวนการปรุงที่ง่าย ๆ และเป็นกระบวนการคัดสรรเพื่อมุ่งสร้างความเข้าใจร่วมทั้งคนอีสานในฐานะคนในวัฒนธรรม และสื่อสารไปยังกลุ่มคนฟังเพลงภาคอื่น ๆ ให้เข้าใจร่วมกันได้

2. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นถึงวิธีการหาอยู่หากินแบบฉบับอีสานที่เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ (collective identity) การปรุงอาหารอีสานแบบดั้งเดิมแต่อีกด้านหนึ่งก็สามารถซื้ออาหารมากินได้เช่นกัน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มในประเด็นเรื่อง วิธีการหาอยู่หากินแบบฉบับอีสาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัส

ด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ มีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มีวลีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนา มา โดยมองว่า ภาพวิธีการหาอาหารของคนอีสานที่ถูกสื่อสารในพื้นที่ของมีวลีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ถือเป็นภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสานในชนบท ทำให้เห็นภาพสังคมอีสานที่มีของกินที่อุดมสมบูรณ์ ไม่ได้แห้งแล้งเหมือนภาพที่เคยถูกนำเสนอในอดีต การนำเสนอภาพเด็ก ๆ มาแสดงในการหาอาหาร ทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของคนอีสานและเป็นการที่ถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ และยังสะท้อนความสุข และความสนุกสนานของเด็ก ๆ ในสังคมอีสานอีกด้วย และยังเป็นภาพที่เชื่อมโยงจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นอีกด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมีวลีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอภาพของวิธีการหาอยู่หากินของคนอีสานทั้งการหาเขียดหาแย้ แมลงต่าง ๆ ตามทุ่งนา โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอผ่านตัวละครเด็ก ๆ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอภาพวิธีการหาอาหารในมีวลีวิถีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ดวงที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ยอมรับกับการสื่อสารความหมายตามที่มีวลีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนา มา โดยมองว่า ภาพวิธีการหาอยู่หากินเหล่านั้นเป็นภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสานที่ไม่ได้สร้างความรู้สึกรำคาญใจแต่อย่างใด ถึงแม้ว่าวิธีการหาอยู่หากินแบบนี้ในชีวิตจริงอาจจะเห็นได้น้อยลง เพราะผู้คนในสังคมอีสานก็ปรับเปลี่ยนรูปแบบชีวิตด้วยการหาซื้อมารับประทานกันมากขึ้น

“มันก็คิดไปแบบนี้ ว่าคนอีสานเขาก็เป็นแบบนี้ แต่ทุกวันนี้มันหายากมากแบบใน MV ตอนนี่เขาก็แบบหาซื้อกันได้ มีร้านอะไรแบบนี้เยอะขึ้นด้วยแหละ แต่ที่เขาสื่อมาที่ว่ามันก็สนุกดี มันเป็นวิถีดั้งเดิมเขานำเสนอแบบนี้ก็ว่าดี เพราะมันเป็นวิถีดั้งเดิมไม่ได้น่าอายนะอะไร แล้วคนจะได้รู้จักเรามาก”

ดวง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับพิมพ์ ที่มองว่า ภาพเหล่านี้เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เพราะเหมือนการได้เผยแพร่วัฒนธรรมการหาอยู่หากินของคนอีสานให้คงอยู่ไม่ให้สูญหาย เพราะวัฒนธรรมการหาอยู่หากินแบบนี้ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ถึงการสอน ถ่ายทอด ให้เด็ก ๆ ในสังคมอีสานสามารถพึ่งพา

ตนเองและเอาตัวรอดได้จากธรรมชาติรอบตัว ไม่จำเป็นต้องพึ่งหวังเงินของพ่อแม่เพื่อไปซื้อของตามร้านสะดวกซื้อเพียงอย่างเดียว

“ที่ก็รู้สึกว่ามันน่ารัก เหมือนวัฒนธรรมเรานั้นยังอยู่ วัฒนธรรมการหาอยู่หากินของเรานั้นยังมีอยู่ ยังไม่สูญหายสักทีเดียว รู้สึกเสียดาย ถ้าเกิดวัฒนธรรมการหาอยู่หากิน มันเลี้ยวปากเลี้ยวท้องตัวเองได้เลย ไม่ต้องพึ่งขอตั้งค์พ่อแม่ขอเงินไปซื้ออาหารเซเว่น แต่มันก็จะมีเด็กบางกลุ่มที่ออกไป ที่พ่อแม่ส่งออกไปเรียนพิเศษ พี่ยังเห็นเด็กบางกลุ่มออกไปหาจีโป้ม ดูสนุกดี ว่าวิถีชีวิตหากินมันยังมีอยู่ แสดงว่าเด็กกลุ่มนี้มันเอาตัวรอดได้ในสภาพอากาศหน้า”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของพัน และบ่า ที่วันนี้ได้เปลี่ยนสถานะของตนเองเป็นคนอีสาน พลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ เป็นเวลานาน มองว่า ภาพวิธีการหาอยู่หากินแบบนี้เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เพราะทำให้เห็นภาพวิถีดั้งเดิมของคนอีสานที่ตนเองเคยทำตอนยังอยู่ในพื้นที่อีสาน และภาพเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่ทำให้หวนรำลึกนึกถึงบ้าน นึกถึงชีวิตของตนเองในอดีตที่ยังอยากกลับไปทำสิ่งเหล่านี้

“มันก็เหมือนกับชีวิตเรานะ เมื่อก่อนเราไปดำนา จับหอยมากิน ภาพนี้ออกมาคนกรี๊ดขึ้นมา มันก็จะเสริมขึ้น จะเห็นภาพชัดขึ้น แล้วเพลงก็สนุกด้วย”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

“ก็ดีเลยนะ เพราะทำให้เห็นวิถีชีวิตดั้งเดิม เพราะว่าเราก็ก่อนอย่างนี้อยู่แล้ว นี้ดูแล้วยังรู้สึกคิดถึงสมัยก่อนตอนเด็ก ๆ เมื่อก่อนเราก็ก็นั่งแบบนี้เห็นแบบนี้คิดถึงบ้าน ถ้ากลับบ้านก็อยากไปหาอย่างนี้”

บ่า, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานเสนาอมา โดยมองว่า ภาพวิธีการหาอาหารของคนอีสานที่ถูกสื่อสารในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้น เป็นการสื่อสารให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนอีสาน เป็นภูมิปัญญาของคนอีสานที่ถูกสั่งสมและถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยการหยิบยกตัวละครเด็ก ๆ

ขึ้นมานำเสนอ นั่นอาจเป็นเพราะทำให้สื่อสารถึงความสนุกในวัยเด็ก รวมทั้งภาพเหล่านี้ยังสื่อสารความหมายว่าอีสานนั้นก็ไม่ได้แร้นแค้น หรือแห้งแล้ง แต่เป็นภาพของการความอุดมสมบูรณ์ของพืชพันธุ์และสัตว์น้อยใหญ่ที่สามารถนำมาทำเป็นอาหารได้ โดยสามารถยกตัวอย่างสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

หนุ่มหนุ่มอีสานที่เติบโตและยังคงใช้ชีวิตอยู่บนแผ่นดินอีสานในจังหวัดขอนแก่นยอมรับกับภาพการนำเสนอวิธีการหาอยู่หากินของคนอีสานในมิวสิควิดีโอ โดยมองว่า ภาพเหล่านั้นเป็นการนำเสนอให้เห็นวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของคนอีสาน ที่หากคนภายนอกมองมาอาจมีมโนทัศน์ว่า อีสานแห้งแล้งจึงจำเป็นต้องไปหาแมลงต่าง ๆ แต่ในมุมมองของคนอีสานภาพเหล่านี้กลับเป็นสิ่งที่ทำให้นึกถึงวิถีชีวิตของตนเองในวัยเด็กที่เคยสัมผัส เป็นความผูกพัน รวมทั้งเป็นภูมิปัญญาของคนอีสานที่ถูกถ่ายทอดมารุ่นพ่อแม่

“มันเป็นการนำเสนอวิถีชีวิต และพูดถึงภูมิปัญญาของคนอีสานด้วย ถ้าคนข้างนอกมองอีสานเข้ามา ก็จะนึกว่าอีสานมันแล้งแค้น ถึงต้องขนาดไปหาจิโป่ม ไปหาकुจี่ แต่ถ้าเกิดเป็นคนอีสานมองด้วยตัวเอง สมัยเด็ก ๆ เราต้องเคยไปสัมผัสตามท้องไร่ท้องนา มันเหมือนเป็นความผูกพัน ที่เกิดมาอยู่แบบนี้ แล้วพอเห็นการนำเสนอแบบนี้มันก็จะรู้สึกว่ามันคือพื้นที่ของเราและมันคือวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ที่เหมือนไปกับพ่อกับแม่ตามท้องไร่ท้องนา เหมือนเป็นการนำเสนอที่ให้คุณข้างนอกเขาเห็นวิถีชีวิต และยังเอาเด็ก ๆ มาอาจจะทำให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น”

หนุ่ม , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับปอ ที่มองว่า ภาพวิธีการหาอยู่หากินของคนอีสานเหล่านี้ นำเสนอให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของคนอีสานที่เรียบง่าย และพึ่งพาอาศัยธรรมชาติ และเป็นการแสดงออกซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของท้องไร่ท้องนาของสังคมอีสาน ที่มีแบบไหน ก็กินแบบนั้น และเขามองว่าถือเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของคนอีสาน

“ภาพพวกนี้มันแสดงให้เห็นการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย อยู่ง่ายกินง่ายตามสไตล์ของคนพื้นบ้าน และบางเพลงจะมี MV การหาอาหารพื้นบ้านเช่น กบ เขียด ลูกอ๊อด หน่อไม้ มันแสดงให้เห็น

เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของท้องไร่ท้องนา ว่าพื้นเพเราเป็นคนที่สบาย ๆ ง่าย หาอะไรก็ได้
ก็กินแบบนั้น มันคือ อัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่งที่คนส่วนใหญ่จะรู้ว่าคนอีสานอยู่ง่ายกินง่าย”

ปอ , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับเค้กที่ถึงแม้ว่าเข้ามาเรียนในกรุงเทพฯ นานหลายปี แต่ก็ถอดรหัสด้วยการยอมรับกับการนำเสนอภาพเหล่านั้นในมิวสิกวิดีโอ โดยมองว่า รู้สึกดีที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นภาพวิถีการหาอาหารเหล่านี้ขึ้นมา เพราะทำให้เห็นภาพของความอุดมสมบูรณ์ของแผ่นดินอีสาน ไม่ได้แห้งแล้งตามมายาคติที่คนอื่นรับรู้ และการนำเสนอผ่านตัวละครเด็ก ๆ นั้นยังทำให้เห็นถึงความสนุกสนานของเด็ก ๆ ในสังคมอีสานไม่แพ้กับการเดินเที่ยวห้างสรรพสินค้า

“รู้สึกดีที่เขาหยิบยกภาพแบบนี้ขึ้นมาให้คนได้เห็น ว่าอีสานก็มีกินอุดมสมบูรณ์ ให้เขาได้รู้ว่าอีสานก็ได้แล้งแล้งก็อุดมสมบูรณ์ มันเป็นผลดีมากว่า เหมือนใน MV ที่เขาได้สื่อเขาเอาเด็ก ๆ มาแสดง ทำให้เขาได้รู้ว่าอีสานถึงไม่ต้องเดินห้าง เดินอะไรอย่างเดียว แต่เด็ก ๆ ก็ลงทุ่งนาไปหาเห็ดหาเห้ เป็นความสนุกของเด็ก ๆ อีสาน”

เค้ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม จะเห็นได้ว่า ในประเด็นเรื่องวิถีการหาอยู่หากินแบบฉบับอีสาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการวิถีการหาอาหารที่บ้านของคนอีสานทั้ง กบ เขียด จิโป้ม กุฉี่ นั้นเป็นภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน เป็นภูมิปัญญาของคนอีสานที่ถูกสั่งสมถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานด้านความเรียบง่าย คือการอยู่ง่าย กินง่าย และภาพเหล่านี้ยังเป็นการสร้างจินตนาการให้กับคนอีสานพลัดถิ่นอีกด้วย รวมทั้งสิ่งที่สำคัญภาพเหล่านี้ในมุมมองของคนอีสานเป็นการต่อรองความหมายที่ลบภาพความแห้งแล้งของแผ่นดินอีสาน แต่เป็นมุมมองของความอุดมสมบูรณ์ของพืชผักนานาพรรณและสัตว์น้อยใหญ่ที่สามารถหามาปรุงอาหารได้จากธรรมชาติที่สมบูรณ์รอบตัว

3. วิธีการรับประทานอาหารอีสาน

ตารางที่ 6.9 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านวิธีการรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งมีวิธีการรับประทานด้วยมือ เพื่อรักษาการรับประทานอาหารแบบดั้งเดิม และอีกด้านก็ยอมรับวิถีกินอาหารแบบส่วนกลาง กับการรับประทานด้วยช้อนส้อม เป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่ทันสมัย (modern form) ที่เข้าใจในสุขอนามัยมากขึ้น แต่ก็สื่อสารให้เห็นความหมายด้วยภาพที่แปลกตา (exoticize) ในขณะเดียวกัน	- ผู้รับสารเจนเนเรชันเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าการจกหรือเปิดอาหารด้วยมือ คือ สัญลักษณ์แทนคนอีสานที่สื่อสารให้เห็นถึงการวิถีของลูกอีสานขนานแท้ รวมทั้งการรับประทานอาหารด้วยส้อมนั้นก็เป็นเรื่องที่ต้องทำเพื่อสร้างสุขลักษณะเมื่อต้องรับประทานอาหารร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นภาพของคนอีสานที่สามารถปรับตัวได้	- ผู้รับสารเจนเนเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า วิธีการรับประทานอาหารอีสานด้วยมือนั้น เป็นภาพที่สื่อถึงวิถีดั้งเดิมของคนอีสาน เป็นวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนอีสานที่ถูกถ่ายทอดและปฏิบัติกันเรื่อยมาในสังคมอีสาน และภาพเหล่านี้สื่อสารให้คนอีสานสามารถทบทวนตัวตนของคนอีสาน และไม่ได้เป็นภาพที่สร้างความแปลกแยก หรือค้อยค่าแต่อย่างใด ส่วนภาพของการใช้ช้อน ใช้ส้อมนั้นเป็นภาพของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการกิน เพื่อให้เหมาะสมกับโอกาสและสถานที่ที่สามารถรับได้เช่นกัน

จากตารางที่ 6.9 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านวิธีการรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะนำเสนอตามประเด็น ตามข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานสื่อสาร 2 ด้านกล่าวคือ ด้านหนึ่งมีวิธีการรับประทานด้วยมือ เพื่อรักษาการรับประทานอาหารแบบดั้งเดิม และอีกด้านก็ยอมรับวิถีกินอาหารแบบส่วนกลาง กับการรับประทานด้วยช้อนส้อม เป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่ทันสมัย (modern form) ที่เข้าใจในสุขอนามัยมากขึ้น แต่ก็สื่อสารให้เห็นความหมายด้วยภาพที่แปลกตา (exoticize) ในขณะเดียวกัน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่อง วิธีการรับประทานอาหารอีสานที่น่าเสนอใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า ภาพวิธีการรับประทานอาหารอีสานแบบดั้งเดิมนั้น คือ การเปิบอาหารด้วยมือ นั้นเป็นวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนอีสานที่มีการสืบทอดกันมา ส่วนภาพของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการวิธีการรับประทานอาหารอีสานด้วยการใช้ช้อนส้อม การใช้มีด กลุ่มตัวอย่างมองว่า คนอีสานก็สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับประทานไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานที่ โอกาส และความเหมาะสมของการรับประทานอาหารด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ดีภาพของวิธีการเปิบอาหารด้วยมือนั้น ยังเป็นสัญลักษณ์ถึงวิถีดั้งเดิมของชาวอีสานที่ไม่ได้รู้สึกเงินอายแต่อย่างใด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นวิธีการกินอาหารของคนอีสานทั้งกินด้วยมือ และการใช้ช้อนส้อมแบบคนเมือง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องวิธีการกินอาหารอีสานที่ใช้ในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

จากคำสัมภาษณ์ของพัน ที่ถอดรหัสยอมรับกับการนำเสนอวิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานด้วยมือ โดยมองว่า เพราะการจกหรือเปิดอาหารด้วยมือ คือ สัญลักษณ์แทนคนอีสาน และโดยส่วนตัวเขาถึงแม้ว่าวันนี้จะพลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ นานหลายสิบปี แต่ทุกวันนี้ก็ยังคงใช้วิธีการรับประทานอาหารด้วยมืออยู่ โดยที่ไม่ได้รู้สึกเงินอายแต่อย่างใด

“เพราะสัญลักษณ์มือ คือ อีสานแน่นอน ถ้าเป็นข้าวเหนียวใช้มือ ถ้าเป็นข้าวเจ้าใช้ช้อนอยู่แล้ว เขาใช้ช้อนได้ เราก็ใช้เป็นเหมือนกันใครเอาช้อนมาตักข้าวเหนียวกินผมยอมรับเลย มันก็ต้องใช้มืออยู่ดีตามความรู้สึกก็ไม่อายนะเขากินกับมือ แต่ผมก็ทาน ๆ ที่กินมือส่วนใหญ่กินช้อนส้อมแล้วครับ”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับนั้ม ที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ นานกว่า 30 ปี มองว่า เป็นเพราะมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานต้องการนำเสนอให้เห็นถึงความเป็นต่างจังหวัด หรือภาพวิถีชีวิตจริงในชนบทของคนอีสาน ที่ยังมีวิธีการรับประทานอาหารด้วยมืออยู่ ซึ่งความรู้สึกของเธอนั้นยอมรับกับภาพเหล่านั้นที่นำเสนอมา เพราะเธอมองว่าการรับประทานอาหารด้วยมือ คือ การสื่อสารให้เห็นถึงการวิถีของคนอีสานขนานแท้ และการรับประทานอาหารด้วยมือยังทำให้เธอความรู้สึกว่ากินข้าวได้อร่อยกว่าการใช้ช้อนส้อมด้วยซ้ำ ส่วนภาพของการนำเสนอวิธีการรับประทานอาหารด้วยช้อนส้อมนั้น ก็เป็นสิ่งที่เธอทำเป็น เพราะจำเป็นต้องปรับตัว เมื่อเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองก็จำเป็นต้องปรับตัวตามชนบทหรือวิธีการรับประทานอาหารแบบคนเมือง

“สื่อถึงความต่างจังหวัด เขารู้เลยนะ เหมือนกับบางทีที่กินช้อน ไม่อร่อยแล้ว กินมือเลยดีกว่า อีสานแท้เลย ถ้าไปอีสานตอนนี้ จะเห็นว่าคนแก่เขาจะมีชามใส่น้ำไว้ล้างมือ เพราะเขากินมือ เชื้อใหม่เวลาเราอยู่ภัตตาคาร ถ้าเราเห็นอาหารอีสาน คิดถึงอีสานอยากใช้มือ คิดไปอย่างนั้นเลย ส่วนกินช้อนเราก็กินเป็น เข้าเมืองตาหลิ่วเราก็ต้องหลิ่วตาตาม เราก็คงทำได้”

นั้ม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากภาพวิธีการรับประทานอาหารด้วยมือจะเป็นสิ่งที่เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนอีสานขนานแท้แล้ว นกและบ๊า แรงงานชาวอีสานที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ มองว่า วิธีการรับประทานอาหารอีสานด้วยมือในยุคก่อน อาจเคยเป็นภาพที่สังคมเมืองมองว่าเป็นเรื่องที่น่าอาย แต่ทุกวันนี้ดังเช่น ร้านอาหาร หรือภัตตาคารหรู ก็มีการรับประทานอาหารด้วยมือ ซึ่งเป็นสิ่งที่พวกเขา รู้สึกไม่จำเป็นต้องรู้สึกอายแต่อย่างใด

“มันก็คนละแบบ ถ้าเราอยู่ในเมืองกรุง ในส่วนนี้เขาก็จะใช้ช้อน ถ้าเป็นบ้านนอกเราก็คือใช้มืออย่างเดียวมันเคยชินแล้ว และก็เป็นที่วิถีของคนอีสานแท้เลย ใครจะว่าอย่างไรก็ช่าง พี่รับได้กับการกินแบบนี้ มันคือวิถีชีวิตของเรา ลองสังเกตร้านหรู ๆ เป็ปข้าว ภัตตาคารยังมีเลย”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

“จกมือมันก็เราก็กินแบบนี้ ถ้าคนอีสานแล้วจริงๆ นะ แบบมันเหมือนมาอยู่ในเมือง มันก็แบบอวย มีเหมือนกันเมื่อก่อน ตอนมาอยู่กรุงเทพ มีคนเข้าทัก เฮ้ยมึงกินมือทำไม ทำไมไม่ใช้ช้อน มึงไม่อายยังไงคนเยอะ ก็มีคนพูดนะเขาเป็นรุ่นพี่ แต่ตอนนี้ก็เห็นคนกินแบบนี้กันเยอะ แต่เราไม่อาย ทุกวันนั้นคนกินแบบนี้ แต่กินแบบช้อนก็ได้ทำเป็น”

บ๋่า, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

ในขณะที่พิมพ์มองว่า ภาพของวิธีการรับประทานอาหารอีสาน ด้วยการจกข้าวเหนียวด้วยมือนั้น เป็นวัฒนธรรมการกินของคนอีสานที่รักษาสุขอนามัย ส่วนภาพของการแลกลิ้นอาจจะเป็นเรื่องของการแสดงที่ทำให้รู้สึกกินจริงไปบ้าง เพราะเพื่อสร้างอรรถรสในการรับประทาน และเชอมองว่าหากนำเสนอการรับประทานข้าวเหนียวด้วยการใช้ส้อมนั้นอาจเป็นภาพที่ดูดีจืดรวมทั้งการรับประทานอาหารด้วยส้อมนั้นก็เป็นเรื่องที่ต้องทำเพื่อสร้างสุขลักษณะเมื่อต้องรับประทานอาหารร่วมกับผู้อื่น ซึ่งเป็นภาพของคนอีสานที่สามารถปรับตัวได้ โดยเชอมองว่าคนอีสานเป็นกลุ่มคนที่สามารถปรับตัวได้ทุกสถานการณ์

“ถ้าเกิดจริง ๆ การจกข้าวเหนียวมันก็เป็นวัฒนธรรม ที่บ้านทุกวันนี่เขาก็กินข้าวเหนียวอยู่ด้วยการใช้มือ แต่ว่าก็ต้องล้างมือก่อนกินข้าว แต่ว่าการแลกลิ้นไม่ค่อยมีแล้วอาจจะเป็น Over Action การแสดงเฉย ๆ หรือว่ายังเหลือบางคนพี่ก็ไม่รู้ แต่เท่าที่พี่เห็นครอบครัวพี่ไม่มีที่บ้านยังจกข้าวเหนียวแต่อาหารก็ใช้ช้อน ใน MV ถ้าเอาส้อมจิ้มข้าวเหนียวมันก็ดูดีจืดอยู่ แต่ถ้าเกิดอาหารไม่เป็นไร เพราะว่าเราต้องกินกับคนอื่น แต่ข้าวเหนียวเราใส่มือเองเรากินเอง อยู่บ้านอาจจะเอาข้าวเหนียวไปจิ้มที่ส้มตำเลย อย่างนี้ก็รับได้ แต่ถ้าอยู่ข้างนอกพี่ก็เห็นบางคนยังเอาข้าวเหนียวไปจิ้มส้มตำมากินอยู่ แต่ว่าเพื่อนที่กินด้วยเขาก็จะมองว่ามันไม่ถูกสุขลักษณะ เราก็เลยต้องใช้ช้อนส้อมในบางโอกาส พี่มองว่าคนอีสานปรับตัวเก่งที่สุดในประเทศไทยแล้ว ทั้งการอยู่การกินพี่มองรากเหง้าของอีสานว่าเพื่อความอยู่รอด เมื่อก่อนอีสานจนต้องคืนดินต้องสู้ต้องปรับตัวกับทุกอย่างมากกว่าคนอื่น”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

อีกทั้งในทัศนะของแคล้วยังมองว่า ด้วยคนอีสานเป็นคนที่วิถีชีวิตเรียบง่าย รวมทั้งวิธีการรับประทานอาหารด้วยเช่นกันที่ไม่จำเป็นต้องมีพิธีรีตรอง ซึ่งเขามองว่าภาพของการรับประทานอาหารอีสานด้วยมือนั้นยังเป็นสิ่งที่คนอีสานปฏิบัติอยู่ในชีวิตประจำวัน แต่ด้วยเรื่อง

ของสุxonามัยที่วันนี้ก็ใช้ช้อนส้อมแบบคนเมืองขึ้นอยู่กับสถานที่และโอกาส แต่โดยส่วนตัวเขาก็ยังใช้การรับประทานอาหารอีสานด้วยมือที่ไม่ได้รู้สึกว่าจะแปลกแต่อย่างใด

“พื้มองว่าด้วยความที่เป็นคนอีสานเรียบง่าย ไม่ต้องมีอุปกรณ์ ไม่ต้องมีช้อนไม่ต้องมีตะเกียบ คือจกข้าวจากกระบี่ข้าวเหนียว แล้วมาถ้วลลาบจิมถ้วป่นโดยใช้มือ พื้มองว่าการกินกับคนตรีอีสานมันเหมือนกัน เหมือนหมอลำใส่แค่พินแคนเท่านั้นมันก็สนุก เหมือนกับข้าวเหนียวเอามือมากิน แต่ยุคใหม่เด็กเริ่มหันมากินข้าวเหนียวโดยใช้ช้อนส้อม พื้มองว่ามันเหมือนกับเป็นการนำเบสนำก็ด้าร์เข้ามาใช้กับคนตรีอีสาน ส้อมช้อนมันเหมือนกับพินเบสที่เข้ากับคนตรีอีสาน ถึงไม่ว่าอะไรจะเพิ่มเข้ามา แต่ว่าเป็นแก่นแท้ของอีสานมันก็ยังมีอยู่ ด้วยเรื่องสาธารณสุขเรื่องสุxonามัยวันนี้ เราต้องกินร้อน ช้อนกลางล้างมือ ก็ถูกสอนสาธารณสุข เพราะฉะนั้นเราก็ต้องปรับการกิน ก็ทำได้หมด ถ้ามว่าทุกวันนี้มันมีจกข้าวเหนียวใหม่มันก็ยังมิจก แต่พอเข้าไปเรียนมันก็ใช้ส้อมช้อน มันก็อยู่กับสถานที่ และโอกาสด้วย แต่ส่วนตัวพื้เราก็ยังจกข้าวเหนียวอยู่ พอไปนั่งกินตามวงร้านอาหารตามสั่ง พอเราวางกระบี่ข้าวเหนียวลงทุกคนก็จะบอกว่าขอหน่อย เขายังเอาช้อนเอาส้อมมาตักข้าวเหนียวของเราเราก็ไม่ได้ซีเรียสอะไร ถ้าเป็นข้าวเหนียวพื้ไม่เคยกินกับช้อนส้อมเลย ไม่วาจะเป็นห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว เมกะบางนา ที่ไปเกี่ยวกับลูกก็ยังมีอยู่”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานเสมอมา โดยมองว่า ภาพวิธีการรับประทานอาหารอีสานด้วยมือ นั้น เป็นภาพที่สื่อถึงวิถีดั้งเดิมของคนอีสาน เป็นวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนอีสานที่ถูกถ่ายทอดและปฏิบัติกันเรื่อยมาในสังคมอีสาน และภาพเหล่านี้สื่อสารให้คนอีสานสามารถทบทวนตัวตนของคนอีสาน เหมือนได้เห็นภาพของวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเอง โดยภาพการรับประทานอาหารอีสานด้วยมือ นั้นไม่ได้เป็นภาพที่สร้างความแปลกแยก หรือด้อยค่าแต่อย่างใด เพราะกลุ่มผู้รับสารมองว่า ผู้คนภาคอื่น ๆ ก็สามารถจกหรือเปิดอาหารด้วยมือได้เช่นกัน รวมทั้งภาพของการใช้ช้อน ใช้ส้อมนั้น เป็นภาพของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับประทาน เพื่อให้เหมาะสมกับโอกาสและสถานที่ได้เช่นกัน โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

จากทัศนะของหนุ่มที่ถนัดหัดชอบรับการภาพการนำเสนอวิธีการรับประทานด้วยมือนั้น เพราะมองว่า ด้วยอาหารหลักของคนอีสาน คือ ข้าวเหนียว ที่สอดคล้องกับใช้มือในการรับประทานอยู่แล้ว เป็นภาพที่ทำให้คนอีสานสามารถทบทวนตนตนของวิถีชีวิตของคนอีสาน และการรับประทานอาหารด้วยมือนั้นก็เป็นสิ่งที่ทำกันระหว่างมืออาหารในครอบครัวหรือคนสนิทคุ้นเคยกันอย่างดี ส่วนภาพของการรับประทานอาหารด้วยช้อนส้อมนั้นเป็นเรื่องของการปรับตัวเมื่อต้องเข้าไปอยู่ในเมือง หรือโอกาสที่จำเป็นต้องใช้ก็สามารถยอมรับได้ แต่การรับประทานอาหารด้วยมือยังเป็นสิ่งที่ให้ธรรมชาติในการรับประทานอาหารมากกว่าอยู่ดี

“คนอีสานหลัก ๆ แล้วมักกินข้าวเหนียว พอกินข้าวเหนียวมักใช้มือ แล้วพออยู่ในครอบครัวมันเป็นคนสนิท สังเกตเลยว่าถ้าไปกินข้าวกับคนที่สนิทกันคุ้นเคยดี ไม่ว่านั่งวงไหนการกินข้าวเหนียวก็จะใช้มือ แต่พอคนอีสานไปอยู่ในเมืองก็จะเป็นเรื่องของการปรับตัว มันแสดงออกและเราต้องปรับตัวว่าเราต้องใช้ช้อนส้อม มันขึ้นอยู่กับสถานที่และบริบท แต่ความเป็นอีสานจริง ๆ แล้วมันต้องใช้มือในการกิน มันจะได้ธรรมชาติมากกว่า มันก็คือวิถีชีวิตของเรา อย่างที่ดูเมื่อก็มันนี่ก็ออก อย่างเพลงก้อง ห้วยไร่ที่นั่งกิน อย่างเราซื้อข้าวเหนียวหมูบึ่งข้างทางเวลารีบ ๆ เราต้องปั่นกินอย่างนั้น เหมือนมัน related กับตัวผู้ฟังเองว่า ถ้าเกิดเป็นคนอีสานฟังมันก็เหมือนจะเห็นภาพตัวเอง ยิ่งเห็นอยู่กับพ่อกับแม่อยู่ได้ถนัดบ้าน มีตั้งวงมีกระต๊อบข้าวเหนียว มันจะนึกถึงว่าเราก็คือวิถีชีวิตแบบนี้”

หนุ่ม , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับที่ถ่าย มองว่า การเปิบอาหารด้วยมือของคนอีสานนั้น ภาพเหล่านี้ไม่ได้ทำให้เรารู้สึกเงินอายแต่อย่างใด เพราะเป็นวิถีดั้งเดิมของชาวอีสาน ถ้าจะรับประทานอาหารอีสานให้อร่อยก็ต้องรับประทานด้วยมือ ส่วนภาพของการรับประทานอาหารด้วยช้อน ด้วยส้อม ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปตามบริบทที่คนอีสานสามารถยอมรับและปรับตัวได้

“เป็นวิถีดั้งเดิมของคนอีสาน ก็คือการเปิบมือ ถ้าจะกินให้แซ่บ กินให้ไม่อายไม่เงินกับการกิน ก็คือการจกปลาร้า อย่างภาพใน MV ก็คือไม่เงินอายผู้ชาย แต่ถ้าไปอยู่ในสังคม ในร้านอาหารที่ใช้ช้อนก็ได้ เปลี่ยนไปได้ตามบริบทที่ตัวเองอยู่ ถ้าถามว่าอายไหมเราก็ไม่ได้เป็นอะไรเพราะมันคือวิถีชีวิตของเรา สำหรับเราไม่อาย ก็มันเป็นแบบนี้มันอยู่แล้ว แต่ถ้าใน MV รู้สึกว่ามันน่าเกลียดใหม่ ก็ไม่คือ”

ถ่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับปอที่มองว่า ภาพการจกข้าวเหนียว คือ สิ่งที่เป็นการสื่อสารถึงวัฒนธรรม การรับประทานอาหารของคนอีสานที่มีการสั่งสม ถ่ายทอดมาตั้งแต่เด็กจนโต ส่วนเรื่องการปรับเปลี่ยนวิธีการรับประทานอาหารนั้นอยู่ที่โอกาสความเหมาะสม และภาพของการจกข้าวเหนียว ด้วยมือนั้น ไม่ได้ ทำให้รู้สึกด้อยค่า เพราะคนในภาคอื่น ๆ ก็สามารถทำได้เช่นกัน

“เรามองว่ามันเป็นวัฒนธรรม เห็นการกินแบบนี้ตั้งแต่เราจำความได้ และเราก็กินแบบนี้มา ตั้งแต่เด็กจนโต พอเราโตมาเรามาเรียนหนังสือเราก็จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการกินบ้าง ตามความเหมาะสมแบบที่ที่เขาพูด ก็จะมีใช้ส้อมบ้างใช้มือบ้างแล้วแต่โอกาส ภาพการจก รู้สึกว่าด้อยค่าไหม มองว่าไม่ เพราะทางเหนือก็จก ได้ก็จก ทุกที่ที่กินข้าวเหนียว”

ปอ , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของตุ๊ก อธิบายว่า เมื่อเห็นภาพการรับประทานอาหารด้วยมือของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอ นั้น ก็ทำให้เธอหวนนึกถึงภาพวิถีการรับประทานอาหารในครอบครัวของตนเองที่เคยใช้วิธีการรับประทานแบบนี้ และเธอมองว่า ภาพเหล่านี้ยังสื่อสารทำให้เห็นสร้างความรู้สึกให้ภาคภูมิใจในการเป็นตัวตนของคนอีสานให้เหนียวแน่นขึ้นอีกด้วย

“นึกถึงตอนตัวเองกินข้าว กินข้าวกับพ่อแม่จะเรียบริยกว่ากินข้าวกับเพื่อน การใช้มือ คือ จะสื่อให้เห็นเหมือนที่ทุกคนว่ามันคือวิถีบ้านเรา สมัยก่อนพ่อแม่ก็พากินแบบนี้ ยกเว้นมีแกงมีอะไรก็จะใช้ช้อนตัก ไม่ใช่เรื่องแปลก และการสื่อความหมายออกมาแบบนี้มันทำให้ สาระเหนียวแน่นมากขึ้น ไม่ได้มองว่าเป็นเรื่องไม่ดี และคนที่เขามองเข้ามาที่อีสานเขารู้สึกอยากจะเป็นเหมือนเรา เพราะว่าเขาอยากทำในสิ่งที่เขาไม่เคยทำ แต่บางทีพอเราไปกินสเต็ก เราก็ใช้มีด เราก็อยากเป็นอย่างคนอื่นบ้างเหมือนกัน แต่สุดท้ายมันก็เป็นเหมือนรอก เวลา กินข้าวอยู่บ้านก็ยังใช้มือ เป็นการสื่อความที่ทำให้เรารู้สึกว่า เรายังรักความเป็นเราอยู่”

ตุ๊ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับนุ่น ที่มองว่ายอมรับกับภาพการรับประทานอาหารด้วยมือ เพราะอาจเป็น เพราะมิวสิกวิดีโอต้องการนำเสนอให้เห็นถึงความเป็นอีสานแบบดั้งเดิม และเป็นเรื่องปกติของการ ใช้ชีวิตของคนอีสาน ส่วนภาพของการรับประทานอาหารด้วยช้อนส้อมนั้นเป็นเรื่องมารยาททาง สังคมที่คนอีสานปรับตัวได้

“เพราะเขาอาจจะอยากสื่อว่าอีสานแท้ ๆ ต้องใช้มีอนะ จกข้าวเหนียว มันก็ขึ้นกับบริบทของเขา ไม่ได้รู้สึกว่าจะแข็งหรือดัดจริตอะไร แต่ว่าถ้าการใช้ชีวิตของคนอีสานปกติเขาก็ใช้มีอ ก็เขากินข้าวเหนียวใช้มีอเป็นปกติ แต่ว่าถ้าไปกินในร้านอาหาร ด้วยบริบทของสังคมหรือสภาพแวดล้อมตรงนั้น มันต้องใช้ช้อนส้อมเขาก็ต้องใช้ ส่วนตัวพี่ถ้ากินอยู่บ้านใช้มีออยู่แล้ว หรือว่าบางที่เราไปกินร้านอาหารเรากินกับแก๊งเพื่อน ๆ เราก็ใช้มีออยู่แล้ว หรือเว้นแต่ว่าเป็นอาหารจานกลางแล้วก็ใช้ช้อนส้อมตัก แต่ถ้าสมมุติบางที่เราต้องไปกินกับผู้ใหญ่ ด้วยมารยาททางสังคม ก็ต้องใช้ช้อนส้อมปกติ”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม จะเห็นได้ว่า ในประเด็นเรื่องวิธีการรับประทานอาหารของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ผู้รับสารยอมรับกับภาพเหล่านั้น ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) และเป็นการสื่อสารความหมายสองด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสานในเรื่องวิธีการรับประทานอาหารอีสานที่เปรียบเสมือนรากเหง้าของคนอีสานสามารถสื่อสารให้เกิดความรู้สึกร่วมกันในการรักษาความเป็นเรา หรือชนบดั้งเดิมของคนอีสานที่ไม่ได้รู้สึกเงินอาย หรือด้อยค่า และอีกด้านหนึ่งเพื่อสื่อสารให้เห็นการปรับตัว ของคนอีสานที่ก็เปิดรับและปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับประทานอาหารได้ด้วยเช่นกัน

4. สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน

ตารางที่ 6.10 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ด้านสถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	(Generation Y)
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นสถานที่ในการรับประทานอาหารที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เกียงนา ใต้ถุนบ้าน ชานบ้าน ห้องพัก ร้านส้มตำ ร้านอาหารแบบร่วมสมัย เป็นภาพของการปรับตัวและสอดคล้องกับการพลัดถิ่นของคนอีสาน และการพัฒนาสู่การยอมรับในความเป็นเมือง	- ผู้รับสารเจนเรชันเอ็กซ์ ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าปัจจุบันอาหารอีสานถูกยอมรับจากผู้คนในสังคมมากขึ้น อาหารอีสานจึงไม่ได้อยู่แค่ในพื้นที่อีสาน แต่อาหารอีสานถูกนำไปอยู่บนห้างร้านหรือภัตตาคารใหญ่ ที่นอกจากคนอีสานจะไปนั่งรับประทานอาหารได้แล้ว คนภาคอื่น ๆ ก็สามารถไปนั่งรับประทานอาหารอีสานได้เช่นกัน จึงมีสถานที่ในการรับประทานอาหารที่หลากหลาย	- ผู้รับสารเจนเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าอาหารอีสานและคนอีสานนั้นกระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศ มีร้านอาหารอีสานทั้งบนห้างสรรพสินค้าเช่นเดียวกับชนิดอาหารอื่น ๆ ที่ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึง หรือซื้อมารับประทานกันได้ ดังเช่น อาหารของภาคใต้ หรือร้านอาหารของภาคเหนือ ส่วนภาพของสถานที่ในการรับประทานอาหารอีสานในทუნานาเหล่านั้นก็เป็นภาพที่นำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิม

จากตารางที่ 6.10 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านสถานที่การรับประทานอาหารอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะนำเสนอตามประเด็นข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นสถานที่ในการรับประทานอาหารที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เกียงนา ใต้ถุนบ้าน ชานบ้าน ห้องพัก ร้านส้มตำ ร้านอาหารแบบร่วมสมัย

เป็นภาพของการปรับตัวและสอดคล้องกับการพลัดถิ่นของคนอีสาน และการพัฒนาสู่การยอมรับในความเป็นเมือง

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่อง สถานที่การรับประทานอาหารอีสานที่นำเสนอใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มทั้งหมดมีการถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า คนอีสานกระจายไปอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย รวมถึงต่างประเทศ และการย้ายถิ่นฐานของคนอีสานก็ได้หอบหิ้วอาหารอีสานไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันอาหารอีสานเหล่านี้ก็ถูกสังคมยอมรับ สังเกตได้จากจำนวนร้านอาหารอีสานที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งร้านอาหารบนห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร หรือร้านอาหารต่าง ๆ ความเป็นจริงเหล่านี้เองส่งผลต่อสถานที่ในการรับประทานอาหารของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน ที่ทำให้มีภาพสถานที่ในการรับประทานอาหารอีสานที่หลากหลายด้วยเช่นกัน และภาพของการผสมผสานทั้งการสถานที่การรับประทานอาหารอีสานที่ข้างทุ่งนา และสถานที่รับประทานที่เป็นเมืองมากขึ้นนั้น เป็นการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย เมื่อเทคโนโลยีเข้าถึง คนอีสานก็พัฒนามากขึ้น และปรับตัวไปตามสังคมได้ด้วยเช่นกัน และภาพของการรับประทานอาหารอีสานแบบใต้ถุนบ้านหรือในท้องทุ่งนายังเป็นสิ่งที่ทำคนอีสานพลัดถิ่นหวนคิดถึงภาพวิถีชีวิตวันวานของตนเองที่เคยทำอีกด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอให้เห็นสถานที่ในการกินที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เกียงนา ใต้ถุนบ้าน ชานบ้าน ห้องพัก ร้านส้มตำ ร้านอาหารแบบร่วมสมัย ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องสถานที่ในการกินอาหารของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตามทัศนะของนงมองว่า ภาพสถานที่การรับประทานอาหารของคนอีสานที่มีความหลากหลายนั้น เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เพราะในปัจจุบัน ผู้คนในสังคมทุกภูมิภาคยอมรับอาหารอีสาน และเคยรับประทานอาหารอีสานกันอยู่แล้ว อาหารอีสานรับประทานที่ไหนก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร หรือภัตตาคาร เพราะสังคมยอมรับในอาหารอีสาน

“ในมุมมองของพี่ก็ชัดเจนขึ้น เพราะเดี๋ยวนี้มันทั่วถึงแล้วละ ก็อย่างที่ว่า อาหารอีสานคนภาคกลาง ภาคไหน เขาก็รู้จักกันหมดแล้ว เขาก็กินกันแล้ว มันจะกินที่ไหนก็ได้ กินในร้านอาหาร ภัตตาคาร คนอีสานก็อยู่ทุกที่ ไม่ต้องแอบแล้ว ส้มตำนี่ก็ขึ้นชื่อ มันก็โอเคแล้ว

“เพราะว่าคนในเมืองกรุงเขาก็ออมรับได้แล้ว ว่าอาหารอีสานเขาก็ยังกิน เคี้ยวนี้เขารับได้แล้ว เราจะกินตรงไหนก็ได้ ภาคกลาง ภาคอะไรก็เปิดรับอาหารอีสานแล้ว เขายอมรับกันหมดแล้ว”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับบ้ำที่มองว่า ในโลกของความเป็นจริงคนอีสานอพยพย้ายถิ่นฐานไปอยู่ทุกที่ จึงทำให้เกิดสถานที่การรับประทานอาหารอีสานได้ทุกที่ และคนอีสานก็ปรับตัวกับธรรมชาติในสังคมที่ย้ายไปอยู่ได้ด้วยเช่นกันกับวิถีการหาอยู่หากินแบบอีสานไว้ด้วย

“เพราะคนอีสานอยู่ทุกที่ ก็กินกันได้ทุกที่ สมัยก่อน กบเจียดมันเยอะ เราก็หากินกัน บ้านโน้นมีอะไร เขาก็มาแบ่งกัน วันหลังเขามีเขาก็เอามาให้ มันก็ปันกัน แบ่งกัน ญาติพี่น้อง คนอีสานมันอยู่ทุกที่ เหมือนคนอีสานไปอยู่ไหน ภาคใต้ ภาคไหน มีเจียดกบ เรียบหมด ตรงไหนมีน้ำมีอะไร หมด”

บ้ำ, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับนึม ในฐานะที่ตนเองมีสถานะพลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ มองว่า คนอีสานกระจายอยู่ทุกที่ในประเทศไทย และอาหารอีสานก็ไม่ได้มีแค่ในพื้นที่อีสาน แต่อาหารอีสานในวันนี้ถูกนำไปอยู่บนห้างร้าน หรือภัตตาคารใหญ่ ที่นอกจากคนอีสานจะไปนั่งรับประทานได้แล้ว คนภาคอื่น ๆ ก็สามารถไปนั่งรับประทานอาหารอีสานได้เช่นกัน

“แบบว่าวันนี้คนอีสานอยู่ทั่วทุกที่ ไม่ว่าจะในกรุงเทพ หรือภาคไหน ๆ ภาคใต้อีกก็ไปอยู่ แล้วตอนนี้อาหารอีสานมันขึ้นห้าง ขึ้นภัตตาคารแล้ว คนก็ไปกินกันได้ทุกที่ คนอีสานก็ไป คนภาคอื่น ๆ ที่เขาชอบกินอาหารอีสานมันก็ไป มันก็เลยเป็นเหมือนใน MV ที่แบบกินอาหารอีสานอยู่ทุกที่ ถ้ากลับบ้านไปเราก็นั่งกินล้อมวงแบบในเพลง นี่ขนาดตอนเที่ยงแม่บ้านด้วยกันบางวันยังซื้อส้มตำมานั่งกินด้วยกันอยู่เลย”

นึม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับพิมพ์ที่มองว่า ปัจจุบันร้านอาหารอีสานกระจายไปทั่วทุกภูมิภาค รวมทั้งการพัฒนาเหล่านี้ยังเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนอีสานในการรวมญาติก็ไม่จำเป็นต้องทำอาหาร

อีสานรับประทานกันเอง แต่สามารถรวมตัวกันออกไปหาอาหารอีสานรับประทานกันตามร้านอีสานกันได้อย่างสะดวกสบาย

“ร้านอาหารอีสานอยู่ทุกมุมเมือง หากินง่าย มันก็สะดวก สร้างความสะดวกสบายให้คนมารวมกันเวลาญาติมารวมกันก็ไม่ต้องปรุงอาหารออกไปร้านอาหารบ้านเราเลย แล้วคนอีสานก็อยู่ทุกที่ ก็เลยไม่แปลกที่ใน MV มันจะมีสถานที่เยอะขึ้น หลากหลายขึ้น”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มิ.ค. 2564

นอกจากนี้ในส่วนของพันยังทำให้เห็นว่า ปัจจุบันอาหารอีสานถูกยอมรับจากผู้คนในสังคมมากขึ้น ดังประสบการณ์ส่วนตัวที่เคยเจอมา ที่เมื่อนำอาหารอีสานไปเปิดในที่สาธารณะก็ไม่มีใครทำท่าที่รังเกียจ แต่กลับอยากมาลิ้มรสอาหารอีสานด้วยเช่นกัน

“พอพูดเรื่องนี้ ผมนึกถึงเรื่องหนึ่ง ผมเคยเข้าโรงพยาบาลไปอยู่หนึ่งเดือน โทรมหาเมียว่าอยากกินส้มตำปลาร้า เขาซื้อปลาดุกมาตัวหนึ่ง ตำปลาร้ามา ผมเปิดในห้องคนมองเต็มเลย แล้วตอนนั้นมีคนอยากกินด้วย กลืนปลาร้าออกมา เมื่อก่อนคนอาจจะเขิน ๆ อาย ๆ ถ้าไปเปิดส้มตำปลาร้า แต่ตอนนี้เรากินอาหารอีสานที่ไหนก็ได้ เพราะคนอีสานก็อยู่ทุกที่ แล้วคนภาคอื่น ๆ เขาก็อยากกินด้วย”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิตโอเพนลู่ทุกอีสานเสนอมาน โดยมองว่า อาหารอีสานและคนอีสานนั้นกระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศ มีร้านอาหารอีสานทั้งบนห้างสรรพสินค้า เช่นเดียวกับชนิดอาหารอื่น ๆ ที่ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึง หรือซื้อมารับประทานกันได้ ดังเช่น อาหารของภาคใต้ หรือร้านอาหารของภาคเหนือ ส่วนภาพของสถานที่การรับประทานอาหารอีสานในทุ่งนาเหล่านั้นก็เป็นภาพที่น่าเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ที่เป็นวิถีของเกษตรกร ก็ให้ภาพบรรยายภาพที่น่าสนใจไปอีกแบบหนึ่ง โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

จากคำสัมภาษณ์ของเด็ก ลูกหลานชาวอุดรธานีที่พลัดถิ่นเข้ามาเรียนในกรุงเทพฯ มองว่า ที่เห็นสถานที่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่หลากหลายนั่น เป็นเพราะมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานต้องการนำเสนอให้เห็นว่า อีสานมีการพัฒนา เป็นการยกระดับอาหารอีสานสู่ห้างร้านต่าง ๆ จึงถูกนำเสนอขึ้นมา ส่วนภาพสถานที่แบบดั้งเดิมตามท้องทุ่งนาก็เป็นชีวิตในสังคมอีสาน

“หนูว่าสถานที่ในMV ที่เราเห็นเยอะขึ้น แบบตามร้าน ตามห้าง อะไรแบบนี้มันก็ทำให้เห็นว่าอีสานเราก็พัฒนา เพราะคนอีสานอยู่ทุกที่นะ เพราะเงินมันเลยมีสถานที่ในการกินเยอะขึ้นตอนอยู่ในห้างเราก็กินแบบห้างได้ ตอนอยู่บ้านเราก็กินอีกแบบ”

เค็ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับที่นุ่นมองว่า เพราะในโลกความเป็นจริงร้านอาหารอีสาน ก็ถูกยอมรับและมีกระจายอยู่ทั่วเหมือนดังเช่น ร้านอาหารของภาคเหนือ หรือภาคใต้ เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะอาศัยอยู่ที่ใดก็สามารถหาซื้อมารับประทานกันได้จึงเห็นเป็นภาพสถานที่การรับประทานที่หลากหลายขึ้น ส่วนภาพของสถานที่รับประทานอาหารอีสานตามท้องไร่ท้องนาก็ยังมีให้เห็นในชีวิตจริงของคนอีสาน

“เพราะอาหารอีสานมันอยู่ทุกที่ หมายถึงว่า จะไปขายอาหารอีสานบนห้างก็ได้ ไม่ได้เป็นอะไร มันก็น่าจะเหมือนกับอาหารภาคอื่น ๆ ใหม อย่างเดี๋ยวนี้ร้านอาหารปักษ์ใต้ก็เยอะ ร้านอาหารเหนือ ร้านอาหารอิสลามเราก็เห็นเยอะขึ้นเป็นทางเลือกให้คนซื้อ คนซื้อก็กินที่ไหนก็ได้ มันก็คือ อาหาร แต่ว่าการที่ไปกินตามท้องไร่ท้องนา มันก็คือวิถีชีวิตของเกษตรกร ของคนอีสานที่ยังมีอยู่ อย่างสมมุติว่าไปทำงานก็ต้องกินที่ไร่ที่นา ตั้งเวลาที่กลับบ้าน กินข้าวที่บ้านนั่งพื้นก็ปกติ ก็ไม่ได้อะไรมากมาย แต่บางที่ที่เรากินที่ร้านอาหาร มันก็อีกบรรยากาศหนึ่ง”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

อีกทั้งในส่วนนี้นัก ลูกอีสานที่พลัดถิ่นเข้ามาทำงานอยู่ในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ ที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ยอมรับเหมือนกัน ก็มองว่า ภาพสถานที่การรับประทานอาหารอีสานเหล่านี้ แสดงให้เห็นความหลากหลายของสถานที่ในการรับประทานเพราะสอดคล้องกับการกระจายตัวของคนอีสาน จึงเห็นภาพเหล่านั้นซึ่งถือเป็นเรื่องปกติ ว่าถูกจัดวางอยู่ในส่วนใด หากแต่ว่าภาพเหล่านี้ กลับสื่อสารให้เห็นถึงความเป็นอีสานผ่านเมนูหรือชนิดอีสานไว้อย่างเข้มข้น รวมทั้งภาพของการ

รับประทานอาหารอีสานแบบได้ดูบ้านหรือในท้องทุ่งน่าจะเป็นสิ่งที่ทำให้เขาหวนคิดถึงภาพวิถีชีวิตวันวานของตนเองที่เคยทำอีกด้วย

“ถ้าพูดเรื่องสถานที่ อย่างที่บอกว่าสถานที่ในการกินมันมีหลากหลายเพราะคนอีสานกระจายอยู่ทุกที่เรายังเห็นภาพทั้งคนนั่งร้านอาหารก็มี ปู่เสื่อนั่งข้างทางก็มี มันเป็นเรื่องปกติ มันขึ้นอยู่กับว่าคนกลุ่มไหนมากกว่า ถ้าเป็นวิถีชนบทเราก็ต้องนั่งกินแบบได้ดูบ้านหรือข้างทุ่งนาแบบนั้น ถ้าเป็นวิถีภาคกลางแล้วก็ต้องนั่งกินบนร้านอาหาร แต่อาหารมันก็ยังเป็นอีสานอยู่ แกลงหน่อไม้ ส้มตำ ข้าวเหนียว บ่งบอกอยู่แล้วว่าเป็นอีสาน อยู่ที่ว่ามันถูกเอาไปจัดวางอยู่ในส่วนไหน ภาพที่กินกันได้ดูบ้าน ที่นา เรว่ามันทำให้คนอีสานที่ไกลบ้านแบบเราคิดถึงบรรยากาศเก่า ที่เคยเห็นที่กินทำกันมา แต่ว่าไม่น่าอายไม่น่าแปลก ดีด้วยซ้ำ เพราะทุกวันนี้เราอาจจะไม่ได้ไปนั่งกินกับพ่อกับแม่แบบนั้นกันแล้ว”

นัท , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ว่า จากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม จะเห็นได้ว่า ในประเด็นเรื่องสถานที่ การรับประทานอาหารของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ผู้รับสารยอมรับกับภาพเหล่านั้น เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสถานที่ในการรับประทานอาหารของคนอีสานสองด้านคือ ด้านแรกภาพของการรับประทานอาหารที่ได้ดูบ้านหรือล้อมวงกันในครอบครัวของสังคมอีสาน ก็เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีของคนอีสานที่ล้อมวงรับประทานอาหารกันในครอบครัว เป็นวิถีชนบทของคนอีสานที่ทำต่อกันมา และ ไม่ได้เป็นภาพที่แปลก หรือน่าอายแต่อย่างใด และอีกด้านหนึ่งก็เป็นภาพของการถูกยอมรับจากสังคม เพราะทั้งคนอีสาน และร้านอาหารอีสานกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ทั้งบนห้างหรือภัตตาคารใหญ่ ฉะนั้นจึงเกิดเป็นภาพของสถานที่ในการรับประทานอาหารที่หลากหลายในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน

6.2.4 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ตารางที่ 6.11 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์ อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	(Generation Y)
<p>- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีกระบวนการคัดสรร (selection) ที่เป็นเฉพาะประเพณีหลวง (Great Tradition) ของวัฒนธรรมอีสานขึ้นมาเสนอ เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการสู่ขวัญ ประเพณีการกินดอง เป็นต้น เป็นการใช้สัญลักษณ์ Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมาย โดยหยิบเอาส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์ (Part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) เพื่ออธิบายถึงประเพณีและความเชื่อของคนอีสานเป็นประเพณีที่ผู้คนโดยทั่วไปสามารถรับรู้เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว และลดทอนความซับซ้อนในการนำเสนอเกี่ยวกับประเพณีของคนอีสานลงให้เหลือเพียงบางขั้นตอนที่สามารถเข้าใจได้ง่ายในเวลาอันรวดเร็ว เพราะสื่อสารกับทุกคนในวัฒนธรรม (Insider View) และสื่อสารกับคนกลุ่มนอกวัฒนธรรม (Outsider View)</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชันเอ็กซ์ ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่าประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอ นั้นเป็นประเพณีที่สะท้อนตัวตนและภาพจริงของวิถีชีวิตคนอีสาน ทั้งความเชื่อเรื่องการเรียกขวัญของคนอีสานที่ถูกปลุกฝัง ถ่ายทอด และปฏิบัติสืบทอดกันมา เป็นเรื่องของ การสร้างขวัญกำลังใจที่คนอีสานยังได้ยึดปฏิบัติกันเป็นกิจวัตร และลดทอนขั้นตอนลงเพราะเวลาในการนำเสนอของมิวสิกวิดีโอที่มีจำกัด จึงจำเป็นต้องนำเสนอให้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ที่ฟังเพลงสามารถเข้าใจได้ง่ายและไม่ซับซ้อน และยังเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความรู้สึกของคนอีสานใกล้กัน</p>	<p>- ผู้รับสารเจนเนเรชันวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า เหตุผลที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นคัดเลือกประเพณีสู่ขวัญ มานำเสนอเป็นส่วนใหญ่ นั้น เพราะเป็นการแสดงถึงความเชื่อของคนอีสานที่ฝังลึกและปฏิบัติสืบทอดต่อกัน มีเป็นสิ่งที่ เป็นเรื่องใกล้ตัว และเป็นสิ่งที่สื่อสารถึงประเพณีของคนอีสาน ได้ชัดเจนที่สุด เสมือนเป็นภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสาน ที่คน ภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจ และรับรู้ร่วมกัน ได้นอกจากนี้ยังทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตของอีสานจริงที่มีความเชื่อเรื่องขวัญและผูกพันกับคนอีสานมาโดยตลอด เป็นการสร้างกำลังใจให้ลูกให้หลาน เหมือนกับความเชื่อของผู้คนในภาคอื่น ๆ ที่อาจมีความเชื่อแบบนี้ร่วมกัน</p>

จากตารางที่ 6.11 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออกตามประเด็นข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) ประเพณีส่วนบุคคลเฉพาะประเพณีหลวง (Great Tradition) ของวัฒนธรรมอีสานขึ้นมานำเสนอ และลดทอนความซับซ้อนลง เพราะสื่อสารทั้งคนในวัฒนธรรม และคนกลุ่มนอกวัฒนธรรม

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่อง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ การถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมอง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานที่ถูกลำเสนอในมิวสิกวิดีโอ นั้น เป็นประเพณีที่สะท้อนตัวตนและภาพจริงของวิถีชีวิตคนอีสาน ทั้งความเชื่อเรื่องการเรียกขวัญของคนอีสานที่ถูกปลุกฝัง ถ่ายทอด และปฏิบัติสืบทอดกันมา เป็นเรื่องของการสร้างขวัญกำลังใจที่คนอีสานยังได้ยึดปฏิบัติกันเป็นกิจวัตร และสามารถยังเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวให้กับลูกหลานชาวอีสานพลัดถิ่นได้อีกด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่ คัดเลือกประเพณีการสู่ขวัญ กินคอง ฯลฯ และลดทอนขั้นตอนต่าง ๆ ลง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรรับได้หรือไม่อย่างไร กับการนำเสนอในมิวสิกวิดีโอเพลงเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของนางสาวอีสานจากจังหวัดนครราชสีมาที่พลัดถิ่นมาทำงานในกรุงเทพฯ มองว่า เหตุผลที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานคัดสรรเฉพาะประเพณีการสู่ขวัญ หรือประเพณีแต่งงาน การกินคองของคนอีสานมานำเสนอนั้น เป็นเพราะต้องการสื่อสารให้เห็นถึงความเชื่อ และประเพณีดั้งเดิมของคนอีสานที่คนอีสานยังปฏิบัติสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งการคัดเลือกประเพณีเหล่านี้มานำเสนอในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นสามารถสื่อสารกับผู้คนในสังคมส่วนใหญ่ที่อาจเคยเห็นประเพณีเหล่านี้ผ่านสื่อต่าง ๆ และสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นประเพณีอีสาน

“มันเป็นความเชื่อ ประเพณีแต่ดั้งแต่เดิมที่คนอีสานทำกันมานะ ถ้าพวกเรากลับบ้าน สมมุติว่าพวกเรากลับบ้านปีใหม่ ลูกจะมาแล้ว บอกชาวบ้านเลยว่าลูกจะมาแล้วก็มาผูกแขนให้กัน มันเป็นอย่างนั้นอยู่แล้ว แล้วในงานแต่งที่มีป้อนไข่ ป้อนกล้วย มันเป็นการเชื่อของเขาอยู่แล้วว่า คู่ผัวเมียจะได้อยู่ดีมีสุขกัน ให้อยู่ด้วยกันนานๆ MV เขาก็จะเลือกแบบนี้เพราะคนอื่น ๆ ก็น่าจะรู้จัก เคยเห็นกันมาแล้ว”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับพัน ที่มองว่า ประเพณีส่วนบุคคลเหล่านี้ ทั้งประเพณีการสู่ขวัญ การทำบายศรี งานกินดอง เป็นประเพณีที่เด่นและชัดเจนที่สุดที่สามารถสื่อสารว่า เป็นประเพณีเฉพาะของคนอีสาน ส่วนในประเด็นเรื่องการลดทอนขึ้นตอนลงนั้นเป็นเพราะเวลาในการนำเสนอของมิวสิกวิดีโอที่มีจำกัด จึงจำเป็นต้องนำเสนอให้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ที่ฟังเพลงสามารถเข้าใจได้ง่ายและไม่ซับซ้อน และยังเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความรู้สึกของคนอีสานไกลถิ่น

“มันก็เด่นสุดนะ ประเพณีพวกนี้การเรียกขวัญของคนอีสานที่คนน่าจะเคยเห็นกัน มันมีบายศรี มันก็ดูสวยงาม ผมยังคิดถึงบ้านเลยเวลาดู ส่วนงานแต่งที่ว่า ถ้าเอางานศพมาโชว์มันก็ไม่ใช่ มันก็เป็นความเชื่อแบบกินไข่ก่อนเดียวกัน ก็ดูน่ารักกัน ไข่เดียวกัน ส่วนที่มันลดทอน มันก็ทำให้ดูง่าย ๆ ของจริงขึ้นตอนมันเยอะ เพลงมันเท่านั้นก็จะเสร็จต้องใช้เวลามันก็เลยต้องทำแบบนี้ให้ดูสั้น ๆ รู้เรื่องพอแล้ว”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของแกล้วและนึม ยังมีความเห็นสอดคล้องกัน โดยมองว่า ประเพณีเหล่านี้เป็นประเพณีที่เป็นความเชื่อดั้งเดิมของคนอีสาน ที่ยังคงปฏิบัติสืบทอดกันมา และยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความอบอุ่นของคนอีสาน ประเพณีดังกล่าวเป็นประเพณีแห่งความศักดิ์สิทธิ์ที่เปรียบสายสิญจน์หรือฝ้ายขาวนั้นเป็นเหมือนดั่งคำอวยพรของปู่ย่าตายาย หรือพ่อแม่ อำนาจอวยพรให้ลูกหลานชาวอีสานมีความอยู่ดีกินดี รวมทั้งยังเป็นสิ่งที่สื่อให้เห็นถึงความรักความผูกพันของผู้คนในสังคมอีสาน นอกจากนี้ประเพณีเหล่านี้ที่ถูกสื่อสารในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานยังเป็นสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนอีสานอีกด้วย

“ประเพณีพวกนี้มันเป็นความเชื่อดั้งเดิมเลย เช่นว่าถ้าคนแปลกหน้าเข้ามาก็จะผูกแขนให้ เพื่อให้บรรพบุรุษได้รู้ว่ามิถุนมีหลานเข้ามา การรับแขกบ้านแขกเมืองไม่ว่าใครจะเข้ามาบ้านเรา เข้ามาอีสานหรือว่าต่างถิ่นเข้ามา สิ่งที่จะเป็นการต้อนรับก็คือการบายศรีสู่ขวัญ หรือการผูกข้อไม้ข้อมือเป็นสัญลักษณ์ว่า เป็นการต้อนรับด้วยความอบอุ่นเป็นการต้อนรับแขกที่มาเยือน ค่ายสายลัญจน์ที่แขนเป็นเหมือนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้เฒ่าผู้แก่อวยพรให้ ให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง หรือยินดีต้อนรับเข้าบ้าน หรือผู้ที่จะออกเดินทาง ค่ายสายลัญจน์ก็จะบอกว่านี่คือสิ่งที่ครอบครัวเรารัก เหมือนเขาอวยพรให้เมื่อไหร่ที่ข้อแขนข้อมือขึ้นมา ก็ให้เห็นแล้วว่ามีห่วงใยอยู่ที่แขน จะเห็นได้ว่าไปอีสานต้องมีการผูกข้อไม้ข้อมือ”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

“อันนี้มันเป็นประเพณีของอีสาน ถ้ากลับบ้านก็จะเป็นอย่างนี้ ต้องมาผูกข้อไม้ข้อมือกัน แม่จะเอาผ้าชิ้น ทำเหมือนแหวนแล้วก็ผูกให้ พ่อก็เอาผ้าขาวม้าผูกให้ เหมือนกับการรับขวัญให้พรกัน ก็ยังยึดถืออยู่ตั้งแต่โบราณ ตั้งแต่สมัยตายายก็ยังมาทุกวันนี้ มันน่าภูมิใจด้วยซ้ำที่พ่อแม่ผูกให้”

นันทิ, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า เหตุผลที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานนั้นคัดเลือกประเพณีสู่ขวัญ มานำเสนอเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นการแสดงถึงความเชื่อของคนอีสานที่ฝังลึกและปฏิบัติสืบทอดต่อกัน มีเป็นสิ่งที่เป็นเรื่องใกล้ตัว และเป็นสิ่งที่สื่อสารถึงประเพณีของคนอีสานได้ชัดเจนที่สุด เสมือนเป็นภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสาน ที่คน ภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจและรับรู้ร่วมกันได้ นอกจากนี้ยังทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตของอีสานจริงที่มีความเชื่อเรื่องขวัญและผูกพันกับคนอีสานมาโดยตลอด เป็นการสร้างกำลังใจให้ลูกให้หลาน เหมือนกับความเชื่อของผู้คนในภาคอื่น ๆ ที่อาจมีความเชื่อแบบนี้ร่วมกัน โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

หน้าที่ถอดรหัสด้วยการยอมรับกับความหมายที่มีวิถีชีวิตโอเพนลุกทุ่งอีสานนำเสนอมา โดยมองว่า เป็นกระบวนการคัดเลือกประเพณีที่เป็นตัวแทนหรือแสดงถึงคนอีสาน ที่สามารถสื่อให้

เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อของคนอีสาน ซึ่งนั่นยังอธิบายอีกว่า ถ้าไม่มีประเพณีต่างหาก นั้นเป็นสิ่งที่แปลก เป็นประเพณีที่สะท้อนความเป็นจริงของคนอีสาน และการนำมาเสนอในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นเป็นการสร้างผลดีให้กับคนอีสานที่ทำให้ผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ รู้จักประเพณีอันดีงามของคนอีสาน รวมทั้งยังสื่อสารกับคนอีสานที่เห็นภาพประเพณีเหล่านี้เพื่อใช้ในการทบทวนตัวตน

“เขาเลือกประเพณีที่มันคือการแสดงถึงความเป็นอีสาน พอพูดถึงการเรียกขวัญ มันก็จะนึกบายศรี คนก็เข้าใจได้ชัดเจนเลยว่านี่คือวัฒนธรรมหรือประเพณีของคนอีสาน ผมว่าถ้าไม่มีแบบนี้ใน MV มากกว่าที่เป็นสิ่งที่แปลก คือมันทำให้เห็นวิถีชีวิตของอีสานจริง ๆ ความเชื่อ ประเพณี ขนบธรรมเนียม สิ่งเหล่านี้ถ้ามันไม่มี มันจะเป็นสิ่งที่น่าแปลกถ้าเมื่อที่ลูกคนอีสานออกจากบ้านไปทำงาน ถ้าไปจับมือเช็คแฮนด์ บ้ายบายมันก็คงไม่ใช่ ผมว่านั่นคือภาพสะท้อนจริง ๆ ของคนอีสาน ถ้าเป็นรศน้ำสังข์พิธีแต่งงานหลัก ๆ มันก็คงไม่ใช่ ผมว่าสิ่งเหล่านี้มันคือภาพสะท้อนอยู่แล้ว คือด้วยความอีสานมีความเชื่อ มีขนบธรรมเนียม ประเพณีฮีตสิบสองคองสิบสี่ มีหีบยกเข้ามาผมก็ถือว่ามันเป็นสิ่งที่ดี เพราะทำให้คนภาคอื่น ๆ ได้รู้จักประเพณีของเรา และต่อยอดให้คนอีสานเองว่านี่แหละคือเรา”

นัท , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับหน่วย ที่ถอดรหัสด้วยการยอมรับกับการนำเสนอประเพณีส่วนบุคคลเหล่านี้มา โดยให้เหตุผลว่า ประเพณีเหล่านี้ คือ สิ่งที่แสดงถึงความเชื่อของคนอีสาน และเป็นประเพณีที่ได้รับการสืบทอดมาตั้งแต่โบราณ เป็นภาพตัวแทน (representation) และความผูกพันของคนอีสาน ที่เชื่อเรื่องของเทวดาในการอวยพรหรือสร้างกำลังใจให้กับลูกหลานชาวอีสานในยามที่ต้องไปทำงานหรือออกไปต่างถิ่น

“มันเป็นความเชื่อ เป็นประเพณีที่เราสืบทอดกันมาแต่โบราณ ถ้าเขาเสนอภาพ MV แบบนั้นออกไปมันก็เหมือนเป็นภาพตัวแทนคนอีสานจริง ๆ แล้วเรื่องขวัญมันเป็นอะไรที่ผูกพันกับคนอีสานมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเจ็บไข้ได้ป่วยก็ต้องมีบายศรีสู่ขวัญ จะไปทำงานต่างจังหวัดจะไปไหนมาไหน เหมือนเป็นการสร้างกำลังใจให้ลูกให้หลาน เลยเป็นประเพณีที่เหมือนมีเทวดารักษาและมันก็เป็นประเพณีของอีสาน เพราะฉะนั้น MV เก็บภาพพวกนี้มาถ่ายทอด มันก็จะทำให้เห็นถึงความเป็นอีสานมากขึ้น เห็นแล้วรู้เลยว่านี่เป็นประเพณีของคนอีสาน”

หน่วย , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกับปอที่มองว่า ขอมรับกับการนำเสนอในประเด็นดังกล่าว และอธิบายไว้อย่าง น่าสนใจว่า นอกจากประเพณีเหล่านี้จะเป็นความเชื่อของคนอีสานที่ถ่ายทอดกันเป็นประเพณีที่ เกี่ยวกับการสู่ขวัญที่เกี่ยวข้องกับช่วงวงจรชีวิตของคนอีสานแล้ว ยังเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวให้กับ ลูกหลานได้อีกด้วย

“ผมก็มองเหมือนพี่เขาทุกคน มองว่ามันไม่แปลก มันเป็นการสื่อให้คนภาคอื่น ได้เห็นว่า มันเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีภาคอีสานเรา การผูกแขนมันสื่อได้หลายอย่าง การไป ทำงาน ป่วยแล้วหายก็ผูก การแต่งงาน ปีใหม่ก็ผูก มันเป็นเหมือนกับการให้กำลังใจกัน เป็น ที่ยึดเหนี่ยวให้กับลูกหลาน”

ปอ , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของวี มองว่า ประเพณีที่ถูกคัดเลือกมานำเสนอในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานนั้น จะเป็นการนำให้เห็นถึงชีวิตจริงของคนอีสาน ถึงแม้ว่าอาจจะในมิวสิกวิดีโออาจจะ นำเสนอเพียงแค่ส่วนหนึ่งที่เปรียบเสมือนการจำลองประเพณีเหล่านี้ของคนอีสานขึ้นมา โดยภาพ เหล่านี้ก็สามารถสื่อสารถึงวัฒนธรรมของคนอีสานได้อย่างชัดเจน

“เพราะว่าโดยส่วนใหญ่แล้วเพลงเขาจะทำเกี่ยวกับชีวิตจริงของคนส่วนใหญ่ใน MV มันก็ เลยจะออกมาลักษณะอย่างนั้น แต่บางทีเราก็คิดว่าบางเพลงเขาก็คิดว่า มันไม่ได้อยู่ใน พื้นที่แอเรียของจริงๆ ที่แบบว่า ตามภาคอีสานจริงๆ เนอะ มันก็ไม่ได้แบบว่าเป็นประเพณี อีสานขนานแท้ เขาก็แค่แบบว่าจำลองให้เราได้เห็นแค่นั้นเอง ลักษณะการจัดงาน หรือ ประเพณีที่เราเคยเห็นแถวบ้านมันก็แตกต่างกันไป แต่ในเพลงมันก็ทำให้ง่ายๆ ด้วยว่า แต่ ละพื้นที่ประเพณี วัฒนธรรมมันไม่เหมือนกันอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นพิธีแต่งงาน พิธีบวช ขึ้น บ้านใหม่ เขาก็จะมีแบบว่าแตกต่างกันไป แต่มันก็เข้าใจได้เขาจะสื่อถึงอีสาน แต่มีภาพแบบ นี้คือการสู่ขวัญนี้มันเป็นความเชื่อ มันเป็นวัฒนธรรม คือ ไม่ว่าพวกพี่จะจากบ้านมา เพื่อที่จะมาทำงาน โน่นนี่นั่น แล้วเหมือนกับว่าก็มีผ้าป่ากลับบ้าน บางคนก็มาใช้ชีวิตอยู่ใน กรุงเทพฯ แล้วนานๆ ก็จะไ้กลับบ้านที่ เขาก็จะมีการสู่ขวัญ เอ็นขวัญให้กับคนที่กลับมา บ้านให้มีขวัญ มีกำลังใจ เรียกขวัญกลับบ้าน นี้ ด้วยความรัก ด้วยคำอวยพรของผู้เฒ่าผู้แก่ แล้วก่อนที่เขาจะกลับบ้าน ก็ให้พ่อแม่พี่น้อง ปู่ย่าตายายผูกแขนให้ เพื่อเรียกขวัญให้กำลังใจ ในการที่เราจะกลับไปสู่งาน เหมือนว่าจะได้มีสิ่งดีๆ สิ่งมงคลติดตัวกับเราไปเวลาเรา ทำงาน”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้ชัดเจนเลยว่า ในประเด็นเรื่องประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการ สื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับการคัดสรรแก่ประเพณีขึ้นมาเสนอ ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ท่ามกลางความหลากหลายของประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน เพราะผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ ประเพณีที่ถูกคัดสรรมาสามารถสื่อสารถึงประเพณีของคนอีสานได้ชัดเจนที่สุด เสมือนเป็นภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสานที่ทำให้คนอีสานเข้าใจร่วมกันได้ และยังทำให้คนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจและรับรู้ร่วมกันได้

1. ประเพณีสังคมของคนอีสาน

ตารางที่ 6.12 การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณีสังคมของคนอีสาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดเลือก (selection) ประเพณีสังคมอีสานเฉพาะบางประเพณีขึ้นมา โดยมีอิทธิพลสองกองสลิปส์ เป็นรากฐานสำคัญของประเพณีอีสานที่ทำให้คนอีสานยึดปฏิบัติ และสืบทอดกันมา และเชื่อมโยงจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นไว้ด้วย	- ผู้รับสารเจนเรชั่นเอ็กซ์ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ เพราะประเพณีเหล่านั้นสามารถสื่อสารถึงความเป็นอีสานได้อย่างชัดเจน รวมทั้งเป็นประเพณีที่สื่อสารไปยังผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ให้เข้าใจร่วมกันได้ เพราะถูกสื่อสารไปยังพื้นที่ของสื่ออื่นๆ เช่น ละครโทรทัศน์ รวมทั้งเป็นประเพณีที่เปิดโอกาสให้คนอื่นเข้ามามีส่วนร่วมปฏิบัติได้ และอิทธิพลสองกองสลิปส์เป็นสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติในวิถีชีวิตของเขาด้วยเช่นกัน	- ผู้รับสารเจนเรชั่นวายทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมองว่า ประเพณีสังคมที่คัดเลือกมานั้น เป็นประเพณีหลักของคนอีสานที่เป็นดังภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสานได้ชัดเจน ที่ทั้งผู้คนทั้งคนอีสานและคนในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ได้และประเพณีเหล่านี้ก็เป็นประเพณีที่มีความเฉพาะตัวไม่เหมือนกับประเพณีของภาคอื่น ๆ รวมทั้งสื่อสารถึงความเชื่อของคนอีสานที่ถูกถ่ายทอด จนเกิดเป็นประเพณีที่

ตารางที่ 6.12 (ต่อ)

การเข้ารหัสความหมายและ อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิก วิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน	การถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร	
	Generation X	Generation Y
		ยังคงปฏิบัติในปัจจุบัน โดยมี อิทธิพลสองคองคิปลี เป็น รากเหง้าสำคัญที่ยึดโยงความ เชื่อการประเพณี และการ ปฏิบัติตัวของคนอีสานไว้
- มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการ ยกระดับประเพณีสังคมของคนอีสาน ให้มีความยิ่งใหญ่ เพื่อแสดงถึงความ งดงามและความสมเกียรติยศของคน ในสังคมอีสาน	- ผู้รับสารเจนเรชั่นเอ็กซ์ทั้งหมด ถอดรหัสในเชิงยอมรับ โดยมอง ว่าประเพณีสังคมของคนอีสานที่ มีรูปแบบของความยิ่งใหญ่ขึ้นนั้น เป็นภาพที่สอดคล้องกับโลกความ เป็นจริงของแต่ละจังหวัดในภาค อีสานที่สร้างจุดเด่นของการ ท่องเที่ยว จึงทำให้มีภาพของ ประเพณีสังคมอีสานที่มีรูปแบบ ที่สนุกสนาน และสร้างความ น่าสนใจให้เกิดการติดตามเพิ่ม มากขึ้น ซึ่งภาพเหล่านี้สื่อสารถึง ความเป็นประเพณีทางสังคมของ คนอีสานที่มีความเชื่อ ความ งดงาม และยังรักษาวัฒนธรรม หรือประเพณีดั้งเดิมของคนอีสาน ไว้ได้ รวมทั้งอาจส่งผลดีต่อการ ประชาสัมพันธ์จังหวัดต่าง ๆ ใน ภาคอีสานให้คนภายนอกได้รับรู้	- ผู้รับสารเจนเรชั่นวายทั้งหมด ถอดรหัสในเชิงยอมรับ เพราะ มองว่า ด้านหนึ่งเป็นการสื่อสาร ให้เห็นถึงรากเหง้าของคน อีสาน และรักษาขนบประเพณี สังคมของคนอีสานไว้สะท้อน วิถีชีวิต ความเชื่อของคนอีสาน เป็น ประเพณีที่สวยงาม และอีกด้านหนึ่งนำเสนอให้ เห็นความยิ่งใหญ่ของประเพณี อีสาน ที่ทำให้เห็นว่าคนอีสาน มีวัฒนธรรม ประเพณีที่ สวยงาม ไม่ได้เป็นคนต่ำต้อย และเป็นการรวมกันของคน อีสาน มันให้คนภายนอกเห็นถึง ความยิ่งใหญ่ และไม่ได้ดูต้อย ไปกว่าภาคอื่น ๆ หรือคนชนชั้น กลาง หรือคนในกรุงเทพฯ ภาพ ประเพณีทางสังคมเหล่านี้ยัง เป็นสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจ ให้กับคนอีสานที่มีประเพณีเป็น ของตัวเองในฐานะเจ้าของร่วม ทางวัฒนธรรม

จากตารางที่ 6.12 สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับการถอดรหัสความหมายและ
 อรรถลักษณะอีสานใหม่ด้านประเพณีสังคมของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสาร
 โดยผู้วิจัยจะแบ่งการนำเสนอออก 2 ประเด็น ตามข้อค้นพบการเข้ารหัสความหมายและ
 อรรถลักษณะอีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กล่าวคือ

1. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดเลือก (selection) ประเพณีสังคม
 อีสานเฉพาะบางประเพณีขึ้นมา โดยมีสถิติสองคองสิบลี เป็นรากฐานสำคัญของประเพณีอีสานที่
 คนอีสานยึดปฏิบัติและสืบทอดกันมา และเชื่อมโยงจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นไว้ด้วย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่อง ประเพณีสังคมของ
 คนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสด้วยจุดยืน
 เดียวกัน กล่าวคือ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและ
 อรรถลักษณะใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า แม้ว่ามิวสิกวิดีโอเพลง
 ลูกทุ่งอีสานนั้นจะคัดเลือกเฉพาะแค่บางประเพณีสังคมมา แต่ประเพณีเหล่านั้น เช่น ประเพณีบุญบั้ง
 ไฟ การแห่เทียน บุญเวส เป็นต้น ก็เป็นประเพณีหลักของภาคอีสานที่สามารถยอมรับและสื่อสาร
 ร่วมกันได้ และเป็นเพราะเหตุผลด้านการสื่อสารที่มุ่งสื่อสารไปยังคนในภูมิภาคอื่น ๆ จึงต้อง
 คัดสรรประเพณีที่เป็นที่รู้จักกับผู้คนในภาคอื่น ๆ ด้วย หรือเป็นประเพณีที่เปิดโอกาสให้ผู้คนอื่น ๆ
 เข้ามาร่วมได้ โดยยังมีการนำเสนอวัฒนธรรมยึดครองที่เป็นดั่งรากเหง้าและอรรถลักษณะเฉพาะตัวของ
 คนอีสานที่มีการสืบทอดและยังปฏิบัติกันมาจนถึงทุกวันนี้ รวมทั้งภาพประเพณีเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่
 เชื่อมโยงจินตนาการร่วมให้กับคนอีสานพลัดถิ่นอีกด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่
 คัดเลือกประเพณีสังคมเช่น ประเพณีบุญบั้งไฟ การแห่เทียน บุญเวส ออกพรรษา เป็นต้น โดยมี
 สถิติสองคองสิบลีเป็นพื้นฐาน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร รับได้ไหมอย่างไร กับการนำเสนอเรื่อง
 ประเพณีสังคมในมิวสิกวิดีโอเหล่านี้” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ดังเช่นการถอดรหัสของแล้ว ที่ยอมรับกับสิ่งที่มีมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอ
 มา โดยมองว่า แม้อีสานจะมีประเพณีสังคมที่หลากหลายในรอบ 12 เดือน แต่การคัดสรรมาเพียง
 บางส่วนก็สามารถเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เพราะประเพณีเหล่านั้นก็สามารถสื่อสารถึงความเป็นอีสาน
 ได้อย่างชัดเจน รวมทั้งเป็นประเพณีที่สื่อสารไปยังผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ให้เข้าใจร่วมกันได้ เพราะ
 เป็นประเพณีที่เปิดโอกาสให้คนอื่นเข้ามามีส่วนร่วมปฏิบัติได้ และสถิติสองคองสิบลีเป็นสิ่งที่
 ยึดถือปฏิบัติในวิถีชีวิตของเขาด้วยเช่นกัน

“เขาก็เอาเฉพาะที่มันถูกสื่อได้ร่วมได้ อย่างเช่นเวลามีคนมาได้ยินเสียงกลองก็เข้ามาร่วมได้ หรือสงครามศักดิ์เข้ามาร่วมสาคน้ำได้ หรือแห่ผึ้งแห่เทียนก็สามารถเข้ามาร่วมได้ และสิ่งที่เขาหยิบออกไปก็คือกิจกรรมที่คนอื่นสามารถร่วมได้ แต่มันมีบางอันที่อยู่ร่วมไม่ได้เช่น บุญชำระบ้าน คือมันเป็นบุญของบ้านที่เขาจะชำระบ้านเขาก่อนที่จะลงทำไร่นา คือฝนมันจะมาแล้วชำระคือการชะล้าง คือการชะล้างสิ่งที่ไม่ดีออกไปในชุมชน คนอื่นไม่ได้เข้ามาร่วมมันก็เลยไม่ได้ถูกสื่อสารออกไป แค่นี้ที่ก็รับได้แล้วถึงจะเอาไป 3-4 จาก 12 ตัว ยังมีความฝันว่าที่เหลือจะยังมีคนเอาออกไปเรื่อย ๆ ยังมีความหวังว่ามันจะถูกสื่อสารออกไปเหมือนกัน ต่อให้เขาเอาไปไม่หมดเราก็ยังรับได้ อย่างน้อยเขาก็ได้รู้ว่านี่คือคนอีสาน ส่วนอีตสิบสอง คลองสิบสี่ ในวิถีชีวิตของที่ยังมีอยู่ สมัยก่อนคนจะไปทำงานตามท้องไร่ท้องนา แต่เขาจะหยุดทุกวันพระเพื่อให้คนได้มาทำบุญ ได้เข้าวัด และมันเป็นเหมือนกับการทำบุญ บุญเดือนอ้าย บุญเดือนสาม บุญเดือนยี่ แต่ละเดือนมันจะหยุดให้คนได้มาเจอ มาถามสารทุกข์สุกดิบกันว่าเป็นอย่างไร มันทำให้คนได้ถามกัน ฉะนั้นไม่ได้ถามที่บ้านไปถามกันที่วัด แต่งตัวไปวัดกัน เป็นวงแลกเปลี่ยนกันที่วัด เป็นที่ที่มีข้อมูลข่าวสารเยอะมาก”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับดวงที่มองว่า เพราะประเพณีเหล่านี้เป็นค้ำจุนแห่งของคนอีสาน และในปัจจุบันคนอีสานยังยึดปฏิบัติอยู่จึงทำให้ถูกสื่อสารออกมาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน และทุกครั้งที่เขาได้เห็นภาพประเพณี หรือความเชื่อเกี่ยวกับคนอีสานก็สร้างความภาคภูมิใจในประเพณีอีสาน

“มันก็เป็นประเพณีรากเหง้าดั้งเดิม แลบ้านพี่ก็ยังพาลูกพาหลานไปวัด ยังให้มีประเพณีอย่างนี้อยู่ ที่เขาคิดมากก็ไม่รู้ แต่ถ้าบุญบั้งไฟมันเป็นประเพณีเลย มันเป็นแบบว่าคนเฒ่าคนแก่เขาทำกันมา ขอฝนจากพญาแถน เขาก็พาทำ แต่ทุกวันนี้เขาชอบสนุก เวลาที่เห็นภาพประเพณี ความเชื่อเรื่องพญานาค เรื่องพญาแถน พี่ก็รู้สึกภูมิใจ มันดูน่ารัก”

ดวง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

เช่นเดียวกันกับพิมพ์ ที่ยอมรับกับการนำเสนอประเพณีสังคมในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยให้เหตุผลว่าประเพณีอีสานเหล่านี้ เช่น ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีไหลเรือไฟ หรือความเชื่อเรื่องพญานาค นั้นไม่ได้สื่อสารเพียงแค่พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอ แต่ยังถูกสื่อสารไปยังพื้นที่

ของสื่ออื่น ๆ เช่น ละครโทรทัศน์ ก็นำไปเสนอทำให้เป็นภาพที่สร้างความเข้าใจให้กับผู้ชมหรือคนฟังเพลงได้ง่ายขึ้น

“พี่มองว่า ประเพณีที่เลือกมามันคริกครึ้น พวกที่เขาเลือกมา เช่น พี่เห็น MV บางตัวที่เป็นบุญบังไฟมันสื่อสารไปได้มากกว่าประเพณีอื่น ๆ ไหลเรือไฟมันก็มีละครเอาไปทำมีความเชื่อเรื่องพญานาค และไม่ใช่แค่คนอีสานที่เชื่อเรื่องพญานาคแล้วตอนนี้ ถึงมีการเอาไหลเรือไฟเข้ามาใน MV แล้วตอนนี้ หรือที่คุ้นเคยเขาไปเอ็นจิวัญข้าว อันนั้นมันเป็นเสน่ห์ของอีสานเลย แต่มันอาจจะคนละมุมมองกับประเพณีที่มันคริกครึ้นที่สามารถดึงดูดคนฟังคนดูได้มากกว่า ส่วนฮีตสิบสองเราก็ถูกสอนมา บ้านที่ยังทำนะยังทำแต่ไม่ครบ แต่ก็ทำให้เยอะที่สุด ยังทำกันมากของคนอีสาน ส่วนใหญ่มันก็จะมีการบูชา ความเชื่อ ก็จะมีเข้ามาสื่อสารว่าต้องทำอะไรถ้าไม่ทำอะไรจะเกิดอะไร ตัวนี้เป็นตัวอย่างเรื่องให้มันเกิดความเชื่อให้”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของแตงมองว่า บางประเพณีที่ไม่ได้ถูกนำเสนอขึ้น อาจเป็นเพราะตัวแปรด้านภูมิอากาศที่ทำให้ประเพณีบางอย่างเลือนหายไป หรือทำได้ยากขึ้น รวมทั้งอาจเป็นตัวแปรด้านคนแต่งเพลงที่วันนี้กลุ่มคนเขียนเพลงเป็นคนรุ่นใหม่อาจไม่ได้รู้จักหรือเข้าใจในประเพณีอีสานเหมือนเช่นรุ่นพ่อแม่ จนนำมาสู่ภาพของประเพณีสังคมของคนอีสานที่มีเพียงไม่กี่ประเพณีก็เป็นได้

“เพราะว่าประเพณีมันหายไปหมดแล้วตอนนี้ มันเหมือนแต่ละเดือน มันอาจจะเปลี่ยนไปตาม อากาศมันเปลี่ยนไปกับภูมิอากาศแล้ว ตอนนี้มันก็เปลี่ยนไป เป็นหน้าร้อน กับหน้าฝน หน้าหนาวก็ไม่ค่อยมีแล้วมันก็เลยทำให้ไม่เกิดประเพณีในเดือนนั้นๆ มันจะเว้นช่องว่างเยอะมาก อย่างแถวบ้านพี่ แต่ก่อนที่คลองที่เขาทำเรื่องของบุญข้าวกรรมแบบนี้ค่ะ มันก็ไม่มี เพราะว่าข้าวมันไม่มี มันเปลี่ยนเป็นยางพาราหมดแล้วตอนนี้ มันไม่มีข้าวพวกนี้มา มีก็ทีแบบไม่เต็มที แบบนี้ค่ะ มันไม่สามารถจัดงานบุญตรงนี้ได้ บุญบังไฟเขายังจัดอยู่ แต่ มันก็เลยยังมีในเนื้อหา และที่จริงแล้วคนรุ่นใหม่เขาเป็นคนแต่งเพลงเองเขาไม่รู้จักไม่ได้ถามผู้เฒ่าผู้แก่ที่บ้านเรามีที่คงอะไรที่ทำแล้วมันสื่อถึงคนอีสานได้บ้าง เขาก็เลยไม่ได้นำเสนอตรงนี้ขึ้นมา”

แตง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของบ๊า ที่เป็นคนอีสานพลัดถิ่นมานานนับหลายสิบปี มองว่ายอมรับกับภาพการนำเสนอประเพณีสังคมเหล่านี้ เพราะมองว่าเป็นประเพณีหลักของคนอีสานและเป็นประเพณีที่สื่อสารถึงคนอีสานได้อย่างชัดเจน รวมทั้งยังเป็นภาพที่ทำให้เขาคิดถึงบ้าน คิดถึงประเพณีของคนอีสานอีกด้วย

“เขาก็เอาแค่ประเพณีหลัก ๆ บุญบั้งไฟ เหมือนกับบุญแห่ บุญผะเหวด อะไรพวกนี้ คนน่าจะเคยเห็นกันบ้างแล้ว เวลาพูดถึงบุญบั้งไฟ มันก็นึกถึงคนอีสานเลย มันเป็นประเพณีก่อนจะลงนา ประมาณเดือน 6 ก็ทำบุญบั้งไฟเล่นกัน มันเป็นความเชื่อ เมื่อก่อนเล่นสนุกเล่นนะ เดี่ยวนี้ก็จะมันขึ้น มีกรรมการด้วยว่าใครขึ้นสูง แข่งกันมีรางวัลด้วย ก็สนุกสนานมากขึ้นนะ ฮิตคอนอีสานเหมือนในเพลง มันเป็นเหมือนที่พ่อแม่สอนมาตั้งแต่เด็ก เป็นเรื่องความเชื่อของคนอีสานแหละ ทำแล้ว อยู่เย็นเป็นสุข ความเชื่อเรื่องพญานาคมันก็มีอยู่คู่กับคนอีสานน่าจะเกือบทุกจังหวัดนะ เขาก็เชื่อกัน เวลาเราเห็นอะไรแบบเรายังคิดถึงบ้าน ถ้าได้กลับบ้านยังชอบไปดูอะไรแบบนี้”

บ๊า , สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มีวิถีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนา มา โดยมองว่า ประเพณีสังคมที่มีวิถีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสานคัดเลือกมานั้น เป็นประเพณีหลักของคนอีสานที่เป็นดังภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสานได้ชัดเจน ที่ทั้งผู้คนทั้งคนอีสานและคนในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ได้ และประเพณีเหล่านี้ก็เป็นประเพณีที่มีความเฉพาะตัวไม่เหมือนกับประเพณีสังคมในภาคอื่น ๆ รวมทั้งสื่อสารถึงความเชื่อของคนอีสานที่ถูกถ่ายทอด จนเกิดเป็นประเพณีที่ยังคงปฏิบัติในปัจจุบัน โดยมีฮิตลิปสอง คองลิปสี่ เป็นรากเหง้าสำคัญที่ยึดโยงความเชื่อการประพุดติ และการปฏิบัติตัวของคนอีสานไว้ โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ถ่ายที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ยอมรับกับการนำเสนอของมีวิถีกวีตีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยให้เหตุผลว่า ฮิตลิปสอง คองลิปสี่ เป็นประเพณีที่ชัดเจนที่สุดของคนอีสานที่สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันให้กับคนอีสานได้ และถือเป็นอัตลักษณ์ด้านประเพณีของคนอีสาน รวมถึงการ

คัดเลือกบางประเพณีขึ้นมา นั่นก็เป็นประเพณีที่มีความเฉพาะตัวและไม่เหมือนกันประเพณีสังคมของภาคอื่น ๆ

“อีตลีสอง คองลีสี่ มันก็บุญประเพณีที่มันมีแทบจะทุกเดือนของอีสาน แล้วมันก็ซัดก็เหมือนกับคำตอบที่ผ่านมาน่า มันเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นอีสานแล้วมันชัดเจน บุญบั้งไฟที่ได้มีไหม ไม่มี ที่เหนือมีไหม ไม่มี ถ้าให้พูดในมุมมองก็คือ ถ้าอย่างอื่นที่มันลึก ๆ มากคนก็ไม่ได้รู้จัก ก็ไม่ได้เรียกความสนใจของคนดู”

ต่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับตุ๊กที่มองว่า เหตุผลที่มีวิถีชีวิตโอเพลงลูกทุ่งอีสานคัดสรรเพียงแค่บางประเพณีขึ้นมา นั่นก็เป็นประเพณีหลัก หรือวัฒนธรรมหลักของคนอีสาน ที่เมื่อพูดถึงประเพณีสังคมของคนอีสาน คนก็จะนึกถึงคนอีสาน หรือเป็นดังภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสาน ได้ชัดเจน และสื่อสารของความเชื่อที่ถูกถ่ายทอด จนเกิดเป็นประเพณี และวัฒนธรรมของคนอีสาน

“วัฒนธรรมในแต่ละเพลงเขาก็จะเลือกนำเสนออะไรที่เป็นประเพณีเด่นจริง ๆ อีตคองของเดือนมันก็มีเยอะ แต่จริง ๆ ประเพณีเด่น ๆ พอนึกถึงอีสานก็จะนึกถึงบั้งไฟ แล้วมันเป็นจุดที่คนเข้าใจและร่วมกันได้ง่าย ถ้าเพลงที่จะแสดงถึงความสนุกสนาน ต้องเลือกวัฒนธรรมบั้งไฟเข้ามา แต่เรื่องตะไลล้านมองว่ามันเป็นการเสนอแนวใหม่ ตะไลถ้าในความเชื่อมันคือดอกไม้ การจุดเพื่อที่จะขึ้นไปบูชาเทพบูชาพญาแถน คล้าย ๆ พลุ แต่ไม่ใช่ แต่ตัวตะไลความเชื่อหนัก ๆ มันจะอยู่ที่อุทัย ลาวที่ไม่ใช่อุทัยก็เชื่อเหมือนกันก็จุดเหมือนกัน บั้งไฟตะไลล้านมันโชว์ความยิ่งใหญ่มันถูกประดิษฐ์ขึ้นมา มันก็เป็นประเพณีประดิษฐ์ขึ้นมาอีก Step บั้งไฟเป็นตัวแทนของความสนุกสนาน แต่ถ้าเป็นขบวนแห่บั้งไฟอันนี้จะเป็นตัวแทนของความงาม ชื่นอยู่กับบทเพลงที่เขาเลือกมา และเขาอยากจะทำ สื่อ การรำมันเป็นความงามของคนอีสาน ซึ่งมันเป็นการสืบทอดและมาบวกกับความเชื่อ เหมือนกับเพลงสะออนอีสาน มันจะพูดถึงความงามของวัฒนธรรมอีสาน”

ตุ๊ก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับวี ที่มองว่า ประเพณีที่มีวิถีชีวิตโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอมาเป็นเสมือนประเพณีสากลของคนอีสาน เป็นอัตลักษณ์ของคนอีสาน ที่ทั้งผู้คนที่คนอีสานและคนในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ได้ และประเพณีเหล่านี้ก็เป็นประเพณีที่มีความเฉพาะตัวไม่เหมือนกับประเพณีของภาคอื่น ๆ

“ประเพณีพวกนั้น เขาจะเรียกว่าเป็นประเพณีสากลเลยก็ว่าได้ อย่างประเพณีบุญบั้งไฟ มันจะมีทุกจังหวัดอยู่แล้วของภาคอีสาน ไม่ใช่แค่ภาคอีสานนะ พิธีกรรมมีบุญบั้งไฟ นครสวรรค์ก็มี อย่างวันเข้าพรรษา แบบว่ามันก็เป็นประเพณีสากลทั่วไปที่มันจะมีใช้มั้ย เขาก็จะเน้นหลัก ๆ ว่า เอาประเพณีหลักๆ ที่มองถึงความเป็นอีสานนะ ถ้าเป็นอย่าง สงกรานต์ ลอยกระทง ก็อยู่อยุธยาอยู่สุโขทัยทางโน้นไป สงกรานต์ก็เล่นสงกรานต์ ภาคเหนือ สงกรานต์เชียงใหม่ มันไม่ได้บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของภาคอีสานไง เขาจึงจะต้องนำเสนอเอาสิ่งที่ว่า คนส่วนใหญ่รู้จักแล้วเป็นประเพณีอีสานที่ทั่วไปรู้จัก”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของนักที่มองว่า ประเพณีสังคมอีสานที่ถูกนำเสนอให้พื้นที่ของ มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน แม้ว่าจะมีกระบวนการคัดสรรเพียงแค่บางประเพณีขึ้นมาเสนอ แต่ประเพณีเหล่านั้นก็เป็นประเพณีหลัก หรือวัฒนธรรมหลักของคนอีสาน ที่สามารถสื่อสาร ร่วมกันได้ และยังส่งผลดีต่อสังคมอีสานที่ทำให้ผู้คนในสังคมอื่น มองว่าอีสานมีวัฒนธรรมยึดครองที่เป็นรากเหง้าที่ยังลึกและสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน กลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคน อีสาน และยังส่งผลให้เกิดการยอมรับและภาคภูมิใจกับคนอีสานที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง และ ไม่ได้ดูด้อยค่าไปกว่าประเพณีของผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ

“มันเป็นประเพณีหลัก ๆ หรือวัฒนธรรมหลัก ๆ ที่เขาหยิบยกขึ้นมา แล้วมันคือจารีต ประเพณีอยู่แล้ว บุญ 12 เดือนที่เขาทำ รู้สึกดีเพราะว่าเราเห็นมาทุกยุคทุกสมัย เอา ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนอีสานมาถ่ายทอด ผ่านเพลง ผ่าน MV มันทำให้เห็นว่า วัฒนธรรมยึดครอง ประเพณีของคนอีสานมันเป็นรากเหง้าที่ยังลึกมากและถูก นำมาถ่ายทอด สืบทอดกันมาตลอดอยู่แล้ว เพียงแต่ว่าประเพณีสมัยก่อนอาจจะไม่ได้ อลังการทำในระดับหมู่บ้าน กลายมาเป็นระดับอำเภอ ตำบล จังหวัด จนกลายมาเป็น ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนั้น ๆ ถ้าพูดถึงบั้งไฟเราจะคิดถึงโยธธรร ตะไลเราจะ นึกถึงกาฬสินธุ์ บุญไหว้พระธาตุเราจะนึกถึงนครพนม มันกลายเป็นว่าความเป็นชาติพันธุ์ คนอีสานเขาเรียกว่าเชื้อชาติมันยิ่งใหญ่ขึ้น มันทำให้เห็นว่าคนอีสานมีอะไรดีมาก ไม่ใช่คน ต่ำต้อย คนอีสานมีการศึกษาสูงขึ้น แล้วคนอีสานรวมกันได้เป็นกลุ่มเป็นก้อน มันทำให้เขา เห็นว่าอีสานมันยิ่งใหญ่ มันเป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้ดูด้อยไปกว่าภาคอื่น ๆ หรือคนชนชั้นกลาง หรือคนในกรุงเทพฯ และดีใจด้วยซ้ำที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มีบ้านนอกเป็นของตัวเอง ถ้าเป็นคนกรุงเทพฯ เขาก็อาจจะไม่ได้เห็นประเพณีอะไรแบบนี้ ไม่ได้มีรากเหง้าเป็น

ของตัวเองแบบนี้ ประเพณีก็จะถูกกำหนดโดยชนชั้นเรามากกว่า แต่คนอีสานเขาก็กำหนดมาตั้งแต่ไหนแต่ไรแล้วว่าฮีตสิบสองคองสิบสี่ ประเพณีมีความเชื่อเพราะฉะนั้นมันก็แปลกที่จะถูกถ่ายทอดออกมา”

นัท , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

จะเห็นได้ชัดเจนเลยว่า ในประเด็นเรื่องประเพณีสังคมของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ผู้รับสารยอมรับกับการคัดสรรเพียงแค่ว่าประเพณีขึ้นมาเสนอ โดยมีฮีตสิบสองคองสิบสี่เป็นดังรากเหง้าในประเพณีสังคมและอยู่ในวิถีชีวิตของคนอีสาน และเป็นตัวแทน (representation) ของคนอีสานที่ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) สามารถยอมรับร่วมกันได้ท่ามกลางความหลากหลายของประเพณีทางสังคมอีสาน เพราะผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ ประเพณีสังคมที่ถูกคัดสรรมาสามารถสื่อสารถึงตัวตนของคนอีสานได้ชัดเจนที่สุด และการสื่อสารครั้งนี้ยังมุ่งไปที่คนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจและรับรู้ร่วมกันได้ จึงต้องเลือกประเพณีทางสังคมที่โดดเด่นและเป็นประเพณีทางสังคมที่เปิดโอกาสให้คนอื่นสามารถเข้าร่วมได้

2. มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน มีการยกระดับประเพณีสังคมของคนอีสานให้มีความยิ่งใหญ่ เพื่อแสดงถึงความมั่งคั่ง และความสมักรศมานของผู้คนในสังคมอีสาน

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ในประเด็นเรื่องการยกระดับความยิ่งใหญ่ของประเพณีสังคมของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสด้วยจุดยืนเดียวกัน กล่าวคือ มีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา โดยมองว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการนำเสนอให้เห็นถึงประเพณีสังคมของคนอีสานที่มีรูปแบบของความยิ่งใหญ่ขึ้น ซึ่งเป็นภาพที่สอดคล้องกับโลกความเป็นจริงของแต่ละจังหวัดในภาคอีสานที่สร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยว จึงทำให้มีภาพของประเพณีสังคมอีสานที่มีรูปแบบที่สนุกสนาน และสร้างความน่าสนใจให้เกิดการติดตามเพิ่มมากขึ้น ซึ่งภาพเหล่านี้สื่อสารถึงความ เป็นประเพณีทางสังคมของคนอีสานที่มีความเชื่อ ความมั่งคั่ง และยังรักษาวัฒนธรรมหรือประเพณีดั้งเดิมของคนอีสานไว้ได้ รวมทั้งอาจส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์จังหวัดต่าง ๆ ในภาคอีสานให้คนภายนอกได้รับรู้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอภาพประเพณีสังคมของคนอีสานที่ดูยิ่งใหญ่อลังการขึ้น เช่น ขบวนนางรำเพื่อบูชาพญานาค หรืองานบุญ

ต่าง ๆ ที่จัดงานและผู้คนจำนวนมากมาร่วมตัวกัน เป็นต้น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำเสนอเหล่านี้ในมิวสิกวิดีโอ และส่งผลอย่างไรบ้างต่อคนต่อคนอีสาน” ซึ่งได้คำตอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation X

ดวง ที่ถอดรหัสกับการนำเสนอของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน โดยมองว่า ภาพการนำเสนอเกี่ยวประเพณีอีสานก็เปลี่ยนแปลงไปให้มีความยิ่งใหญ่ขึ้น แต่ก็ยังรักษาวัฒนธรรมหรือประเพณีดั้งเดิมของคนอีสานไว้ได้ รวมทั้งอาจส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์จังหวัดต่าง ๆ ในภาคอีสานให้ผู้คนรู้จัก โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สนุกสนานเพื่อสร้างความน่าสนใจให้เกิดการติดตามเพิ่มมากขึ้น

“มันก็เปลี่ยนแปลงไป แต่มันก็ไม่ได้ต่างจากวัฒนธรรมเดิม MVมันทำให้ดูยิ่งใหญ่ขึ้น มันก็คินะ มันก็เหมือนเป็นการโปรโมทจังหวัดตัวเอง บ้านเกิดตัวเองประมาณนี้ ให้คนเขารู้จัก มันก็ไม่ได้เสียหายอะไรคือเมื่อก่อนมันจะพื้น ๆ ไป แต่ทุกวันนี้มันทำ MV ทำให้ดูสนุกสนานแบบน่าติดตามขึ้นกว่าเดิม”

ดวง, สัมภาษณ์เมื่อ 15 มี.ค. 2564

สอดคล้องกันกับแล้วที่มองว่าเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับโลกความเป็นจริงในแต่ละจังหวัด ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวจึงทำให้ภาพการสื่อสารเกี่ยวกับประเพณี ความเชื่อของคนอีสานในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานก็ถูกนำเสนอให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ ซึ่งถึงแม้ว่าภาพประเพณีเหล่านี้อาจจะไม่ได้สื่อสารถึงความเป็นแก่นแท้ดั้งเดิมของคนอีสาน แต่ก็สามารถทำให้ผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ รู้จักประเพณี ความเชื่อของคนอีสาน ที่มีความน่าสนใจ และต้องการเดินทางมาเที่ยวมากยิ่งขึ้นได้

“พี่ว่าการที่เอานางรำมาเยอะ ก็เป็นการท่องเที่ยว ทททพอพูดถึงการท่องเที่ยวมันต้องให้ . เขาเห็นมันต้องยิ่งใหญ่ พอถูกนำเสนอใน MV มองว่ามันถูกยกระดับ เราก็มองว่าอย่างน้อย เขาก็ให้ความสำคัญ แล้วดึงให้มันเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ จนค่าต่าง ๆ มันเพิ่มขึ้นทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น พี่ก็ว่าโอเค มีความสวยงามเพิ่มขึ้น ความยิ่งใหญ่เพิ่มขึ้น แต่แก่นแท้เขาเข้าไปไม่ถึงแน่นอน คนที่มารวมรวมขบวนบั้งไฟคนที่มารวม ขบวนพ็อน ถามว่าคนที่มาร่วงเพราะอะไร เพราะเขาต้องการให้มันยิ่งใหญ่แต่เขาไม่รู้หรือ

กว่าจริง ๆ มันทำไปเพื่ออะไร แต่ก็มีผลดีกับคนอิสานทำให้คนรู้จักมากขึ้น ทำให้อายกมีคนมาเที่ยวมากขึ้น ทำให้อายกมีคนสืบค้นมากขึ้น น่าสนใจเป็นพิเศษ”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของพิมพ์ที่ยอมรับกับการนำเสนอเหล่านั้น มองว่า ภาพประเพณีของคนอิสานที่ถูกนำเสนอมานั้นส่งผลดีต่อภาคอิสานได้นำเสนอให้เห็นถึงความเชื่อ ความศรัทธาของคนอิสานเกี่ยวกับพญานาคที่แต่เดิมอาจดูมขมาย แต่วันนี้ ผู้คนในสังคมให้การยอมรับกับความเชื่อนี้ของคนอิสานร่วมกัน และทำให้ดูยิ่งใหญ่ขึ้น รวมทั้งยังสื่อสารให้เห็นถึงวัฒนธรรมของคนอิสานให้คนภายนอกได้รับรู้

“มันก็ยังส่งผลดีในเรื่องของความเป็นอิสาน ว่าอิสานเขาก็ยังเชื่อเรื่องนี้ ยังไม่ถูกด้อยค่ายังไม่ถูกว่าโง่งมขมาย ถ้าเกิดเขาสื่อด้วยอย่างนั้นพื้มองว่ามันเป็นเรื่องดีด้วยซ้ำไป ว่าเขาก็เชื่อเหมือนเรา อย่างเพื่อนที่บางคนเขายังบอกว่างมขมาย พื้มองว่ามันถูกยอมรับมากขึ้นแล้วก็ดูยิ่งใหญ่ และคนอยู่ได้ด้วยศรัทธาประมาณนี้ ถ้าขาดสิ่งศรัทธาไปชีวิตก็ดำเนินไปแบบตัวใครตัวมัน ไม่เกี่ยวโยงกันต่างคนต่างอยู่ แต่ถ้ายังมีความเชื่อความศรัทธาทำให้คนในชุมชนเอื้ออาทรต่อกัน ยังไปมาหาสู่ยังเกี่ยวสัมพันธ์กันไว้ได้ มันส่งผลดี ก็สื่อสาร ได้สื่อสารวัฒนธรรมของอิสานบางส่วนที่ยังเหลืออยู่ให้กับคนภายนอกได้รับรู้ ถ้าในมุมมองของพื้มันก็เป็นข้อดีมากกว่าข้อเสีย ข้อเสียก็มีบ้างในการสื่อสารสองแง่สองงาม ก็จะมองว่าอิสานทะเล่สิ่งดีดั่ง แต่ว่าบางพวกอาจจะเป็นคนกลุ่มน้อยก็ได้ ที่อาจจะมองว่าอิสานงมขมาย”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ก ยังมองว่า ภาพเหล่านี้เป็นการสื่อสารถึงประเพณีของคนอิสานแบบดั้งเดิมที่มีการพัฒนารูปแบบ และยกระดับประเพณีอิสานให้ยิ่งใหญ่ขึ้น ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจ และทำให้รู้สึกเป็นภาคภูมิใจกับประเพณีของคนอิสานที่ถูกยอมรับทั้งจากคนไทยและคนต่างชาติอีกด้วย

“อันนี้รำภูไท ก็เมื่อก่อนอย่างนี้เลย เขาจะมีหมู่บ้านละ 5-6 คนก็แล้วแต่ แต่ละตำบลจะต้องค้คไป ผู้นำหมู่บ้านจะเป็นคนค้คไปมีอยู่แล้วแต่ไม่ยิ่งใหญ่ขนาดนี้ ที่เขานำเสนอพื้ก็ค้ใจ ว่าอะไรของอิสานมันเข้ามาขนาดนี้ เขายอมรับกันหมดแล้ว แบบก็ประมาณว่าอิสานโกอินเตอร์แล้ว มันดังทั่วโลก ฝรั่งเศสมาดูแล”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับการถอดรหัสของกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ที่ทั้งหมดก็ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนา มา โดยสามารถยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์ผู้รับสาร Generation Y ดังนี้

ตัวอย่างคำสัมภาษณ์ ผู้รับสาร Generation Y

ในทัศนะของถ่าย ที่วันนี้ถึงแม้ว่าวันนี้จะมีสถานะเป็นคนอีสานไกลถิ่นเพราะต้องย้ายไปทำงานเป็นคุณครูที่ภาคใต้ แต่ก็ยอมรับกับการนำเสนอเหล่านั้นตามที่มิวสิกวิดีโอเสนา มา โดยมองว่า การนำเสนอภาพประเพณีของคนอีสานเหล่านั้นที่ต้องดูยิ่งใหญ่อลังการขึ้นนั้น เป็นเพราะในมุมมองของส่วนของผู้จัดงานที่มุ่งสร้างเรื่องการอนุรักษ์จนต้องทำให้สร้างจุดสนใจให้เป็นที่รู้จักกับผู้คนในสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า วัฒนธรรม ประเพณีของคนอีสานยังเท่า ยังมีคนสนใจ ใครจะว่าเป็นแผ่นดินที่แห้งแล้งได้อย่างไร

“ประเพณีใน MV ที่ว่า มันก็ดูอลังการดี เรามองไปถึงมุมผู้จัดนะ ถ้ามองไปถึงมุมผู้จัดสุดท้ายเขาก็ต้องการให้เกิดความยิ่งใหญ่ อลังการ สวยงามและมันก็ส่งผลไปถึงการอนุรักษ์จริงๆ มันอาจจะมียุคแล้วแต่ไม่ได้ยิ่งใหญ่ขนาดนี้ การรำการอะไรต่าง ๆ มันก็อาจจะมียุคแล้วในประเพณีแต่อาจจะไม่ได้ถูกดึงขึ้นมาจนเป็นที่สนใจ แต่พอมีกระแสสังคมขึ้นมา ก็ทำให้มันยิ่งใหญ่ไปเลยให้คนเห็นชัด ๆ ไปเลย เหมือนกับทำให้อีสานเป็นที่รู้จัก แล้วทำให้วัฒนธรรมของเขาเป็นอะไรที่ว่า อย่างคำที่ว่าที่เราจำได้ ไผ่ว่าอีสานแล้ง ลีจุงแจนเพิ่นไปเบิ่ง น้ำของไหลอยู่จั้นๆ มันสิแล้งบ่อนจั่งได้ ... ไผ่ว่าเมืองอีสานฮ้าง ลีจุงแจนเพิ่นไปเบิ่ง วัฒนธรรมยังไจ้ไจ้ มันสิฮ้างบ่อนจั่งได้ ความหมายมันประมาณว่า ความเป็นคนอีสานมันไม่ได้แห้งแล้ง มันไม่ได้ไร้ซึ่งวัฒนธรรม มันมีความอุดมสมบูรณ์อยู่ในนั้น อย่างที่เราบอกว่ามันไม่ได้ทุ่งกุลาร้องไห้ มันไม่ได้แห้งแล้ง มันไม่ได้แล้งน้ำใจ มันเต็มไปด้วยความอุดมสมบูรณ์ ของทุกอย่างมันบอกได้หมด”

ถ่าย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

เช่นเดียวกันกับหน่วยที่มองว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในหลาย ๆ เพลงนั้น ก็สื่อสารให้เห็นถึงประเพณีและความเชื่อของคนอีสานทั้งวัฒนธรรมหลักและภาพของวัฒนธรรมย่อยของแต่ละพื้นที่ด้วยเช่นกัน เช่น พระธาตุพนม ขอนแก่น โดยภาพเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ร่วมกันได้ ในการแสดงตัวตนของคนอีสานที่มีพระพุทธรูปศาสนาเป็นศูนย์รวมจิตใจ และความเป็นปึกแผ่นของคนอีสานที่มีความเชื่อและสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ รวมทั้งเป็นภาพที่นำเสนอ

เพื่อมุ่งหวังเพื่อโปรโมตการท่องเที่ยว ซึ่งในฐานะคนอีสานที่ฟังเพลงและเห็นภาพเหล่านี้ก็สามารถสร้างความรู้สึกร่วมรับร่วมได้

“MV หลาย ๆ เพลงในเพลงลูกทุ่งอีสานเองจะมีวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อยลงไปเยอะมาก แต่ใน MV ที่นำเสนอเมื่อสักครู่นี้ที่พระธาตุพนม ถือว่าเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนอีสานอยู่แล้ว หรือสัญลักษณ์หนึ่งเลยที่จะสื่อได้ว่าเป็นอีสาน แต่ถ้าไปดูใน MV จริง ๆ ก็จะมีที่ขอนแก่นด้วย มันก็คือโชว์ว่าเป็นปีกแผ่นหรือความยิ่งใหญ่ คือศูนย์รวมของคนอีสานมันมีชีวิตวัฒนธรรมอันงดงาม ที่มันมีความเชื่อที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ และรวมไปถึงบั้งไฟพญานาค มันก็สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นไปด้วย ถ้าถามว่ามันดีไหมมันก็ดี ถ้าคนดู MV แล้วมันก็จะรู้สึกว่ามันโปรโมตการท่องเที่ยวไปด้วยได้ไหม มันก็เป็นเรื่องที่อยู่เหมือนกัน เราารู้สึกภูมิใจอย่างเพลงอีสานสะออนเมื่อกี้ฟังแล้วก็รู้สึกอิน”

หนู่ย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะของแก้วและปอ ยังมองว่า การนำเสนอให้เห็นประเพณีสังคมของคนอีสานเหล่านี้ ยังถือเป็นความภาคภูมิใจให้กับคนอีสานที่วันนี้ประเพณีอีสานมีความยิ่งใหญ่ ผู้คนในสังคมให้ความสนใจ และภาพเหล่านี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนในสังคมรู้จักประเพณีของท้องถิ่นอีสานเพิ่มมากขึ้น

“มันเป็นความภาคภูมิใจ และที่เขาหยิบยกขึ้นมาใน MV มันก็เป็นการโปรโมทวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นของเรา ที่ดูยิ่งใหญ่ และวันนี้มีคนสนใจมากขึ้น”

แก้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“ถ้าถามว่ารู้สึกอย่างไรรู้สึกภูมิใจแล้วก็ดีใจ ภูมิใจในชาติพันธุ์ของเราที่มีการเผยแพร่ให้คนอื่นได้ รับรู้ว่าขนบธรรมเนียมของบ้านเรามันเป็นแบบนี้ ยิ่งปอเป็นคนภูไทขนบธรรมเนียมจะค่อนข้างเยอะมาก”

ปอ, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

สอดคล้องกันกับวิที่มองว่า ขอมรับตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอมา โดยมองว่า เพราะเหตุผลด้านธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาคอีสาน ซึ่งก็มีการ

พัฒนารูปแบบของการนำเสนอออกมา ซึ่งนอกจากจะทำให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของประเพณีความเชื่อของคนอีสานแล้ว ยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงความรักความสามัคคีของคนในภาคอีสานด้วยเช่นกัน

“มันเป็นธุรกิจแบบเขาต้องการ โปรโมตแต่ละจังหวัด ตรงนี้แต่ก่อนไม่มีนะ มารับวงสรวงแต่ละจังหวัด ตอนนี่ศรีสะเกษเขาก็มีรำครบรอบ 834 ปี จังหวัดศรีสะเกษ ทีนี้มันเริ่มมีรำวงสรวงมาตั้งแต่หนองคาย หรือว่านครพนมมันก็จะมีรำของเขา ซึ่งอันนี้มาแต่ละจังหวัดเขาก็เริ่ม โปรโมตการท่องเที่ยวของบ้านเค้า ของแต่ละจังหวัดอะไรประมาณนี้นอกจากจะทำให้ดูยิ่งใหญ่แล้ว มันก็เป็นการปรองดองความสามัคคีของคนในภาคด้วย ในจังหวัดด้วย อย่างเช่น อย่างของพี่ล่าสุดเพิ่งรำวงสรวงที่ศรีสะเกษใหม่ี่ เขาก็จะบอกว่า มีทำรำให้แล้วเขาก็จะส่งคนไปฝึก แต่ละหมู่บ้านก็จะรวมตัวกันมาซ้อมรำ แล้วก็ไปรำที่ศาลากลางหรือสถานที่เขาจัดเตรียมไว้ เพื่อจะเป็นการ โปรโมตว่า วันนี้เป็นวันครบรอบของจังหวัดนะ มันก็จะมีสื่อหลายๆ ช่องออกมาทำข่าว มันก็เป็นแบบว่า การพิธีเซนต์จังหวัดด้วย สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดด้วยอะไรประมาณนี้”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้เลยว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในประเด็นด้านประเพณีสังคมของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานสอดคล้องกัน กล่าวคือ ประเพณีสังคมของชาวอีสานที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ด้านหนึ่งเป็นการสื่อสารให้เห็นถึงรากเหง้าของคนอีสาน และเป็นการรักษาขนบประเพณีสังคมของคนอีสานไว้ ที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อของคนอีสาน เป็นประเพณีที่สวยงาม และอีกด้านหนึ่งนำเสนอให้เห็นความยิ่งใหญ่ของประเพณีอีสาน ที่ทำให้เห็นว่าคนอีสานมีวัฒนธรรม ประเพณีที่สวยงาม ไม่ได้เป็นคนต่ำต้อย และเป็นการรวมกันของคนอีสาน มันให้คนภายนอกเห็นถึงความยิ่งใหญ่ และไม่ได้ดูด้อยไปกว่าภาคอื่น ๆ หรือคนชนชั้นกลาง หรือคนในกรุงเทพฯ ภาพประเพณีทางสังคมเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนอีสานที่มีประเพณีเป็นของตัวเอง ในฐานะเจ้าของร่วมทางวัฒนธรรม

6.3 ถอดรหัสมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับความหมายของอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้รับสารที่เป็นคนอีสาน

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม เพื่อศึกษาการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกอีสานทั้ง 4 ด้าน ตามที่ได้นำเสนอผลการศึกษาไปแล้วนั้น ผู้วิจัยได้เพิ่มเติมคำถามเพื่อถอดรหัสเกี่ยวกับการนำเสนอความหมายและ

อัตลักษณ์อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ ว่าส่งผลต่อภาพหรือความหมายของคนอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไรบ้าง ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ได้ผลการศึกษาที่น่าสนใจว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ได้นำเสนอให้เห็นคุณค่าและความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปในสังคมอีสานที่ส่งผลต่อการรับรู้ของคนฟังเพลงที่เป็นคนอีสาน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างว่า “ในฐานะที่ท่านเป็นคนอีสาน และเป็นคนฟังเพลง ท่านคิดว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในช่วงปี 2558-2562 มีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร และส่งผลกับคนอีสานอย่างไรบ้าง ท่านยอมรับการนำเสนอเหล่านี้หรือไม่”

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้รับสาร Generation X และกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ในฐานะ “ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” ส่วนใหญ่มีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา และถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) สามารถยอมรับร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม เพราะมีผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังโดยผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. อีสานใหม่กับการตอกย้ำและสืบทอด

ผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังอันแรกที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา ดังจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของนัท ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ชื่อดังแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ที่มีภูมิลำเนาจากจังหวัดสินธุ์ มองว่า ถึงแม้ภาพของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในช่วงปี 2558-2562 จะมีการปรับเปลี่ยนลูกนำมาประยุกต์ทั้งเครื่องดนตรี แนวเพลง หรือภาษาอื่น ๆ เข้ามา แต่ก็เป็นการผสมผสานที่ลงตัว เพราะเป็นเรื่องของอุตสาหกรรม หรือเชิงธุรกิจ เพราะต้องสื่อสารออกไปสู่คนวงนอกที่ไม่ใช่คนอีสานจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไป แต่อย่างไรก็ดีการนำเสนอเหล่านี้ยังสื่อสารและตอกย้ำให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสานทั้งเรื่องภาษา ดนตรี อาหาร ประเพณีได้อย่างเข้มข้น และถือเป็นการนำเสนอให้เห็นความงดงามของวัฒนธรรมอีสานให้กับผู้คนในสังคมได้รับรู้ร่วมกัน

“รู้สึกว่ามันช่วยตอกย้ำความเป็นอีสานได้ดีมาก ๆ สำหรับการถ่ายทอดเพลงและ MV ในยุคหลัง ๆ มันทำให้เห็นถึงภาพสะท้อนของการเปลี่ยนแปลง ขนบธรรมเนียมยังคงอยู่แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปคือวิถีชีวิตที่รู้สึกว่าคุณอีสานไม่ได้ล้าหลัง แต่ทันสมัยขึ้น เห็นความก้าวหน้าอย่างที่บอกว่าการศึกษามันสูงขึ้นคนอีสานได้เรียน ทำให้เปลี่ยนแปลงได้คือ ลบทัศนคติ ที่บอกว่าคนอีสานไม่มีการศึกษาเป็นคนชั้นแรงงาน อีสานแห้งแล้ง รู้สึกว่าวัฒนธรรมมรดกภาพเหล่านี้มันถูกค่อย ๆ กลืนให้ลึบไป แต่ทำให้ตอกย้ำว่าอีสานต่างหากที่งดงาม ประเพณี

กึ่งดงาม คนตรีกึ่งดงามไพบราธา วัฒนธรรม อาหารการกินก็ยิ่งทำให้คนรู้จักมากขึ้น แม้แต่อาหารบางเมนูที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนนำมาถ่ายทอด หรือดีอยู่แล้ว แต่ไม่เคยถูกหยิบยกมา แต่แท้จริง ๆ แล้วนั่นคือภาพของอีสาน นั่นคือสิ่งที่คนอีสานเขาอยู่เขากินกันจริง ๆ ก็ไม่ได้ทำให้คนอีสานรู้สึกอายว่ามันอยู่ในกรุงเทพฯ อยู่ภาคใต้หรือเหนือก็ยังคงข้าวเหนียว ก็ยังต้องสวมหมวกคืด้อปลาไร่ คนอีสานเขาบอกเสมอว่าเกิดที่ไหนก็เป็นคนของที่นั่น เราไปพูดภาษากลางเราไปอยู่ในสังคมอื่นแต่เราก็ยังเป็นคนอีสาน เป็นอย่างไรก็ยังเป็นอย่างนั้น เหมือนเพลงหลาย ๆ เพลงที่เขาสะท้อนว่าอยู่ในชอกตึกสูงของกรุงเทพฯ ก็ยังฟังเสียงเพลงเสียงร่ำ ตั๋งวงกินข้าวยังถามไถ่กันด้วยภาษาอีสาน ไม่รู้สึกอายเลย นั่นก็คือภาพสะท้อนของคนอีสานที่ทำให้คนยอมรับมากขึ้น นำมาเสนอใน MV ในเพลง ในยุคนี้สมัยนี้ผมว่ามันลงตัว ไม่ใช่แค่เฉพาะคนไทยเข้าใจคนอีสานแล้ว ต่างชาติหรือแนวเพลงต่าง ๆ ภาษาอังกฤษมันถูกนำมาประยุกต์เข้ากันได้ลงตัว และกลายเป็นอุตสาหกรรม และคนซื้อไม่ใช่เฉพาะคนอีสาน แต่เป็นคนหลากหลาย คนที่ฟังเพลงแนวอื่นก็ยังคงมาฟังเพลงเรา มาดูวัฒนธรรมเรา เพราะว่าความเป็นอีสานมันน่าสนใจกว่าที่คิด”

นัท , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

2. อีสานใหม่กับการยกระดับอีสาน

อีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มีวิถีสื่อเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา โดยกลุ่มผู้รับสารส่วนใหญ่มองว่าวิถีสื่อเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนในการนำเสนอจากเดิมที่สื่อสารภาพหรือความหมายของคนอีสานถูกเล่าเรื่องผ่านตัวละครทั้งอาชีพ ฐานะทางสังคมที่ดูดีอยู่ค่า แต่มีวิถีสื่อในในช่วงปีพ.ศ.2558 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน เริ่มมีการผสมผสานทั้งภาษาคนตรี แนวเพลงของวัฒนธรรมอื่น ๆ เรื่องของเทคโนโลยีเข้ามา การเล่าเรื่องของตัวละครคนอีสานที่เปลี่ยนแปลงไป เริ่มมีความเป็นสมัยใหม่ ทำให้เพลงอีสานฟังง่ายขึ้น และเข้าถึงง่ายขึ้น และเปลี่ยนผ่านความหมายของภาคอีสานจากที่ดูว่าแห้งแล้ง ก้นดาร์ หรือล้าสมัย แต่กลับกลายเป็นอีสานที่เปิดรับ ปรับตัว และมีความร่วมสมัย ไม่แตกต่างจากผู้คนในสังคมเมืองหรือภาคอื่น ๆ เป็นภาพของอีสานโกอินเตอร์ ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของเล็กและปอ ดังนี้

“สำหรับ MV มันก็เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย ก็คิดว่ามันดีขึ้น มันยกเอาเหตุการณ์ในสังคมขึ้นมาเสนอว่าอีสานมีคิมี่ความทันสมัยขึ้นมา อินเทอร์เน็ตก็มีใช้ เคอร์รี่แถวบ้านก็มีมาส่ง

มันสะท้อนสังคมในภาคอีสานได้ดีมาก ๆ ว่าคนอีสานก็เจริญขึ้น มีการพัฒนา ตอนนี้อีสานก็ไม่ได้แพ้หรือต้องอายใครแล้ว”

เค็ก , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“ถ้าพูดถึงในตัว MV มันจะสื่อให้ถึงชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นถ้าเทียบกับ MV ในยุคก่อน ๆ แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการการเป็นอยู่ และบริบทต่าง ๆ ที่ดีขึ้น เหมือนที่พี่เขาพูดเลยจาก MV ก่อน ๆ ของมนต์แคน ของไมค์ ภิรมย์พร ผู้ชายส่วนมากก็ก่อสร้าง ขับแท็กซี่ ผู้หญิงก็แม่บ้าน สาวโรงงาน สมัยนี้มันก็อัปเกรดขึ้นมาว่าเข้ามาเรียนเข้ามาทำงานที่ดีกว่า”

ปอ , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“ถ้ามองในแง่บวก ก็เป็นการดีที่เพลงอีสานจากเดิมบางเพลงฟังยาก เข้าถึงยาก พอด้วยความทันสมัย เทคโนโลยีหรือว่าอะไรต่าง ๆ ยุคสมัยของการใช้ภาษาที่มันเอาประยุกต์เข้าด้วยกัน ก็เป็นการดีที่ทำให้เพลงอีสาน วัฒนธรรมอีสาน เข้าไปอยู่ในใจของคนทุกภาค ทุกเพศ ทุกวัย บางคน คนได้ก็ร้องได้ คนเหนือก็ร้องได้ คนตรีก็เป็นผลดีด้วย มันฟังง่ายและคนเลือกที่จะฟังมากกว่าคนตรีสมัยเก่าที่แบน ๆ ไม่มีสากลเข้ามาร่วม พอมันมีตรงนั้นเข้ามา คนก็ฟังง่ายขึ้น กลายเป็นสมูทไปเลย อันนี้คือในแง่ดีที่ทำให้คนอีสานเป็นที่รู้จักมากกว่าเดิมมาก ๆ แต่มองอีกมุมหนึ่ง ถ้าเรามองในมุมที่บาง MV ในความคิดส่วนตัวของเรารู้สึกว่ามันก็เปลี่ยนไปเยอะเหมือนกัน มันก็น่าจะเหลือความเป็น อย่างของอ้อมแอ้มส่วนมากจะเป็นไปในทางที่อนุรักษ์มาก ๆ ชัดเจนสักส่วนใหญ่ ถ้าเอาความรู้สึกเราไปจับเราจะชอบอันนี้มากกว่า เราจะรู้สึกดีกับ MV แบบนี้มากกว่า”

ค่าย , สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“คิดว่าเปลี่ยน เปลี่ยนในที่นี้หมายถึงว่าภาพที่เขาสื่อออกไปในความเป็นอีสาน มันไม่ใช่อีสานที่เป็นความบ้านนอก แต่มันเป็นอีสานที่เป็นอีสานฟิวชั่น เป็นอีสานที่มีความหลากหลาย มีความทันสมัย แล้วคนที่มองมาที่คนอีสาน พอภาพมันไม่ใช่ภาพความบ้านนอก มันส่งผลให้ภาษา อาหารหรือ การแต่งตัวมันก็ได้ถูกยอมรับมากขึ้น เพราะว่าแต่ก่อนเราจะเห็นว่า ความเป็นอีสานลาวบ้านนอก แต่ตอนนี้ไม่ใช่เราก็จะเห็นว่ามันก็ได้แตกต่าง มันก็อยู่ร่วมกันได้ แต่ว่าภาพที่มันสื่อออกไป Music ตั้งแต่ ปี 57 58 จนถึงปัจจุบัน มันมีความทันสมัยมากขึ้น ก็ประมาณนี้ หมายถึงว่าภาพลักษณ์ของความเป็นอีสานมันต่างไปจากเดิม โดยส่วนตัว บางทีเราฟังเพลงอีสานอย่างศิริพร เวลาเขาทำเพลงออกมาก็จะเป็น

เรื่องออกหัก แต่เดี๋ยวนี้เพลงอีสานมันไม่ใช่แล้ว มันไม่ได้ยึดติดกับความออกหักมัน สนุกสนานไปเลยหรือไม่ก็แหวกแนวไปเลย”

นุ่น, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

นอกจากนี้ในทัศนะต่ายและนุ่น ยังมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ยังส่งผลดีต่อสังคม อีสานในด้านบวกที่มีวิสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ทำให้เพลงเข้าถึงคนฟังได้ง่ายขึ้น ผ่านการ ประยุกต์ทั้งภาษา คนตรีของวัฒนธรรมอื่นๆ เข้ามายกระดับสู่ความเป็นสากล เป็นวัฒนธรรมอีสาน แบบฟิวชัน

3. อีสานใหม่กับศักดิ์ศรีของคนอีสาน

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า อีกหนึ่งผลประโยชน์เบื้องหลังที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มีวิสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา โดย กลุ่มผู้รับสารมองว่า การนำเสนอของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ นอกจากจะสื่อสาร วัฒนธรรมดั้งเดิมของคนอีสานแล้ว ยังเปลี่ยนภาพและความหมายของคนอีสาน เป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ใหม่ หรืออัตลักษณ์ใหม่ของคนอีสาน จากเดิมที่คนอีสานเปรียบเสมือนพลเมืองชั้น 3 ดังที่ กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งกล่าวไว้ แต่วันนี้อีสานเปลี่ยนภาพ เปลี่ยนมุมมองใหม่ เป็นอีสานที่มีการพัฒนา สู่ความร่วมมือ ไม่ได้เป็นแผ่นดินแห้งแล้ง แต่เป็นแผ่นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์และสามารถอยู่ใน วิถีชีวิตแบบชาวไร่ชาวนาที่สามารถดูแลตัวเองและเลี้ยงดูครอบครัวได้ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงระบบ โรงงานในระบบเมือง เป็นภาพที่ยกระดับศักดิ์ศรีของคนอีสานให้มีความมั่นอกมั่นใจในวัฒนธรรม ของตนเอง ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“มันส่งผลดี ก็สื่อสาร ได้สื่อสารวัฒนธรรมของอีสานบางส่วนที่ยังเหลืออยู่ให้กับคน ภายนอกได้รับรู้ ถ้าในมุมมองของพี่มันก็เป็นข้อดีมากกว่าข้อเสีย ข้อเสียก็มีบ้างในการ สื่อสารสองแง่สองง่าม ก็จะมองว่าอีสานทะเล่ดั่งดั่ง แต่ว่าบางพวกอาจจะเป็นคนกลุ่มน้อย ก็ได้ ที่อาจจะมองว่าอีสานงมงาย แต่มันก็ส่งผลให้อีสาน ดูไม่ได้ล้าสมัยเมื่อก่อนเราดูเป็น พลเมืองชั้น 3 ของประเทศก็ว่าได้ อย่างที่พวกคุณมอง อีสานเขาก็มีพัฒนาการความเป็นอยู่ ของเขามากขึ้น และก็ไม่ได้ไปทำแต่งงานในโรงงานอย่างเดียว พี่มองว่าถ้าเกิดภัยพิบัติอีสาน อยู่ได้พวกคุณอยู่ไม่ได้เพราะว่าพวกคุณทำงานในระบบ พวกมันยังมีไร่ นา ยังมีวิถีชีวิตหา อยู่หากินกันได้ ถ้าเกิดมองในเนื้อเพลง คนข้างนอกที่เขามองภาพออก ไม่ใช่เฉพาะกลุ่มที่ มองแคบ ๆ เขาก็จะมองว่าอีสานถ้าเขาไม่ต้องมาทำงานในกรุงเทพฯ เขาก็มีที่ทำมาหากิน

ของเขาเพียงแค่เขาปรับระบบเท่านั้นเอง แล้ววิถีความสนุกสนานของเขาก็น่าอยู่ เขาอยู่ได้ไม่เครียด ถ้าเกิดพึมพำจากข้างนอกเข้ามาอีสาน พี่ก็จะมองแบบนี้”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มี.ค. 2564

“ผมว่า MV มันพยายามลบภาพคนอีสานในอดีต ช่วงหลัง ๆ มาเพลงลูกทุ่งอีสาน มันจะแสดงภาพวิถีชีวิต วัฒนธรรมของบ้านเรามากขึ้น มากกว่าที่เป็นชนชั้นแรงงาน รถทัวร์หอบชะลอมไปสู่เมืองหลวง ซึ่งสมัยก่อนเพลงลูกทุ่งมันจะเป็นแบบนี้ แต่พอเพลงลูกทุ่งใหม่เขาจะนำเสนอในเรื่องของวิถีชีวิต วัฒนธรรมที่มันมีความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ ไม่ใช่พื้นที่ที่แต่ก่อนมันแล้ง เป็นการที่สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับคนอีสานได้ดี”

หนุ่ย, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“เห็นพัฒนาการของการนำเสนอ ถ้าเป็นยุคก่อนก่อนอย่างไมค์ ภิรมย์พร มนต์แคนบั้ง หรืออื่นๆ ทำให้อีสาน เป็นคนขับแท็กซี่บ้างเป็นแม่บ้านบ้าง มันทำให้เราดูเหมือนคนอีสาน เข้าเมืองกรุง เป็นได้แค่สาวโรงงาน คนขับแท็กซี่หรือแบบบ้านแค่นั้นแหละ มันก็เลยทำให้เราเหมือนไม่อยากจะดู ดูแล้วมันหดหู่ไม่ค่อยมีพลัง แต่เวลาที่เราเหนื่อยเราจะกลับไปฟัง จะเท่าเวลาปกติก็ไม่ค่อยอยากฟังเพลงในลักษณะแบบนี้ เราารู้สึกว่าเราไม่อยากเป็นแบบนี้ คนอีสานเป็นมากกว่านั้น ได้ใหม่ แต่พอยุคหลังเริ่มมีความเป็นอินดี้เข้ามา เริ่มมีความเป็นสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นคนตรีหรือแนวเพลง ในการเอาวัฒนธรรมที่มันเป็นความงดงาม เรื่องบวกมาแสดงใน MV มันทำให้เรารู้สึกภูมิใจ มันเห็นคุณค่าในความเป็นเราดีขึ้นแล้วเราก็อยากดู ส่วนหนึ่งมันก็หายไปในเรื่องของที่เราไปใช้เทคโนโลยี เราอยู่กับความเป็นสมัยใหม่ เพราะเรากลับไปฟังเพลงอย่างเพลงของอ้อมแอ้ม วิธีการแต่งตัวของอ้อมแอ้มมันทำให้เรากลับไปใส่ผ้าไทยนุ่งซิ่น มันให้เราซาบซึ้งกับความเป็นครรถงเป็นวิถีของบ้านเรามากขึ้น และเป็นแนวในการสืบสานสืบทอดไปในตัวด้วย แล้วลูกหลานคนยุคใหม่ถึงเขาจะมีแนวเพลง แนวเดิน เหมือนหมอลำซิ่ง แต่เขาก็ยังเอาท่าทางการรำแบบนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ มองว่าเป็นเรื่องที่ดีเราก็อยากจะให้ เขียรในเรื่องของการสืบทอดแบบนี้ ความงดงามอย่างที่พี่ว่า อยากจะรื้อนาฏศิลป์ ไปลงมันก็จะเป็นอย่างอื่น แต่ใน MV ตามรูปแบบเพลงก็ควรที่จะเผยแพร่วิถี ให้อะไรที่มันเป็นสามารถที่จะสืบทอดกันต่อไปได้ยาว ๆ”

ตุ๊ก, สัมภาษณ์เมื่อ 6 ก.พ. 2564

“ทำให้คนรู้จักเพลงอีสานมากขึ้น เมื่อก่อนคนอีสานจะไม่กล้าไม่อะไร เคี้ยวนี้เป็นเพลงอีสานสักส่วนใหญ่ที่มาในผับ ในบาร์ คนทุกคนยอมรับกันหมด ก็รู้สึกดีแบบว่าเขารู้จักคนอีสานมากขึ้น ว่าเพลงนี้เป็นเพลงอีสาน แต่ต่างประเทศก็ยอมรับได้กับความอีสานของเรา ทำให้เราจากเมื่อก่อนที่เข้ามากรุงเทพฯ ใหม่ ๆ เราฟังเพลง ถ้าคนอื่นได้ยินจะบอกว่าบ้านนอกอีสาน บ้านนอกจ้งเลย เราก็อาย ฟังเพลงเราจะเปิดเบา ๆ ต้องแอบๆ ฟัง แต่ทุกวันนี้มันไม่อายเหมือนกับว่ายอมรับได้ แต่ก่อนอยู่ข้างห้องยังพูดเลย แต่ทุกวันนี้เปิดเสียงดังเขาก็ไม่ว่าแล้ว ขนาดคนลพบุรียังฟังหมอลำเลย มันทำให้เรารู้สึกว่าคนยอมรับได้เยอะ เมื่อก่อนคนไม่ค่อยยอมรับ”

นก, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

จากบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างจะเห็นได้ว่า จากเดิมสังคมอีสานกับศักดิ์ศรีที่อาจถูกลดทอน หรือกดทับจากผู้คนในส่วนกลาง ทำให้คนอีสานต้องถูกตีตรา หรือลดราคาให้ดูต้อยต่ำกว่าผู้คนในสังคมอื่น หากแต่การสื่อสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมอีสานผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในครั้งนี้กลับทำให้เกิดการยกระดับความเป็นอีสาน และยกระดับศักดิ์ศรีให้คนอีสานทั้งที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อีสาน หรือคนอีสานที่พลัดถิ่นมาทำงานอยู่ในเมือง เกิดความรู้สึกมั่นอกมั่นใจในความเป็นอีสานของตนเอง ที่มีคุณค่า และได้รับการยอมรับที่มากขึ้นจากผู้คนในสังคม

4. อีสานใหม่กับความภาคภูมิใจและการสร้างจิตสำนึกร่วม

รวมทั้งอีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา โดยผลประโยชน์สำคัญคือการนำเสนอวัฒนธรรมอีสานทั้งด้านภาษา ดนตรี อาหาร ประเพณี เหล่านี้เป็นภาพที่นำเสนอให้เห็นวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และความเชื่อของคนอีสานที่มีการสะสม ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ แม้ว่าในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตบางอย่างของคนอีสานจะเปลี่ยนแปลงไป แต่เมื่อฉายภาพเหล่านี้ขึ้นมาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอกลับเสมือนการจำลองให้คนอีสาน ได้เปิดโอกาสให้คนอีสานได้รับรู้ ตัดและทบทวนตัวตน และเป็นสายสัมพันธ์ในการสร้างจิตสำนึกร่วมกัน และที่สำคัญคือการสร้างความภาคภูมิใจในการมีวัฒนธรรมเป็นของตนเองและได้สื่อสารออกมาให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ พี่ดีใจนะ กับคนหนึ่งที่เป็นลูกอีสาน เพราะว่าเราไม่เคยลืมเชื้อชาติ ไม่เคยลืมต้นกำเนิด ที่ว่าเราเกิดจากภาคอีสาน พี่ภูมิใจนะทุกวันนี้ ไม่ว่าใครจะเอาเพลงอีสานออกไปทำใน

รูปแบบไหน เราก็ภูมิใจตลอดเสมอว่า เพลงอีสานเรามันไม่ได้เป็นแค่เพลงอีสานที่เรารู้จัก แต่มันกลับพัฒนาทำให้กลุ่มหลายๆ คน หลายๆ ภาคเขาได้เห็นวัฒนธรรม หรือว่าได้เข้าใจ ภาคอีสาน ภาษาอีสาน คนตรีอีสานมากขึ้นประมาณนี้ มันก็เลยแบบคิดว่าคนตรีมันไม่มีพรมแดนนะ แม้กระทั่ง MV ที่เขาทำออกมาก็ถือว่า บาง MV มันไม่ได้ออกมาเต็มร้อย แต่ว่า เขาก็ยังแบบไม่ได้ลืมที่จะมีกลิ่นอายหรือความเป็นอีสานให้เราได้อิน มันก็ยังมีมา ซึ่งคนภาคอื่นอาจจะไม่เข้าใจ แต่โดยนิสัยแล้วหากคนอีสานถ้าได้ดู MV ต่อให้เห็นแบบว่า มีมุมอีสานนิด ๆ หน่อย ๆ เขาก็รู้สึกว่ามันเป็นกลิ่นอายของคนอีสาน”

วี, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

“ก็ดี พี่นึ่มว่าน่าภูมิใจนะ อีสานมันเหมือนพัฒนาขึ้นมา คนเขายอมรับ เด็กวัยรุ่น วัยไหนก็ฟังเพลงได้ ก็เปลี่ยนไปจากเดิม ประเพณีอะไรก็ยิ่งใหญ่ขึ้น อาหารการกินคนเขาก็กินอาหารบ้านเรากันเป็นหมดแล้ว”

นึ่ม, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

“มันก็แตกต่างกับสมัยก่อน มันก็จะมีความรู้สึกว่ามันดีขึ้น ทำให้อีสานแตกออกไปถึงเมืองนอกเลย คนเมืองนอกร้องเพลงอีสาน ได้เลย ดังทั่วโลก ฝรั่งเศสมาดูแล เดียวนี้มันแตกหมดแล้ว ว่าทุกคนรู้จักคนอีสานเยอะขึ้นกว่าเดิมแตกออกไปถึงเมืองนอก ทำให้พวกเราอยู่อีสานภูมิใจ”

พัน, สัมภาษณ์เมื่อ 2 ก.พ. 2564

“ทุกวันนี้มันเป็นโลกของดิจิทัลมันเป็นโลกของการสื่อสาร คือไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ไหนคุณสามารถสื่อสารออกไปได้หมด แต่ก่อนคำว่าอีสานแห้งแล้งคุณต้องใช้เวลาเดินทางมาอยู่มากิน คือมันไม่ได้ทุกสื่อสารออกไปทันทีทันใด กว่าจะเก็บภาพก็จะเก็บเรื่องเล่าไป แต่ทุกวันนี้สามารถถ่ายแล้วขึ้นไปสื่อได้เลย และ Gen ของคนมันเปลี่ยนมันก็เลยทำให้อีสานก็เริ่มเปลี่ยนเหมือนกัน และ Gen ใหม่ ๆ ก็จะเริ่มผสมภาษากลางภาษาอื่น ๆ แล้วอย่าลืมว่าภาษาไทยเราก็เอามาใช้ร่วมกัน ภาษากลางบางคำก็ไม่อยู่ในภาษาอีสานภาษาอีสานบางคำก็ไปอยู่ในหน้าจอหลัก มีผลดีกับคนอีสานกับการสื่อสารที่เข้าใจได้มากขึ้น เหมือนพูดภาษาอีสานในโทรทัศน์ พูดลาว พูดนั่นพูดนี่คนภาคอื่นก็เข้าใจหมด มันก็ภูมิใจนะ เราภูมิใจที่เราไปภูเก็ตเราไปพูดกับพ่อค้าแม่ค้าภาษาอีสาน เขาก็เข้าใจเราอันนี้เป็นสิ่งที่เราภูมิใจใช้ไปทุกทอดหาใหญ่ไปอยู่ทุกที่ไว้เว็บบริ ปลายี่สิบออกไปต่างประเทศ ที่ไหนมีคนไทย

ปลาร้าตามไปหมด ต้องขอบคุณเพลงที่มันสื่อ ไม่ว่าจะป็นช่วงไหนเพลงหรือว่าคำบางคำของอีสาน แต่เพลงมันทำให้คนอีสานได้นึกคิดว่าดั้งเดิมของเรามันเป็นอย่างนี้ ทำให้เราได้สืบค้นทำให้เราได้หารากเหง้าของมันว่า คำนี้มันมีที่มาที่ไปอย่างไร พี่ก็เลยรู้สึกว่เพลงมันเป็นตัวที่ช่วยประชาสัมพันธ์ของตัวเองมันเอง ออกไปข้างนอกผ่านเสียงพิมพ์เสียงแคน เสียงคำเสียงเพลงที่มันถูกถ่ายทอดออกไป”

แคล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

สิ่งที่น่าสนใจคือ แม้ว่าพื้นที่ของมิวสิกวิดีโออาจจะถูกมองเป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความบันเทิง แต่ผลการศึกษาผู้รับสารที่เป็นคนอีสานในครั้งนี้ ได้แสดงให้เห็นว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ยังทำหน้าที่ในการสร้างจิตสำนึกร่วมกันของคนอีสาน ผ่านการสื่อสารทั้งภาษาภาพ และเสียงที่บรรจุวัฒนธรรมอีสานด้านต่าง ๆ ทั้งภาษา คนตรี อาหาร ประเพณีไว้อย่างเข้มข้น และยังเป็นการสื่อสารที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนอีสานที่ได้มีพื้นที่ในการแสดงออกซึ่งความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสานให้กับผู้คนในสังคมได้รับรู้



บทที่ 7

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ท่ามกลางสังคมที่เรียกว่าเป็น “ยุคโลกาภิวัตน์” (globalization) ปริมาณของสังคมโลกที่ขยายขอบเขต มีการพัฒนาทางสังคมทั้งเรื่องนวัตกรรม ระบบการขนส่ง เทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถเชื่อมต่อให้โลกทั้งใบใกล้กันแค่ปลายนิ้ว ย่อลดขนาดขอบเขตอาณาบริเวณ สถานที่และเวลาให้แน่นแฟ้น สังคมโลกจึงเปรียบเป็นเช่นดังที่ มาร์แชลแมคลูฮาน (McLuhan, 1964, p. 266) เรียกว่า “หมู่บ้านโลก” (Global Village) ส่งผลให้ผู้คนไม่เพียงแต่ติดต่อสื่อสารและข้ามพรมแดนถึงกันได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังมีผลให้วิถีชีวิตของผู้คนจากส่วนต่าง ๆ ของโลกเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องถึงกัน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม สอดคล้องกันกับสมมุติฐาน (2548) ที่กล่าวว่า โลกาภิวัตน์เกิดมาจากการเชื่อมร้อยระหว่างกัน (interconnection) หรือการที่ทุกชาติในโลกมีสายสัมพันธ์บางเส้นที่โยงใยระหว่างกันอยู่ สายสัมพันธ์นี้ไม่ได้อยู่ในระดับของการเชื่อมโยงข้ามพื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงลักษณะของการข้ามพรมแดนทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน ในขณะที่โลกาภิวัตน์อาจปรากฏออกมาชัดเจนในรูปแบบของการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนทางภูมิศาสตร์ของผู้คน นักท่องเที่ยว แรงงานข้ามชาติ ผู้ลี้ภัย บุคลากรทางวิชาชีพ เป็นต้น แต่ในอีกด้านหนึ่ง โลกาภิวัตน์ยังถูกมองด้วยว่าเป็นการเชื่อมร้อยชาติต่าง ๆ และคนแต่ละคนผ่านมิติการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อาทิ การบริโภคข่าวสารเศรษฐกิจ การเมือง ผ่านสำนักข่าวข้ามชาติ หรือการเสพวิถีชีวิตแบบอเมริกันชนผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ ผ่านร้านอาหารอย่างแมคโดนัลด์ พิซซ่า และเคเอฟซี หรือการเสพภาพยนตร์ฮอลลีวูดของอเมริกาที่จัดจำหน่ายไปทั่วโลก เป็นต้น ด้วยเหตุนี้โลกาภิวัตน์จึงมีความสัมพันธ์ยิ่งกั “เบ้าหลอม” ที่ทำให้เกิดการเสพวัฒนธรรมที่เหมือน / ร่วมกันทั่วโลก และทำให้คนทั้งโลกมีประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากการเสพคุณค่าความหมายแบบที่เคยสัมผัสได้จากวัฒนธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่นของตน

การไหลบ่าของกระแสโลกาภิวัตน์นี้เอง ทำให้เห็นปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่าง “ความเป็นโลก” กับ “ความเป็นท้องถิ่น” ที่ส่งผลต่อต่อโฉมหน้าของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สามารถมองออกเป็น 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านแรก การทำให้วัฒนธรรมเป็นเนื้อเดียวกัน (homogenization) เป็นกระบวนการโลกาภิวัตน์ที่ทำให้เกิดความเหมือน (sameness) ทางด้านวัฒนธรรม เป็นด้านของกระแสโลกาภิวัตน์ที่สร้างการครอบงำ หรือกดทับวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่อีกด้านหนึ่งคือ วัฒนธรรม

แตกตัว (heterogenization) ซึ่งเป็นด้านที่นำเสนอให้เห็นความหลากหลายของวัฒนธรรมที่วัฒนธรรมโลกไม่ได้มีอำนาจในการบงการ โจมหน้ำของวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งให้เหมือนกัน หากแต่ว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นเองก็สามารถนำเสนอตัวตนของตนเองออกมาได้เกิดเป็นการปะทะ แข่งขัน ต่อรอง หรือปรับเข้าหากัน สอดคล้องกันกับที่สจวร์ต ฮอลล์ (Hall, 1980, p. 137 อ้างถึงในธนิกาญจน์ จินาพันธ์, 2552, น. 13) มองว่า กระแสโลกาภิวัตน์มิได้นำมาซึ่งความเป็นหนึ่งเดียวของวัฒนธรรมโลก และภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่สร้างความเป็นหนึ่งเดียวของสังคมโลก แต่อีกด้านคือ กระแสสร้างความแตกต่าง ดังนั้น โลกาภิวัตน์จึงไม่ใช่การแทนที่ความเป็นท้องถิ่นด้วยความเป็นสากล หากแต่คือ การปะทะ ประสาน ระหว่างความเป็นท้องถิ่นกับสากล และสร้างความเป็นท้องถิ่นและสากลขึ้นมาใหม่ โลกาภิวัตน์ คือ กระบวนการพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอ และการพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอของโลกาภิวัตน์ ส่งผลกระทบต่อผู้คนต่างสถานที่ในระดับที่แตกต่างกัน

ทัศนคติที่มอง “ความเป็นอีสาน” ในการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการมองอีสานในฐานะท้องถิ่นหนึ่งที่กำลังขานรับและมีปฏิสัมพันธ์กับความเป็นโลก และกำลังปรับเปลี่ยน เพื่อเข้าสู่กระบวนการของความทันสมัย (modernization) เกิดการสร้าง ความหมายและอัตลักษณ์ชุดใหม่ให้กับสังคมอีสาน โดยผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า วัฒนธรรมอีสานนั้นไม่ได้เป็นวัฒนธรรมที่ปิดตายหรือหยุดนิ่ง หากแต่เป็นดังเหรียญสองด้านที่เชื่อมร้อยทั้งความเป็นโลก มีความเคลื่อนไหว และยังธำรงรักษาความเป็นท้องถิ่นแบบอีสานแบบดั้งเดิมไว้อย่างเข้มข้น รวมทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการต่อสู้ของวัฒนธรรมอีสานกับวัฒนธรรมโลก ภายใต้พื้นที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานไว้อย่างน่าสนใจ

เมื่อกล่าวถึง มิวสิกวิดีโอ อาจถูกมองเป็นเพียงพื้นที่ของสื่อบันเทิง หรือเป็นพื้นที่แห่งความไร้สาระ หากแต่ว่าจุดยืนในการมองหรือการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ นั้นมิได้มีในหลากหลายมิติ ดังที่ Shuker (1994) (อ้างถึงในอมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545, น. 476-477) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอ นั้นสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอได้ 3 สถานะ คือ มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นอุตสาหกรรม (Industrial) มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นสินค้าเชิงธุรกิจ (commercial product) และมิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นแบบแผนทางวัฒนธรรม (Cultural form) เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า แท้จริงแล้วมิวสิกวิดีโอขึ้นอยู่กับวิธีคิด หรือจุดยืนในการมอง และในการศึกษาครั้งนี้ คือ การมองมิวสิกวิดีโอในฐานะแบบแผนทางวัฒนธรรมที่กำลังสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ของคนอีสาน โดยสิ่งที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตและพยายามหาคำตอบว่า แท้จริงแล้วพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในยูทูปในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2558- 2562 ที่มักถูกมองเป็นโลกสัญลักษณ์นั้น จะมีนัยแอบแฝง ชุกซ่อน จำลอง สื่อสารความหมายหรือสร้างอัตลักษณ์แบบใหม่ของคนอีสานไว้อย่างไรบ้าง และอีกด้านหนึ่งคือ การศึกษากลุ่มคนฟังเพลง เพื่อหาคำตอบว่า ผู้รับสารจะขานรับ

หรือถอดรหัสความหมาย ตามประสบการณ์ภูมิหลังที่ได้ประสบพบเจอมา เหมือนหรือแตกต่างกัน
กันอย่างไร โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้รับสารที่เป็นคนอีสานในฐานะคนร่วมอัตลักษณ์ หรือที่เรียกว่า
“ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” ว่าจะมีท่าที หรือการถอดรหัสความหมายเหล่านั้นออกมาอย่างไร
ความแตกต่างในเรื่องช่วงอายุ หรือเจเนอเรชันจะเป็นช่องว่างในการรับรู้ความหมายเหล่านั้น
หรือไม่ อย่างไร และการสื่อสารครั้งนี้มีความหมายของแผ่นดินอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่
อย่างไร

จากการศึกษาเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่”
ตามหลักแนวคิดอัตลักษณ์ (Identity) แสดงให้เห็นว่า การก่อรูปและการปรากฏตัวของอัตลักษณ์
มีเนื้อหามาจากจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในระดับสังคม ที่เกิดจากการนิยามว่า ตัวเอง
คือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น และสังคมอื่นอย่างไร และใช้อะไรเป็น
เครื่องหมายในการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว สามารถแสดงผ่านสื่อ สัญญะต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล
ครอบงำภายในสังคมนั้น ๆ เช่น ภาษา ศาสนา เครื่องแต่งกาย และการบริโภค ทำให้อัตลักษณ์
กลายเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทอย่างไม่รู้จบ และเป็นคุณสมบัติที่สร้างขึ้นตามสถานการณ์
เฉพาะหน้า (อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546) เพราะฉะนั้น อัตลักษณ์คือ ความพยายามในการนิยาม
ความหมาย เพื่อตอบคำถามว่า “ฉันคือใคร” และอาจตามมาด้วย “ฉันแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร”
เป็นการแบ่งกลุ่ม พวกเรา-พวกเขา ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2560,
น. 686) ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์ของคนเรา ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวเรามาแต่กำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่ถูก
ประกอบสร้างขึ้นมาจากสังคมในภายหลัง และการจะนิยามตัวตนว่าเราเป็นใครได้นั้น จะเป็นไปได้
ก็ต่อเมื่อเราเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยเหตุนี้ ด้านหนึ่งของอัตลักษณ์จึงเป็น
ปฏิสัมพันธ์ที่เราู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกันกับคนอื่น (self-ascription) และอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้อง
รู้สึกเช่นเดียวกับเราด้วย (ascription by others) ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นตัวกำหนดขอบเขตว่า เราเป็น
ใคร เราเหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร มีใครเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกันกับเราบ้าง เราควรมี
ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร และคนอื่น ๆ ควรจะสานสัมพันธ์กับเราอย่างไร เช่นเดียวกับ
การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ใน
มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ขึ้นมาผ่าน
“ตัวบท” (text) ที่รอผู้รับสารเข้ามาถอดรหัส ตามแนวคิดของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) ที่กล่าวไว้
ว่า ความหมายและเนื้อหาสารนั้นไม่เคยถูกถ่ายทอด หากแต่มีการผลิตอยู่ตลอดเวลา (กาญจนา
แก้วเทพ, 2544) ในขณะที่เดียวกันผู้รับสารเองก็ถอดรหัสจากตัวบทผ่านประสบการณ์ของตัวเอง
ฉะนั้น ทุกครั้งที่ผู้รับสารอ่านตัวบทจึงเปรียบเสมือนการผลิตความหมายด้วยเช่นกัน เมื่อถึงระดับ
การตีความหรือการรับรู้ความหมายนั้น บริบททางสังคมและประสบการณ์ ภูมิหลังที่แตกต่างกัน

นั่น ก็จะทำให้การถอดความหมายแตกต่างกันอย่างไร ตามที่สจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) ได้เสนอแนวคิดเรื่องการเข้ารหัส/ถอดรหัส (encoding/decoding) ขึ้นมาว่าผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสเดียวกันเสมอไปเช่นกัน ฉะนั้น ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการศึกษาใน 3 ประเด็น ดังจะได้แสดงต่อไป

7.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษา ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวตามวัตถุประสงค์ใน 3 ประเด็นที่วางไว้ คือ

7.1.1 ผลการศึกษากาบริวิเคราะห์บริบท (contextual analysis) เพื่อศึกษาว่าบริบทความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่ส่งผลกระทบต่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 อย่างไร

7.1.2 ผลการศึกษากาบริวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เพื่อศึกษาว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่บนยูทูป ในระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 ว่ามีการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ขึ้นมาอย่างไร

7.1.3 ผลการศึกษากาบริวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) เพื่อศึกษาว่าผู้รับสารจะมีการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างไร และทำไมถึงเป็นเช่นนั้น

7.1.1 ผลการศึกษากาบริวิเคราะห์บริบท (contextual analysis) : ความเปลี่ยนแปลงของบริบทอีสานที่ส่งผลกระทบต่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่

จากการศึกษาบริบท (context) ข้อมูลเกี่ยวกับมิติต่าง ๆ ทั้งบริบททางการเมือง สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีการสื่อสาร กระแสโลกาภิวัตน์ และท้องถิ่นนิยม ความเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ที่อาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อตัวของอัตลักษณ์อีสาน (แบบใหม่) ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ตามลักษณะด้านต่าง ๆ ของภาคอีสานที่สอดคล้องกับการศึกษาตัวบท ได้แก่ ภาษาอีสาน คนตรีอีสาน อาหารอีสาน รวมทั้งประเพณีของคนอีสาน และมิติทางวัฒนธรรมอีสานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จากการทบทวนข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งจากงานวิจัย หนังสือ ตำรา เอกสาร เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอีสาน ผู้วิจัยได้ผลการศึกษาที่เห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของแผ่นดินอีสานออกเป็น 4 ระลอก ดังนี้ โดยสามารถอธิบายได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 7.1 แผนภาพแสดงความเปลี่ยนแปลงของบริบทอิสานที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อิสานใหม่

ระลอกที่ 1 ความเป็นอิสานก่อนยุคพัฒนาประเทศ ผลการศึกษาพบว่า แต่เดิมอิสานเป็นภูมิภาคที่มีประวัติศาสตร์และความเป็นมาที่น่าสนใจ เป็นแอ่งวัฒนธรรมขนาดใหญ่ ที่รวมผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรม ทั้งด้านภาษา อาหารการกิน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม แต่เมื่อถูกกวาดต้อนเข้ามา และถูกควบรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสยาม ความเป็นอิสานไม่ได้เกิดขึ้นเอง แต่ถูกหล่อหลอมให้เกิดขึ้นจากการรวมอำนาจของกลุ่มผู้คนที่หลากหลายชาติพันธุ์ โดยเฉพาะชาวลาว ที่ทำให้ความเป็นอิสานดูแปลกแยกออกจากความเป็นสยาม ถูกทับซ้อนกับความ เป็นลาว จนทำให้คนอิสานมักถูกเรียกแบบเหยียดขามว่าเป็นคนลาวที่ยากต่อการขจัด จากเดิมอิสานเองก็มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวบางอย่าง หากแต่ถ้าเมื่อเริ่มเกิดกระบวนการที่รัฐไทย หรือสยามประเทศ ยังมองคนอิสานเป็น “คนอื่น” แต่กระนั้นก็เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาคอิสานอีกครั้ง ในยุคสร้างชาติ หรืออาจเรียกว่ารัฐสยามในตอนนั้น ในสมัยรัชกาลที่ 5 ก็ได้รวมศูนย์อำนาจและปฏิรูประบบการปกครอง รวมอิสานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสยาม ส่งผลต่อความเป็นอิสานที่เปลี่ยนแปลงไป

ระลอกที่ 2 อีสานกับการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นไทยในสมัยรัชกาลที่ 5 ผลการศึกษาพบว่า อีสานในระลอกนี้เป็นระลอกที่มีการเปลี่ยนแปลงของแผ่นดินอีสาน การรวมศูนย์อำนาจ (Centralization) การปกครองโดยยกเลิกการปกครองแบบประเทศราช ทำให้อีสานถูกรวมอำนาจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสยามประเทศ อีสานถูกบังคับให้สลัดทิ้งความเป็นลาวออกไป และทำทุกอย่างให้ชาวหมจดด้วยความเป็นไทย ดังเช่น คนอีสานต้องเรียนรู้ภาษาไทยกลาง เพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกับคนในชาติ ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ของชาติให้ยึดถือร่วมกัน ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่า อีสานในระลอกยุคนี้ จึงถูกทำให้เป็นเพียงชายขอบ เป็นพื้นที่ที่ห่างไกลความเจริญและเกิดภาพจินตนาการของคนเมือง มองว่าคนอีสานคือ ภาพของความล้าสมัย เป็น เหย และในยุคนี้ความเป็นอีสานเองก็ถูกกดทับอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนของคนอีสานเพราะถูกทำให้ทุกอย่างกลายมาเป็นไทย ส่งผลให้คนอีสานเองมีความระแวงระวังตัวเป็นอย่างมาก และสร้างความไม่ไว้วางใจ เกิดเป็นการปะทะ หรือการต่อสู้ระหว่างอีสานกับรัฐส่วนกลาง หรือในการศึกษาคั้งนี้เรียกว่า “อีสานตั้งการ์ด” จนเกิดเป็นการต่อสู้ต่อรองของคนอีสาน ยกตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของ “กบฏผู้มีบุญอีสาน”

ระลอกที่ 3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติผู้อีสานพัฒนาในยุคสงครามเย็น ผลการศึกษาพบว่า แผ่นดินอีสานในระลอกนี้ มีการเปลี่ยนแปลงของภาคอีสาน ถึงแม้ว่าจะมีหมุดหมายสำคัญในการมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและการแก้ไขปัญหาของภาคอีสาน ทำให้สังคมมีการพัฒนาให้หลากหลายมิติ แต่อีกด้านหนึ่งของการพัฒนานี้เองก็กลับตอกย้ำแผ่นดินอีสานในจินตภาพที่เป็นคู่ตรงข้ามของความเป็นเมือง เพราะอีสานกลับถูกมองจากคนส่วนกลางว่า เป็นพื้นที่แห่งความล้าหลัง เป็นแผ่นดินที่ยังเข้าไม่ถึงการพัฒนา ไม่ทันสมัย ความเป็นอีสานในระลอกยุคนี้ จึงถูกกดทับจากมุมมองของส่วนกลาง อีสานเป็นภาพคู่ตรงข้ามกับสังคมเมืองอย่างสิ้นเชิง แต่ในขณะเดียวกันนี้ท่ามกลางแรงกระเพื่อมของการถูกกดทับนี้เอง ก็ยังเป็นช่วงเวลาที่ส่งผลต่อการก่อตัวให้เกิดสำนึกกรักท้องถิ่นของคนอีสานอย่างเข้มข้นด้วยเช่นกัน

ระลอกที่ 4 ภาพร่างอีสานใหม่ในยุคหลังสงครามเย็น ผลการศึกษาพบว่า ในยุคหลังสงครามเย็นมีการขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อนิยามความเป็นอีสานมากขึ้น มีการนำเสนอความเป็นอีสาน แบบใหม่ ที่มีความแตกต่างจากอีสานแบบเก่า เกิดการต่อรองและนิยามความเป็นอีสานสูงขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม การเปลี่ยนภาพลักษณ์อีสานจากความเป็นบ้านนอกมาเป็นความทันสมัย พลังอีสานก่อตัวในรูปแบบของธุรกิจบันเทิงผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อภาพยนตร์ ละคร รายการโทรทัศน์ และในวงการเพลง รวมทั้งพื้นที่ของมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ได้รับการยอมรับในวงสังคมที่กว้างขึ้น และเป็นการเปลี่ยนแปลงภาพความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ ในยุควัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)

7.1.2 ผลการศึกษาการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) : การสื่อสารความหมายและ
อัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พ.ศ. 2558-2562

จากการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่
บนยูทูปในปี พ.ศ. 2558-2562 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ ติความถึงการเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์
อีสานใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจำนวนทั้งสิ้น 30 มิวสิกวิดีโอ
ตามองค์ประกอบต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างไว้ทั้ง 4 ด้าน ได้ผลการศึกษา ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อ
เพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection)
เฉพาะภาษาถิ่นอีสานบางวัฒนธรรมและเฉพาะบางสำเนียงอีสานเท่านั้นขึ้นมานำเสนอ และภาษา
อีสานถือเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญที่สื่อสารถึงความเป็นอีสานที่เข้มข้นที่สุด เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์
อีสานด้านภาษาด้วยการผสมผสานกระแส โลกาภิวัตน์เข้ากับความเป็นท้องถิ่นอีสาน
(Glocalization) กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานไม่ได้ปฏิเสธการนำภาษาอื่นหรือท้องถิ่น
อื่น ๆ เข้ามา เปิดพื้นที่อนุญาตให้ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเข้ามาผสม
ผสานในเนื้อเพลง โดยที่อีสานเองก็ไม่จำเป็นต้องละทิ้งอัตลักษณ์ภาษาอีสานแบบดั้งเดิมไป แต่กลับ
บังคับให้ภาษาอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในเพลง ถูกใช้ด้วยระบบสำเนียงแบบอีสาน มีกระบวนการปรับให้
เป็นท้องถิ่น (Localization) และทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ผสมผสาน (hybrid) ระหว่างความเป็น
อีสานกับความเป็นโลก ทำให้ภาพของสังคมอีสานดูเป็นสังคมที่ร่วมสมัย ถือเป็นกลวิธีที่สำคัญ
ที่ทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ฟังในวงกว้างได้ ภาษาอีสานกำลัง
สื่อสาร 2 ด้าน คือ ด้านหนึ่งสื่อสารกับคนในกลุ่มวัฒนธรรมอีสาน ที่บอกเล่าเรื่องราวชีวิต ความ
เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว และรากเหง้าของคนอีสานที่ต้องใช้ภาษาอีสานเป็นตัวแทนของคนร่วม
วัฒนธรรมเดียวกัน ภาษาถิ่นอีสานจึงเป็นกลวิธีหนึ่งที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้เพื่อเป็น
การสื่อสารเฉพาะกลุ่ม เชื่อมโยงประสบการณ์ร่วมของคนอีสาน ความรู้สึกนึกคิดกับคนใน
วัฒนธรรม ต้องพูดภาษาเดียวกันจึงจะเข้าใจกัน และอีกด้านหนึ่งเพื่อสื่อสารกับคนภายนอกทำให้
คนภูมิภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ถึงความเป็นอีสานที่มีอัตลักษณ์ด้านภาษาที่เฉพาะตัว

2. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภท
ของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection)
เครื่องดนตรีอีสาน และวัฒนธรรมดนตรีแค่บางประเภทเท่านั้นมานำเสนอ เป็นการสื่อสาร 2 ด้าน
กล่าวคือ ด้านหนึ่งรักษาความเป็นอัตลักษณ์ด้านดนตรีแบบดั้งเดิมไว้ แต่อีกด้านก็เปิดรับ

เพิ่มวัฒนธรรมดนตรีจากวัฒนธรรมอื่นเข้ามา เกิดเป็นอัตลักษณ์ดนตรีแบบลูกผสม (hybrid) ที่มีความลื่นไหล และยังส่งผลให้ยกระดับดนตรีให้มีความทันสมัย เข้าใจได้ง่าย ทำให้มีดีการฟังเพลงที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้หลากหลายยิ่งขึ้น ดนตรีอีสานไม่ใช่แค่ความบันเทิง แต่ยังถูกใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่มีดนตรีในชีวิต มีคตินิยมความคิดความเชื่อของคนอีสาน และยังเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ที่ยึดโยงจินตนาการร่วมของผู้คนในสังคมอีสานไว้ และดนตรีอีสานมุ่งเน้นที่นำเสนอถึงความสนุกสนานบันเทิง

3. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่รับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) เพียงเฉพาะบางส่วนของวัฒนธรรมอาหารอีสานดั้งเดิมขึ้นมาเสนอ ผู้การรับรู้ของผู้คนทั้งวงในและวงนอก มีการสื่อสาร 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งพยายามรักษาวิถีการหาอยู่หากินแบบอีสานดั้งเดิม แต่ก็การยอมรับ ปรับตัว การเพิ่มสิ่งใหม่เข้ามาประกอบด้วย เพราะเป้าหมายของการสื่อสารครั้งนี้มุ่งไปที่คนวงนอกให้ยอมรับในวัฒนธรรมอีสาน ทำให้เกิดอัตลักษณ์ด้านอาหารอีสานแบบลูกผสม (hybrid) มีความลื่นไหลไปตามบริบทของสังคม มีลักษณะเป็นพื้นที่เปิด (open to translation) และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลงได้ รวมทั้งเป็นการสื่อสารความหมายอัตลักษณ์อีสานด้านอาหารแบบใหม่ขึ้นด้วย เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนเพื่อการต่อสู้ต่อรอง ผู้การยอมรับในวัฒนธรรมด้านอาหารอีสานจากส่วนกลาง และอาหารอีสานไม่ได้ทำเพียงหน้าที่ในการสะท้อนภาพวิถีชีวิตและการบริโภคของคนอีสานเพียงอย่างเดียว แต่อาหารอีสานยังเป็นเครื่องบ่งชี้เป็นอัตลักษณ์ (identity marker) เฉพาะตัวที่แตกต่างจากคนในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ และที่สำคัญอาหารอีสานยังเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ความอบอุ่นของคนในครอบครัว ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่การแบ่งปันอาหารระหว่างกันของคนอีสานอีกด้วย รวมทั้งการเชื่อมโยงเพื่อสร้างจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่น

4. การสร้างอัตลักษณ์อีสานด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษา พบว่า ภายใต้อาณาเขตของความหลากหลายของประเพณีอีสานกลับมีเพียงบางประเพณีเท่านั้นที่ถูกนำเสนอผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเท่านั้น มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีกระบวนการคัดสรร (selection) โดยคัดสรรเฉพาะประเพณีหลวง (Great Tradition) หรือวัฒนธรรมใหญ่ของวัฒนธรรมอีสานขึ้นมาเสนอ และเป็นประเพณีที่ตอกย้ำเรื่องความคิด ความเชื่อ และระเบียบแบบแผนของคนอีสาน โดยประเพณีอีสานไม่ได้เป็นเพียงรากเหง้าของคนอีสานเท่านั้น

แต่ประเพณีอีสานเป็นสายสัมพันธ์ที่เชื่อมจินตนาการร่วมของคนอีสานพลัดถิ่นไว้ด้วย เป็นประเพณีอีสานที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว และมีการยกระดับประเพณีสังคมของคนอีสานให้มีความยิ่งใหญ่ เพื่อแสดงถึงความมั่งคั่งและความสมเกียรติสมานของผู้คนในสังคมอีสาน

7.1.3 แบบแผนการถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานของผู้รับสารที่อยู่ในวัฒนธรรมอีสาน

จากการสัมภาษณ์ผู้รับสาร อันหมายถึง ผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปี พ.ศ.2558-2562 ทั้งกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มคนอีสานเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) จำนวนทั้งสิ้น 16 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (focus group interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อศึกษาการรับรู้ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านั้นอย่างไรบ้าง เป็นการหาคำตอบข้อตกลงร่วม (common agreement) ของความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ โดยยึดหลักแบบแผนการถอดรหัส (decoding) 3 รูปแบบ กล่าวคือ

1. การยอมรับ (Preferred reading) หมายถึง การถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา
2. การต่อรอง (Negotiated reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรองความหมายการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่มิได้คัดค้านโดยตรง
3. การปฏิเสธ (Oppositional reading) หมายถึง การถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ปฏิเสธการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานความหมายต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา

ผู้รับสารจะถอดรหัสโดยอาศัยจากประสบการณ์จริงของตนในฐานะ “ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” รวมถึงประสบการณ์ผ่านสื่อมาใช้ในการถอดรหัสครั้งนี้ แล้วมาวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ทั้ง 4 ด้าน ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านภาษา หมายถึง ภาษาถิ่นอีสาน สำเนียงอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า ด้านภาษาถิ่นอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า การนำภาษาถิ่นอีสานแบบไทย-ลาวมาใช้ นั่น เพราะเปรียบเป็นเสมือนกับภาษาอีสานกลางที่สามารถสื่อสารกับคนอีสานในวงกว้างได้ สามารถสร้างการรับรู้ได้เข้าใจตรงกัน มากกว่าการใช้ภาษาอีสานโคราช ภาษาอีสานภูไทย ภาษาอีสานเขมร หรือภาษา

อีสานที่ใช้กันเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ ที่ค่อนข้างจะมีความเฉพาะกลุ่มเกินไป จนอาจทำให้ผู้รับสารเข้าถึงได้ยาก เพราะตัวแปรด้านความนิยมของผู้ฟัง และเหตุผลด้านกลไกทางการตลาด ที่มีจุดมุ่งหมายการสื่อสารไปในคนฟังเพลงวงกว้างทั้งคนอีสานในทุกจังหวัด และคนฟังเพลงในภาคอื่น ๆ ให้สามารถเข้าใจในภาษาอีสานร่วมกันได้ด้วยนั่นเอง ส่วนในประเด็นเรื่องการเพิ่มภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศมาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น พบว่าผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า การผสมผสานภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศมาใช้ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น ถือเป็น การปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย และยังทำให้อีสานมีความร่วมสมัย แปลกใหม่ และสร้างสรรค์ และทำให้การเข้าถึงเพลงหรือมิวสิกวิดีโอเพลงอีสานได้กว้างขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสาร Generation X บางส่วน ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) โดยมองว่า การนำภาษาอื่นเข้ามาผสมผสานนั้น อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย หากแต่จะต้องมีการผสมผสานในจำนวนที่เหมาะสมอยู่ที่ระหว่าง 10-20 % เพราะหากมีนำผสมผสานที่มากเกินไปอาจทำให้สูญเสียอ่อนช้อยของภาษาอีสาน หรืออาจทำให้เกิดความไม่ลื่นหู และหากมีภาษาอื่นมากเกินไปก็ไม่ได้สื่อสารถึงความเป็นเพลงอีสาน

ในขณะที่ด้านสำเนียงอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น จำเป็นต้องใช้สำเนียงอีสานแบบกลาง ๆ เปรียบเป็นสำเนียงอีสานที่เป็นสากล ที่ทำให้คนให้ภูมิภาคอื่นสามารถเข้าใจในภาษา และสำเนียงอีสานได้ง่ายขึ้น ที่ไม่ได้เป็นสำเนียงเฉพาะถิ่นจนเกินไป เพื่อที่จะเข้าใจและรับรู้ได้ร่วมกันได้ และภูมิหลังของนักร้องแต่ละคนก็อาจส่งผลต่อการนำเสนอในเรื่องภาษาหรือสำเนียงที่สื่อสารออกมาได้เช่นกัน และการปรับสำเนียงภาษาอื่นที่เพิ่มเข้ามาให้เป็นสำเนียงแบบอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า การปรับสำเนียงภาษาอื่น ๆ ที่เพิ่มเข้ามาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานให้เป็นสำเนียงแบบอีสานนั้น สอดคล้องกับสำเนียงที่ใช้พูดสื่อสารในชีวิตประจำวันของคนอีสาน เป็นรูปแบบของการต่อรองความหมาย ผ่านกระบวนการปรับให้เป็นท้องถิ่น (Localization) และทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ที่ผสมผสาน (hybrid) ระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นโลก ที่ทำให้ภาพของสังคมอีสานดูเป็นสังคมที่ร่วมสมัย ยกกระดับสู่ความเป็นสากล อีกทั้งยังพบอีกว่า การพูดภาษาอื่นด้วยสำเนียงอีสานนั้น ไม่ได้ดูผิดปกตินำเงินอายุแต่อย่างใด แต่การพูดภาษาอื่นด้วยสำเนียงอีสาน กลับสื่อสารให้เห็นถึงความน่ารักของการใช้ภาษาตามแบบฉบับของคนอีสานอีกด้วย

2. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านดนตรี หมายถึง กลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน การเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า ด้านกลุ่มวัฒนธรรมดนตรีอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า การคัดสรรวัฒนธรรมดนตรีอีสานเหนือ คือ “วัฒนธรรมหมอลำ-หมอแคน” มานำเสนอเป็นส่วนใหญ่นั้น เป็นเพราะ “หมอลำ” ถือเป็นดั่งรากเหง้าของคนอีสาน ที่นำเสนอถึงความสนุกสนานของคนอีสาน ที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตประจำวัน ทั้งขับกล่อมในชีวิตประจำวันส่วนตัว และในงานบุญต่าง ๆ “หมอลำ” ถือเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม หรือเป็นต้นฉบับ (Original) ของความเป็นอีสาน ที่มีการพัฒนาเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่สื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตและรากเหง้าของคนอีสานที่ชัดเจนที่สุด และบรรจุความคิดความเชื่อของคนอีสานเอาไว้ด้วย และหมอลำถือเป็นภาพตัวแทน (representation) ที่โดดเด่นที่สร้างการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมดนตรีของคนอีสานให้กับคนภาคอื่น ๆ ได้รับรู้ และแสดงถึงความสนุกสนานของคนอีสาน และในปัจจุบันภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเองก็มักจะนำเสนอให้เห็นถึงการคัดแปลง และเปลี่ยนแปลงของรูปแบบหมอลำ ที่เปลี่ยนไปเป็นหมอลำประยุกต์ ผสมผสานกับดนตรีในวัฒนธรรมอื่น ๆ หรือผนวกกับแนวเพลงสมัยใหม่ แต่ภาพเหล่านี้ก็ยังนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่า ความสนุกสนานในวิถีชีวิตของคนอีสาน ที่วันนี้เปลี่ยนโฉมหน้าทำให้ผู้คนในสังคมเข้าถึงและสามารถรับชมได้ทุกเพศทุกวัยมากยิ่งขึ้น

ส่วนด้านประเภทของเครื่องดนตรีอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่าเครื่องดนตรีอีสาน เช่น พิณ แคน โห่ดโปงกลาง เป็นเครื่องดนตรีที่นำเสนอความเป็นอีสานได้ชัดเจนที่สุด และถือเป็นเสน่ห์ของเครื่องดนตรีอีสานที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยุ่จักทั้งคนอีสานและคนในภูมิภาคอื่น ๆ และถือเป็นเครื่องดนตรีที่เป็นตัวแทนของคนอีสานที่ชัดเจนที่สุด ที่สามารถสื่อสารกันได้ทั้งคนอีสาน และผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ และในเรื่องการของพื้มเครื่องดนตรีจากวัฒนธรรมอื่น รวมทั้งนำท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่น ๆ มาผสมผสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม มีการถอดรหัสที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้รับสาร Generation X ส่วนใหญ่ และกลุ่มผู้รับสาร Generation Y ทั้งหมดถอดรหัสด้วยในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า การนำเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงของวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามานั้น นำเสนอให้เห็นถึงผสมผสานดนตรีอีสานกับดนตรีสากล หรือการนำแนวเพลงป๊อป แร็ปเข้ามาใช้ ทำให้มิวสิกวิดีโอมีความร่วมสมัยมากขึ้น เปรียบเสมือนเป็นการยกระดับของดนตรีอีสานสู่สากลที่มีความลงตัวกับการผสมพิณ แคน ไปกับดนตรีสากล ทำให้ดนตรีอีสานมีความสนุกสนานและมีความไพเราะมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามก็มีกลุ่มผู้รับสาร

Generation X บางส่วนถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) โดยมองว่า ถึงแม้ว่าการผสมผสานเครื่องดนตรี หรือแนวเพลงอื่น ๆ เข้ามาในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้นจะทำให้คูมีความร่วมสมัย ซึ่งอาจจะเป็นข้อดีสำหรับคนฟังเพลงคนชมในภาคอื่น ๆ แต่สำหรับคนฟังที่เป็นคนอีสานแบบดั้งเดิม มองว่า เพลงเหล่านี้อาจจะมีความไพเราะที่ลดน้อยลง ไม่เหมือนกันกับเพลงลูกทุ่งอีสานในอดีต แต่ก็สามารถอยู่ในระดับที่รับได้กับการผสมผสานเครื่องดนตรีอื่น ๆ เข้ามาแต่ไม่ใช่การแทนที่ และขอให้ยึดเครื่องดนตรีแบบอีสานไว้เป็นตัวหลักด้วยเช่นกัน

ในขณะที่ด้านการเล่นเครื่องดนตรีอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า คนตรีอีสานนั้นถูกใช้ประโยชน์ทั้งในส่วนของงานบุญต่าง ๆ ของคนอีสาน และเล่นเพื่อความบันเทิงในชีวิตประจำวันที่มีการสั่งสมจากบรรพบุรุษ แสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์และสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีของคนอีสานได้เป็นอย่างดี เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ที่คนภาคอื่น ๆ สามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นวัฒนธรรมของภาคอีสาน และเห็นอัตลักษณ์ความเป็นอีสานได้มากยิ่งขึ้น และเมื่อคนอีสานเองได้เห็นภาพเหล่านี้ก็ทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ การคิดถึงบ้าน คิดถึงถิ่นฐาน คิดถึงถิ่นอายวัฒนธรรมดนตรีอีสานอีกด้วย และในประเด็นเรื่อง การเล่นดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรทดแห่ดนตรี ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า การเล่นดนตรีอีสานที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นแบบรทดแห่ดนตรีนั้นกลุ่มตัวอย่างยอมรับกับรูปแบบในการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และทำให้มีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสอดคล้องกับความนิยมของผู้คนในสังคมปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มบางส่วนก็ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อรอง (Negotiated reading) โดยมองว่า ยอมรับกับการพัฒนาของวัฒนธรรมรทดแห่ที่มีการพัฒนาและร่วมสมัยใหม่ และทำให้เพลงอีสานมีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น แต่ต่อรองความหมายกับการนำเสนอด้านการแต่งตัวของนักร้อง และท่าทางการเต้นที่นำเสนอผ่านมิวสิกวิดีโอ ถึงแม้จะทำให้เพลงสนุกสนานมากขึ้น แต่ควรระมัดระวังในการนำเสนอ หากแต่งกายด้วยชุดที่โป๊เกินงามหรือท่าทางการเต้นที่รุนแรงไป ก็ทำให้เกิดการล่อตาล่อใจจนอาจสร้างทัศนคติที่ไม่ดีแก่คนฟังได้ รวมถึงการสร้างค่านิยมด้านการแต่งตัวและท่าเต้นผ่านพื้นที่มิวสิกวิดีโอไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเยาวชนที่ยังอาจไม่มีการรู้เท่าทันสื่อได้

3. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านอาหาร หมายถึง ชนิดของอาหารอีสาน กรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน วิธีการรับประทานอาหารอีสาน สถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า ด้านชนิดของอาหารอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า ชนิดของอาหารอีสาน ส่วนใหญ่ในมิวสิก

วิถีโอนั้น จะคัดเลือกเฉพาะชนิดอาหารที่เป็นเมนูหลักของภาคอีสาน เช่น ข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาสำ ที่เป็นคั้งอตัลคณณ์ด้านอาหารของอีสานที่ชัดเจนของคนอีสาน รวมทั้งเป็นชนิดอาหารที่รู้จักของ ผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย และผู้คนในภูมิภาคอื่น ๆ มีประสบการณ์ร่วมในการรับประทานชนิด อาหารอีสาน หรือเคยเห็นเมนูอาหารอีสานเหล่านี้มาแล้วผ่านสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับ กับการคัดสรรเฉพาะชนิดของอาหารแ่บางประเภทขึ้นมาเสนอผ่านพื้นที่ของมิวสิควิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสาน ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ที่สามารถยอมรับร่วมกัน เพราะ ผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ การนำเสนอชนิดอาหารอีสานครั้งนี้ส่วนใหญ่ก็คัดเลือกชนิดของ อาหารอีสานที่เป็นคั้งอตัลคณณ์ด้านอาหารของคนอีสานมาเสนอ และเป็นการสื่อสารที่มุ่งสร้าง ความเข้าใจรวมทั้งคนอีสานในฐานะคนในวัฒนธรรม และสื่อสารไปยังกลุ่มคนฟังเพลงภาคอื่น ๆ ให้เข้าใจร่วมกันได้ไม่ยากนัก

เช่นเดียวกันกับด้านกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่ง อีสานมีกระบวนการคัดเลือกกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสานที่เป็น กรรมวิธีการปรุงหลัก ๆ ของภาค อีสาน เช่น ลาบ ก้อย ซอยจู้ จี่ ที่ทุกคนสามารถเห็นแล้วเข้าใจได้ว่าเป็นวิธีการปรุงของภาคอีสาน เป็นเสมือนวิธีการปรุงอาหารอีสานสากล และเป็นกรรมวิธีการปรุงที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่ผู้คนรู้จัก กันในวงกว้าง และด้วยปัจจัยที่อาหารอีสานตอนนี้มีกระจายอยู่ทั่วทุกภาค คนฟังเพลงก็จะสามารถ เข้าใจโดยไม่ต้องทำความเข้าใจอะไรใหม่ ส่วนใหญ่มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจะคัดเลือกเฉพาะ วิธีการปรุงอาหารอีสานที่ไม่ได้มีขั้นตอนในการปรุง หรือเครื่องปรุงเยอะ ที่คนภาคกลาง หรือคน ภาคอื่น ๆ เคยรับประทาน หรือสามารถทำตามได้ด้วย ภาพของกรรมวิธีการปรุงอาหารอีสาน เหล่านั้นที่ถูกคัดสรรมาเสนอเพียงไม่กี่อย่างนั้น นำเสนอให้เห็นถึงอตัลคณณ์เฉพาะตัวของการ ปรุงอาหารของคนอีสาน ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ที่ยอมรับร่วมกันได้ และยังเป็น สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของคนอีสานที่เรียบง่าย เป็นรากเหง้าของคนอีสานที่เป็นคนที่ สบาย ๆ ผ่านกระบวนการปรุงที่ง่าย ๆ และเป็นกระบวนการคัดสรรเพื่อมุ่งสร้างความเข้าใจ รวมทั้ง คนอีสานในฐานะคนในวัฒนธรรม และสื่อสารไปยังกลุ่มคนฟังเพลงภาคอื่น ๆ ให้เข้าใจร่วมกันได้

รวมทั้งด้านวิธีการรับประทานอาหารอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า ภาพวิธีการรับประทานอาหาร อีสานแบบดั้งเดิมนั้น คือ การเปิบอาหารด้วยมือ นั้นเป็นคั้งวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคน อีสานที่มีการสืบทอดกันมา ส่วนภาพของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการวิธีการรับประทานอาหาร อีสานด้วยการใช้ช้อนส้อม การใช้มีด กลุ่มตัวอย่างมองว่า คนอีสานก็สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ การรับประทานไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานที่ โอกาส และความเหมาะสมของการรับประทานอาหาร

ด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ดีภาพของวิธีการเปิบอาหารด้วยมือนั้น ยังเป็นสัญลักษณ์ถึงวิถีดั้งเดิมของชาวอีสานที่ไม่ได้รู้สึกเงินอายแต่อย่างใด โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับภาพเหล่านั้น ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) และเป็นการสื่อสารความหมายสองด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวอีสานในเรื่องวิธีการรับประทานอาหารอีสานที่เปรียบเสมือนรากเหง้าของคนอีสานสามารถสื่อสารให้เกิดความรู้สึกร่วมกันในการรักษาความเป็นเรา หรือชนบดดั้งเดิมของคนอีสานที่ไม่ได้รู้สึกเงินอาย หรือค้อยค่า และอีกด้านหนึ่งเพื่อสื่อสารให้เห็นการปรับตัว ของคนอีสานที่ก็เปิดรับและปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับประทานอาหารได้ด้วยเช่นกัน

และด้านสถานที่การรับประทานอาหารอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า คนอีสานกระจายไปอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย รวมถึงต่างประเทศ และการย้ายถิ่นฐานของคนอีสานก็ได้หอบหิ้วอาหารอีสานไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันอาหารอีสานเหล่านี้ก็ถูกสังคมยอมรับ สังเกตได้จากจำนวนร้านอาหารอีสานที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งร้านอาหารบนห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร หรือร้านอาหารต่าง ๆ ความเป็นจริงเหล่านี้เองส่งผลต่อสถานที่ในการรับประทานอาหารของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน ที่ทำให้มีภาพสถานที่ในการรับประทานอาหารอีสานที่หลากหลายด้วยเช่นกัน และภาพของการผสมผสานทั้งการสถานที่การรับประทานอาหารอีสานที่ข้างทุ่งนา และสถานที่รับประทานที่เป็นเมืองมากขึ้นนั้น เป็นการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย เมื่อเทคโนโลยีเข้าถึง คนอีสานก็พัฒนามากขึ้น และปรับตัวไปตามสังคมได้ด้วยเช่นกัน และภาพของการรับประทานอาหารอีสานแบบใต้ถุนบ้านหรือในท้องทุ่งนายังเป็นสิ่งที่ทำคนอีสานปลัดถิ่นหวนคิดถึงภาพวิถีชีวิตวันวานของตนเองที่เคยทำอีกด้วย เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับสถานที่ในการรับประทานอาหารของคนอีสานสองด้านคือ ด้านแรกภาพของการรับประทานที่ได้ถุนบ้าน หรือล้อมวงกันในครอบครัวของสังคมอีสาน ก็เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงวิถีของคนอีสานที่ล้อมวงรับประทานอาหารกันในครอบครัว เป็นวิถีชนบทของคนอีสานที่ทำต่อกันมา และไม่ได้เป็นภาพที่แปลก หรือน่าอายแต่อย่างใด และอีกด้านหนึ่งก็เป็นภาพของการถูกยอมรับจากสังคม เพราะทั้งคนอีสาน และร้านอาหารอีสานกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ทั้งบนห้างหรือภัตตาคารใหญ่ ฉะนั้นจึงเกิดเป็นภาพของสถานที่ในการรับประทานที่หลากหลายในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน

4. การถอดรหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ด้านประเพณี หมายถึง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ประเพณีสังคมของคนอีสาน ในเนื้อเพลงและที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ

ผลการศึกษาพบว่า ด้านประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสาน ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมอง ประเพณีส่วนบุคคลของคนอีสานที่ถูกนำเสนอ

ในมิวสิกวิดีโอ นั้น เป็นประเพณีที่สะท้อนตัวตนและภาพจริงของวิถีชีวิตคนอีสาน ทั้งความเชื่อเรื่อง การเรียกขวัญของคนอีสานที่ถูกปลุกฝัง ถ่ายทอด และปฏิบัติสืบทอดกันมา เป็นเรื่องของการสร้าง ขวัญกำลังใจที่คนอีสานยังได้ยึดปฏิบัติกันเป็นกิจวัตร และสามารถยังเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวให้กับ ลูกหลานชาวอีสานพลัดถิ่นได้อีกด้วย โดยผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับการคัดสรรแค่ประเพณี ขึ้นมานำเสนอ ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ เพราะผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ ประเพณีที่ถูกคัดสรรมาสามารถสื่อสารถึงประเพณีของคน อีสานได้ชัดเจนที่สุด เสมือนเป็นภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสาน ที่ทำให้คนอีสานเข้าใจ ร่วมกันได้ และยังทำให้คนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจและรับรู้ร่วมกันได้

เช่นเดียวกันกับด้านประเพณีสังคมของคนอีสาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า แม้ว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน นั้นจะคัดเลือกเฉพาะแค่บางประเพณีสังคมมา แต่ประเพณีเหล่านั้น เช่น ประเพณีบุญบั้งไฟ การแห่ เทียน บุญเผาศพ เป็นต้น เป็นประเพณีหลักของภาคอีสานที่สามารถยอมรับและสื่อสารร่วมกันได้ โดยมีวัฒนธรรมฮีตคองที่เป็นค้ำจุนและอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสานที่มีการสืบทอดและ ยังปฏิบัติกันมาจนถึงทุกวันนี้ รวมทั้งภาพประเพณีเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงจินตนาการร่วมกับ คนอีสานพลัดถิ่นอีกด้วย และเป็นตัวแทน (representation) ของคนอีสานที่ถือเป็นข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) ที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ เพราะผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังคือ ประเพณี สังคมที่ถูกคัดสรรมาสามารถสื่อสารถึงตัวตนของคนอีสานได้ชัดเจนที่สุด และการสื่อสารครั้งนี้ ยังมุ่งไปที่คนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ สามารถเข้าใจและรับรู้ร่วมกันได้ จึงต้องเลือกประเพณีทาง สังคมที่โดดเด่นและเป็นประเพณีทางสังคมที่เปิดโอกาสให้คนอื่นสามารถเข้ามาร่วมได้ และใน ส่วนในประเด็นเรื่องการยกระดับความยิ่งใหญ่ของประเพณีสังคมของคนอีสานในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งหมดมีการถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) โดยมองว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการนำเสนอให้เห็นถึงประเพณีสังคมของคนอีสานที่มี รูปแบบของความยิ่งใหญ่ขึ้น ซึ่งเป็นภาพที่สอดคล้องกับโลกความเป็นจริงของแต่ละจังหวัดในภาค อีสานที่สร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยว จึงทำให้มีภาพของประเพณีสังคมอีสานที่มีรูปแบบที่ สนุกสนาน และสร้างความน่าสนใจให้เกิดการติดตามเพิ่มมากขึ้น ซึ่งภาพเหล่านี้สื่อสารถึงความ เป็นประเพณีทางสังคมของคนอีสานที่มีความเชื่อ ความงดงาม และยังรักษาวัฒนธรรมหรือประเพณี ดั้งเดิมของคนอีสานไว้ได้ รวมทั้งอาจส่งผลดีต่อการประชาสัมพันธ์จังหวัดต่าง ๆ ในภาคอีสานให้ คนภายนอกได้รับรู้ เป็นกระบวนการสื่อสารสองด้าน กล่าวคือ ด้านหนึ่งเป็นการสื่อสารให้เห็นถึง รากเหง้าของคนอีสาน และเป็นการรักษาขนบประเพณีสังคมของคนอีสานไว้ที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อของคนอีสาน เป็นประเพณีที่สวยงาม และอีกด้านหนึ่งนำเสนอให้เห็นความยิ่งใหญ่ของ

ประเพณีอีสาน ที่ทำให้เห็นว่าคนอีสานมีวัฒนธรรม ประเพณีที่สวยงาม ไม่ได้เป็นคนต่ำต้อย และเป็น การรวมกันของคนอีสาน มันให้คนภายนอกเห็นถึงความยิ่งใหญ่ และไม่ได้ดูด้อยไปกว่าภาคอื่น ๆ หรือคนชนชั้นกลาง หรือคนในกรุงเทพฯ ภาพประเพณีทางสังคมเหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนอีสานที่มีประเพณีเป็นของตัวเอง ในฐานะเจ้าของร่วมทางวัฒนธรรม

7.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสื่อสารอัตลักษณ์อีสานใหม่” เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ในฐานะที่เป็นรายการโทรทัศน์และในฐานะที่เป็นเพลงสมัยนิยมที่บรรจุความหมายผ่านทั้งภาษาภาพและภาษาเสียง เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ผ่านตัวแปรทั้ง 3 ด้าน คือ ตัวแปรด้านบริบท (context) ที่แวดล้อมซึ่งอาจส่งผลต่อโฉมหน้าของกระบวนการสร้างความหมายผ่านตัวบท (text) ที่บรรจุความหมายที่หลากหลายอยู่ รวมทั้งตัวแปรด้านผู้รับสาร (audience) เพราะมิวสิกวิดีโอ เปิดโอกาสให้ผู้ฟังตีความได้เอง ตามประสบการณ์หรือภูมิหลังที่แตกต่างกัน อาจจะมีการรับรู้หรือถอดรหัสที่แตกต่างกันได้เช่นกัน เพราะฉะนั้นแสดงให้เห็นว่ามีปฏิสัมพันธ์ (interaction) ระหว่างบริบทแวดล้อม ตัวบท และการบริโภคของผู้รับสารนั้นที่ขึ้นอยู่กับความหมายทางวัฒนธรรมนั้น ๆ โดยผลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมประเด็นข้อค้นพบ แสดงการอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

7.2.1 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการก่อตัวของอัตลักษณ์อีสานใหม่

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลความเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงระลอกที่ 4 ภาพร่างอีสานใหม่ในยุคหลังสงครามเย็น ดังที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปแล้วนั้น กล่าวคือ ราวประมาณช่วงปี พ.ศ. 2523 เรื่อยมาจนถึงทศวรรษที่ 2010 หรือในปี พ.ศ. 2553 ภาคอีสานในยุคหลังสงครามเย็นก็หมุนเปลี่ยนภาพสังคมอีสาน ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงจากภาพเก่าเป็นอีสานแบบใหม่ ที่เสมือนเป็นช่วงที่มีการขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมของสังคมอีสานมากขึ้น และการนำเสนอ “ความเป็นอีสาน” ในพื้นที่ของสื่อมวลชนหลายประเภท ทั้งสื่อภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ และรวมทั้งในธุรกิจเพลงที่บรรจุความเป็นอีสานผ่านแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ทั้งแอปพลิเคชันฟังเพลงต่าง ๆ รวมทั้งพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ได้รับการยอมรับในวงสังคมที่กว้างขึ้น เป็นการนำเสนอความเป็นอีสานที่ใส่ความหมายอีสานแบบใหม่ที่มีความแตกต่างจากอีสานแบบเก่า เกิดการต่อรองและนิยามความเป็นอีสานสูงขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม การเปลี่ยนภาพลักษณ์อีสานจากความเป็นบ้านนอกมาเป็นความทันสมัย พลังอีสานที่ก่อตัวและการสร้างอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ ในยุควัฒนธรรมประชานิยม

(Popular Culture) ที่งานวิจัยครั้งนี้ขยายความสนใจเกี่ยวกับพลังอีสานในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 ซึ่งเป็นยุคอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) อันหมายถึง ยุคที่นำวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรม เพื่อแปรสภาพวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ผ่านกระบวนการผลิตที่แต่เดิมวัฒนธรรมอีสานถูกใช้เพื่อผ่อนคลายความเชื่อหรือความบันเทิง แต่เมื่อเข้าสู่ระบบทุนนิยม จึงเป็นหลักคิดบนพื้นฐานของธุรกิจที่มุ่งสู่กำไร

เช่นเดียวกับการศึกษาครั้งนี้ในการศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน แต่เดิมแผ่นดินอีสานที่มีความร่ำรวยด้านวัฒนธรรมและถูกสื่อสารกันในพื้นที่ของสังคมของคนเท่านั้น แต่วันนี้วัฒนธรรมอีสานกลับกลายเป็นสินค้าที่ผูกติดวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานและถูกนำไปเสนอผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ในรูปแบบของธุรกิจ ดังเช่นที่ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2542 อ้างถึงใน เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล, 2544) อธิบายว่า อย่างไรก็ตาม แม้ “วัฒนธรรม” จะถูกแปรสภาพเป็น “สินค้า” แต่ภาษาความคิด และวิถีชีวิตก็ยังคงอยู่ในสินค้านั้น แม้จะถูกวัดคุณค่าด้วยรายได้ แต่ขณะเดียวกันวัฒนธรรมนั้นก็ถ่ายทอดไปสู่ผู้คนจำนวนมากด้วยเทคโนโลยีการผลิต เช่น เพลงลูกทุ่งอีสานที่ผลิตจากค่ายเพลงขนาดใหญ่ ก็ทำให้คนรู้จักภาคอีสานผ่านบทเพลงเหล่านั้น แต่สิ่งที่ติดมากับการคำนึงถึงผลกำไรขาดทุนมากกว่าการสร้างงานศิลปะ คือการที่ค่ายเพลงขนาดใหญ่ มีรูปแบบที่ชัดเจน เป็นแบบแผน ว่าทำเพลงแบบใดจึงจะได้รับความนิยม สิ่งนี้จึงกลายเป็นปัจจัยควบคุม “ภาพ” ของอีสานที่สื่อออกมาในบทเพลง ทั้งบุคลิกภาพของนักร้อง และเนื้อหาในเพลง ก็ถูกควบคุมทั้งหมด เมื่อมีรูปแบบชัดเจนว่า เพลงแบบไหน และนักร้องแบบไหนที่ “ขายได้” จนเกิดเป็นการผลิตเพลงในมาตรฐานอย่างเดียวกันหมด ซึ่งมักนิยมใช้การลอกเลียนแบบ ทั้งนี้เพื่อรักษามาตรฐานของผลงานและเป็นไปตามกระแสของโลก

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อการก่อร่างสร้างความหมายและอัตลักษณ์แบบใหม่ให้สังคมอีสานนั้นมีอยู่ 2 ประการใหญ่ด้วยกัน คือ

1. ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป

จากเดิมพื้นที่ของสื่อมวลชนที่มักจำกัดอยู่เพียงสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ แต่เมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้ามาของสื่อออนไลน์ และการขยายตัวของแพลตฟอร์มสื่อต่าง ๆ ที่เอื้อประโยชน์ให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่าย รวดเร็ว และเลือกชมหรือรับสื่ออื่น ๆ เพียงแค่ปลายนิ้วกด ทำให้วัฒนธรรมอีสานที่ถูกหีบยกขึ้นมาสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งจากช่องทางออนไลน์ในแอปพลิเคชันฟังเพลงต่าง ๆ หรือพื้นที่ของยูทูป ที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ฟังเพลงให้สามารถเลือกสรร และกำหนดช่องทางการฟังเพลงได้ด้วยตัวเองได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งพื้นที่ยูทูปจึงเป็นพื้นที่การนำเสนอความเป็นอีสานที่ไม่ได้ถูกจำกัดวงแค่งคนอีสาน แต่ขยายขอบเขตคงฟังเพลงไปยังคนในภูมิภาคอื่น ๆ รวมทั้งผู้คนในต่างประเทศได้อีกด้วย ซึ่งในยุคดิจิทัล

และการเติบโตของสื่อจอภาพนี้เอง ก็ยังทำให้มิวสิกวิดีโอเป็นส่วนสำคัญของความนิยมของเพลง ลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน ยูทูปจึงเป็นช่องทางหลักในการนำเสนอเนื้อหาประเภทภาพและเสียง ที่ค่ายเพลงต่าง ๆ เองก็ใช้พื้นที่นี้ในการนำเสนอผลงานเพลงของศิลปินที่วัดยอดความสำเร็จจากยอดวิวบนยูทูป ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปก็ยิ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Digital Disruption) ของการนำเสนอเพลงลูกทุ่งอีสานในพื้นที่ยูทูปที่ไม่ได้ถูกจำกัดแค่คนฟังเพลงที่เป็นคนอีสานเท่านั้น หากแต่ยูทูปนั้นเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีทั้งภาพและเสียงที่ขยายขอบเขตการฟังเพลงของคนฟังเพลงที่มากขึ้นทั้งคนอีสาน คนไทยในภูมิภาคอื่น ๆ รวมทั้งผู้คนในต่างประเทศก็สามารถเข้ามารับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้แค่ปลายนิ้วกดค้นหา ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นด้วยเช่นกัน รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น หรือการรวมกลุ่มทางสังคมผ่านการคอมเมนต์ความรู้สึกเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอเพลงนั้น ๆ หรือการส่งต่อ (แชร์) มิวสิกวิดีโอเพลงนั้น ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อความนิยมของเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่ยิ่งส่งผลต่อการผลิตซ้ำและการสื่อสารความเป็นอีสานออกไปในวงกว้างอีกด้วย เพราะฉะนั้นภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปนี้เองจึงส่งผลในหลายอุตสาหกรรม รวมทั้งวงการเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่ยิ่งกระแสโลกและเทคโนโลยีปรับตัวมากเท่าไร เพลงลูกทุ่งอีสานเองก็ปรับโฉมหน้าเพื่อจะช่วงชิงความนิยมจากคนฟังที่หลากหลาย และยอดวิวเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจด้วยนั่นเอง สอดคล้องกับการศึกษาของปานิส โพธิ์ศรีวังชัย (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง“อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่” เพื่อศึกษาการเคลื่อนไหวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง ผลการศึกษาพบว่า การเคลื่อนไหวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง ว่ามีองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ กล่าวคือ 1. การเปลี่ยนรูปแบบดนตรีและการร้อง ทำให้เข้าถึงผู้คนง่ายขึ้น คนเสพเพลงง่ายขึ้น 2. การย้ายถิ่นฐาน ทำให้เพลงติดตัวคนไปในหลายพื้นที่ และ 3. สื่อดิจิทัล ช่องทางการสื่อสารที่แพร่หลาย และใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มใหม่

อีกหนึ่งตัวแปรที่สำคัญที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตและได้ศึกษาข้อมูลจากผลสำรวจของบริษัทผู้ให้ข้อมูลด้านการตลาด TNS Global Market Research ในปี พ.ศ. 2560 (ปณชัย อารีเพิ่มพร, 2561) ระบุว่า ตลอดปี 2560 คนใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพฯ และปริมณฑลกว่าร้อยละ 93 เข้าชมแพลตฟอร์มยูทูป ส่วนอีกร้อยละ 92 ของใช้อินเทอร์เน็ตต่างจังหวัดก็เข้าชมยูทูปเช่นกัน ที่น่าสนใจคือ จุดประสงค์ของการใช้งานส่วนใหญ่เป็นการฟังเพลงและการรับชมคอนเทนต์ย้อนหลัง ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ มีชั่วโมงเฉลี่ยการใช้งาน 2.9 ชั่วโมงต่อวัน ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้ใช้งานประมาณ 75% เข้ายูทูปทุกวัน แบ่งตามกลุ่มอายุได้ดังนี้ 85% เป็นกลุ่มผู้ใช้งานช่วงอายุ 16-24 ปี 79% เป็นกลุ่มผู้ใช้งานช่วงอายุ 25-34 ปี และ 67% เป็นกลุ่มผู้ใช้งานช่วงอายุมากกว่า 35 ปี

โดยผู้ใช้งานประมาณ 62% เข้ายูทูปวันละหลาย ๆ ครั้ง และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากยูทูป พบว่า 70% ให้เหตุผลว่าต้องการฟังเพลง ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ 77% และ 62% เป็นผู้ใช้งานที่อยู่ในวัย 16-34 ปี และ 35 ปีขึ้นไป 51% บอกว่าเข้ามาดูทีวีย้อนหลัง ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ 59% เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัย 25-34 ปี 33% ต้องการเข้ามาหาความรู้ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ 40% เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัย 16-24 ปี 24% เข้ามาหาข้อมูลเพิ่มเติมของสินค้าและบริการที่ตนสนใจ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ 30% และ 24% เป็นผู้ใช้งานที่อยู่ในวัย 25-34 ปี และ 35 ปีขึ้นไป

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ยูทูป เป็นช่องทางสำหรับการเข้าไปใช้ประโยชน์ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการฟังเพลงเป็นอันดับสูงสุด และค่ายเพลงเองก็ใช้ช่องทางยูทูปนี้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ผลงานเพลง ข่าวสารของค่ายเพลงหรือศิลปินผ่านยูทูป ในรูปแบบของวิดีโอประกอบเพลง ซึ่งหากพิจารณากลุ่มผู้ใช้งานจะพบว่า กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน เป็นกลุ่มคนที่เข้าไปมีบทบาทอยู่เป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน ถือเป็นพลเมืองโลกใหม่ (New Global Citizen) ที่มีพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเสพสื่อแบบใหม่ ที่มักเปิดรับข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และหนึ่งในนั้นคือ พื้นที่ของยูทูป ที่วัยรุ่นและวัยทำงานเข้าไปเสพสื่ออยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ที่มีมากขึ้นในปัจจุบันนี้ ก็มีผลมาจากการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่นั้น มาจากพฤติกรรมของคนฟังเพลงที่เปลี่ยนแปลงไป และอีกมุมหนึ่งอาจจะเป็นคนสร้างสรรค์เพลง ทั้งนักเขียนเพลง นักร้อง นักดนตรีที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นมากขึ้น จึงส่งผลต่อการนำเสนอและการเผยแพร่มีวีสติกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่แต่ละค่ายเพลงก็จะต้องสร้างสรรค์นำเสนอ ทั้งภาษา รูปแบบดนตรี ทั้งภาพและเสียงที่ร่วมสมัย เพราะการสื่อสารครั้งนี้มุ่งไปยังกลุ่มคนฟังเพลงที่เป็นวัยรุ่นด้วยเช่นกัน เพียงเพื่อที่จะช่วงชิงความสำเร็จจากยอดวิวของเพลงให้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบันดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มใหม่นี้เองที่ส่งผลสำคัญอีกหนึ่งประการคือ “การเปลี่ยนอำนาจให้กับผู้ใช้สื่อ” ที่ผู้บริโภคสื่อสามารถสถาปนาตัวเองเป็นผู้ผลิตสื่อได้ด้วย หรือที่เรียกว่า “User Generated Content” จากเดิมที่เส้นทางการเป็นนักร้องในยุคเดิมนั้น ต้องผ่านกระบวนการหล่อหลอมจากค่ายเพลงใหญ่ ๆ ในตลาดเพลงเท่านั้น หากทว่าในยุคดิจิทัลนี้ ยูทูปกลับเป็นพื้นที่ที่เอื้อประโยชน์ต่อการสร้างเพลงได้เองจากผู้รับสารในพื้นที่ต่าง ๆ โดยไม่ต้องหวังพึ่งค่ายเพลงใหญ่ในกรุงเทพฯ เราจึงเห็นการเกิดขึ้นของค่ายเพลงน้องใหม่ต่าง ๆ ที่ผุดขึ้นในสังคมอีสาน และค่ายเพลงอีสานเหล่านั้นก็ได้นำเสนอเพลงอีสานในแบบฉบับของตนเอง เกิดเป็นพลังของอีสานในยุคของโซเชียลมีเดียกับพื้นที่ของสื่อเพลงลูกทุ่ง ในการ

ผลิตและมีกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ของคนอีสาน รวมทั้งยังเอื้อประโยชน์ให้ผู้รับสารสามารถนำเพลงดังไปร้องในแบบฉบับของตนเอง หรือที่เรียกว่า การ Cover ในพื้นที่ของยูทูปของตนเองที่สามารถอัปโหลดและส่งต่อกันได้อย่างง่ายดาย

เพราะฉะนั้นพลเมืองกลุ่มนี้เอง โดยเฉพาะกลุ่มคนอีสานรุ่นใหม่ จึงไม่ได้มีสถานะเป็นผู้บริโภค (consumer) เพียงอย่างเดียว หากแต่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ผลิต (producer) ทำหน้าที่ผลิตสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ที่ผสมผสาน (articulate) ทั้งความเป็นอีสานแบบดั้งเดิมและเสริมเติมความหมายแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสังคมโลก จึงเกิดเป็นความหมายและอัตลักษณ์ชุดใหม่ รวมทั้งพลเมืองกลุ่มนี้ยังมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้แพร่กระจาย (distributor) อีสานในชุดความหมายใหม่นี้ไปสู่ระดับมวลชนให้กับกลุ่มคนเจนเรชั่นต่อไปอีกด้วย

7.2.2 กลยุทธ์การสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

อัตลักษณ์ของคนเรา ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวเรามาแต่กำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากสังคมในภายหลัง และการจะนิยามตัวตนว่าเราเป็นใครได้นั้น จะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อเราเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสารกับบุคคลอื่น ด้วยเหตุนี้ ด้านหนึ่งของอัตลักษณ์จึงเป็นปฏิสัมพันธ์ที่เราารู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกันกับคนอื่น (self-ascription) และอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นเดียวกับเราด้วย (ascription by others) ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นตัวกำหนดขอบเขตว่า เราเป็นใคร เราเหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร มีใครเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกันกับเราบ้าง เราควรมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร และคนอื่น ๆ ควรจะสานสัมพันธ์กับเราอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560, น. 686)

การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้มุ่งประเด็นเพียงแค่การสร้างอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกบุคคล (individual identity) เท่านั้น หากแต่ว่า “ความเป็นอีสาน” เป็นระดับของอัตลักษณ์กลุ่มหรือร่วม (collective identity) ที่มีทั้งลักษณะและความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม ที่เป็นตัวกำหนดการสร้างอัตลักษณ์ที่มีความเฉพาะตัวที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ เป็นกระบวนการสร้างสำนึกร่วมกันของกลุ่มคนอีสาน และหากมองในแนวคิดเรื่อง “ชุมชนจินตกรรม” (imagined communities) ตามทัศนะของเบน แอนเดอร์สัน (Ben Anderson, 1991) ที่เสนอไว้ในหนังสือเรื่อง Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism ซึ่งนิยามว่า “ชาติเป็นชุมชนจินตกรรมที่เราไม่จำเป็นต้องรู้จักกันแต่กลับมีสิ่งยึดโยงเราไว้ร่วมกัน” ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างจิตสำนึก หรือชุดความคิดร่วมกันของผู้คนในสังคมหนึ่งยึดถือและปฏิบัติตาม เฉกเช่นเดียวกับการศึกษาครั้งนี้สังคมอีสานที่อยู่ท่ามกลางบริบทของรัฐไทยและสังคมโลก ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคม การเมือง และวัฒนธรรมที่ภาครัฐส่วนกลาง หรือทั้งกระแสความเป็นโลกได้สร้างขึ้น รวมทั้งในการสร้างชุมชนจินตกรรมครั้งนี้ เป็นมิติของบทบาทของเทคโนโลยี

การสื่อสารของสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บนพื้นที่ของยูทูปที่บรรจุความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ไว้ก็ได้สร้างให้เกิดจิตสำนึกร่วมของคนอีสาน ภายในชุมชนภายใต้จินตนาการร่วมกันของ “ความเป็นอีสาน” ที่ด้านหนึ่งก็ยังคงรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนอีสานไว้และอีกด้านหนึ่งก็เป็นการเปิดรับ ปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อต่อสู้ พื้นที่อัตลักษณ์วัฒนธรรมอีสาน โดยจะเห็นได้ว่า ชาวอีสานมิได้ยอมจำนนกับชุมชนจินตกรรมตามที่รัฐส่วนกลางกำหนดมา หากแต่ชาวอีสานเองที่กำลังสร้างชุมชนในจินตนาการ (imagining communities) ของตนเองร่วมกัน เพื่อรักษาความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของกลุ่มตนเองไว้ และเพื่อสืบทอดให้กับสมาชิกในกลุ่มรุ่นต่อไปไว้เพื่อยึดโยงจินตนาการร่วมกันของคนอีสานรักษาตัวตน และสร้างไว้ซึ่ง “อัตลักษณ์อีสาน” ไว้อย่างเข้มข้น และอีกด้านหนึ่งก็สร้างจินตกรรมความเป็นอีสานเพื่อสื่อสารกับกลุ่มคนอื่นด้วยเช่นกัน

โดยการที่เราจะมีอัตลักษณ์นั้น ก็มีกระบวนการประกอบสร้างขึ้นมาได้ด้วยเช่นกัน ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สัมพันธ์วิถีชีวิตของสมาชิกในกลุ่มที่ร่วมสังกัด ทั้งภาษาที่พูด อาหารที่กิน ดนตรีที่เล่น ประเพณีที่ร่วมกันปฏิบัติ หรือระบบความเชื่อในสังคมที่ล้วนยึดโยงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มนั้น ๆ ไว้ได้ เพื่อแสดงความหมายที่เป็นข้อตกลงร่วมกัน ในความรู้สึกร่วมกันเป็นพวกเดียวกัน สอดคล้องกันกับที่สิริชญา คอนกรีต (2556) อธิบายไว้ว่า กระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์ (process of identity construction) จึงเป็นความพยายามของผู้คนในสังคมที่ต้องการจะแสวงหาพื้นที่ทางสังคมและการแสดงออกทางวัฒนธรรม เพื่อเรียกร้องสิทธิในการดำรงอยู่อย่างแตกต่างและอย่างมีความเสมอภาคกับกลุ่มคนอื่น ปัจจุบันการศึกษาอัตลักษณ์จึงเปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยมองว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งตายตัว ไม่แปรเปลี่ยน เป็นสิ่งที่ดำเนินไปอย่างมั่นคงควบคู่ไปกับการดำรงชีวิตมาสู่แนวคิดที่อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับบริบทเวลาและสถานที่ เป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนไปตามสภาพการณ์รอบข้างและแง่มุมที่หลากหลาย เช่น ชนชั้น ฐานะทางสังคม เพศ สถานะ เพศสรีระ อายุ และอุดมการณ์ทางการเมือง

เช่นเดียวกับ “อัตลักษณ์อีสานใหม่” ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานในการศึกษาคั้งนี้ ที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่โลกสัญลักษณ์ (symbolic world) ที่สร้างเรื่องราวเนื้อหาขึ้นมาผ่านภาษาภาพและภาษาเสียงเพื่อสร้างความบันเทิงเพียงเท่านั้น หากแต่พื้นที่เหล่านี้ก็กำลังจำลองและประกอบสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ หรือความเป็นจริงบางชุดขึ้นมา ซึ่งความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ก็ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่ภาพเหล่านั้นก็มีกระบวนการประกอบสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อสื่อสารและเรียกร้องความเป็นธรรม และเป็นการแสวงหาพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนอีสานไว้อย่างเข้มข้นด้วยเช่นกัน โดยผู้วิจัยค้นพบ กลยุทธ์การสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 7.2 แผนภาพแสดงกลยุทธ์ในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

1. กลยุทธ์การคัดสรร (selection)

ผลการวิจัยจากการศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่ผ่านมา พบว่า อีสานในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นถือได้ว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมหนึ่งที่มีความหลากหลาย (variety) ทั้งในแง่ของวัฒนธรรมภาษา กลุ่มวัฒนธรรมชาติพันธุ์ สำเนียง วัฒนธรรมดนตรี ความหลากหลายของชนิดหรือเมนูอาหาร รวมทั้งวิธีการประกอบอาหาร หรือแม้กระทั่งประเพณีของคนอีสาน หากแต่เมื่อพินิจผลการวิจัยในพื้นที่ของตัวบท (text) ผ่านภาษาภาพและภาษาเสียงในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจากองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน กลับพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่นำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีกระบวนการคัดสรร (selection) เพียงเฉพาะบางลักษณะของวัฒนธรรมของอีสานขึ้นมานำเสนอเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น การคัดเลือกเฉพาะภาษาถิ่นอีสานในตระกูล ไทย-ลาว ขึ้นมานำเสนอ การคัดสรรวัฒนธรรมดนตรีอีสานเหนือ คือ วัฒนธรรม หมอลำ-หมอแคน รวมทั้งการคัดสรรชนิดอาหารอีสาน หรือแม้กระทั่งประเพณีสังคมของคนอีสานที่ถูกคัดสรรเพียงแค่บางอย่าง ขึ้นมานำเสนอ ทั้งที่ในโลกของความเป็นจริงอีสานมีความหลากหลายมากกว่านี้ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารครั้งนี้ เพราะด้วยลักษณะหรือธรรมชาติของมิวสิกวิดีโอที่มีเวลาในการสื่อสารจำกัด จึงจำเป็นต้องคัดสรรบางวัฒนธรรมของคนอีสานขึ้นมา และมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้มักจะคัดสรร (selection) เฉพาะประเพณีหลวง (Great Tradition) ของอีสานขึ้นมาเสนอเพื่อบันทึกไว้ สอดคล้องกันกับแนวคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Williams, 1981 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560 น. 662) ที่ได้กล่าวถึง “ประเพณีในการเลือกสรร” (selective tradition) ว่าจะทำหน้าที่คัดเลือกเฉพาะวัฒนธรรมบางอย่าง เพื่อสื่อสารออกไป เป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ (recorded culture) ซึ่งวิลเลียมส์เรียกว่า “วัฒนธรรมแห่งยุคสมัย” (culture of the period) ซึ่งผู้คนในทุกสังคมจะมีกระบวนการจัดระบบและจัดลำดับความสำคัญของวัฒนธรรมทั้งหลายไว้ และเนื่องจากในทุกวันและในชีวิตประจำวันของคนเรามีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่อยู่ตลอดเวลา (หรือเป็น วัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่) แต่ประเพณีในการเลือกสรรจะทำหน้าที่คัดเลือกให้เฉพาะวัฒนธรรมบางอย่างเท่านั้นที่ถูกผลิตให้มีชีวิตยืนยาวต่อไป (หรือกลายเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้) และที่สำคัญประเพณีในการเลือกสรรนี้มักมีผลประโยชน์บางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลังเสมอ เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้นผลประโยชน์ทางสุนทรียะ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจการเมือง เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่องอาหารอีสานครั้งนี้ ที่มีการคัดสรรให้เหลือเฉพาะบางวัฒนธรรมของคนอีสานที่เป็นที่นิยม (Popular) รู้จักกันในวงกว้าง หรือสามารถรับรู้และเข้าใจได้ไม่ยาก เหตุผลเพราะผลประโยชน์เบื้องหลังหรือจุดมุ่งหมายของการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ ไม่ได้สื่อสารเฉพาะคนในวัฒนธรรม (Insider View) เท่านั้น แต่มุ่งเน้นการสื่อสารกับคนกลุ่มนอกวัฒนธรรม (Outsider View) ที่ไม่ใช่คนอีสานด้วยนั่นเอง

2. กลยุทธ์การใช้ภาพแบบ metonymy

กลยุทธ์ที่สำคัญอีกหนึ่งประการของเข้รหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้คือ “กลยุทธ์การใช้ภาพแบบ metonymy” เป็นกระบวนการนามนัย (metonymy) กล่าวคือ เป็นการกล่าวถึงสิ่งหนึ่ง เพื่ออ้างอิงไปยังอีกสิ่งหนึ่ง ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันและอยู่ในมโนทัศน์เดียวกัน ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้สัญวิทยา (semiology) เพื่อกำหนดสร้างความหมายให้กับกลุ่มคนฟังเพลง โดยมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้เลือกใช้สัญยะแบบนามนัย (metonymy) ดังที่ Ungerer และ Schmid (2006) (อ้างถึงในยิ่งยศ กันจินะ, 2559) ได้เสนอไว้ว่า เป็นระบบมโนทัศน์และมีกระบวนการเชื่อมโยงความหมายเช่นเดียวกับอุปลักษณ์ (metaphor) แต่จะแตกต่างกันตรงที่นามนัยเป็นการเชื่อมโยงความหมายในแวดวงความหมายเดียวกัน ส่วนอุปลักษณ์เป็นการเชื่อมโยงความหมายต่างแวดวงความหมายกัน ประเภทของการเชื่อมโยงความหมายเชิงนามนัยที่จะพบได้ในชีวิตประจำวัน ยกตัวอย่าง เช่น การเชื่อมโยงความหมายแบบส่วนย่อย-ส่วนใหญ่ (part-whole) ส่วนใหญ่-ส่วนย่อย (whole-part) สถานที่แทนคน (place for person) วัสดุแทนสิ่งของ (material for object) ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้โดยถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอาส่วนเล็กๆ ง่ายๆ ส่วนหนึ่งของสัญยะ (Part) ของวัฒนธรรมอีสาน มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) เพื่ออธิบายวัฒนธรรม หรืออัตลักษณ์ของคนอีสานที่ผู้คนโดยทั่วไปสามารถรับรู้ เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนเช่น การใช้ข้าวเหนียว ปลายี่งอ ส้มตำ เป็นเพียงระบบสัญยะส่วนย่อย มาอธิบายความหมายแทนตัวตนของคนอีสาน เป็นชนิดอาหารที่เมื่อคนฟังเพลงได้เห็น ก็สามารถรับรู้ความหมายส่วนรวมได้ทันทีว่า ทั้งหมดว่านี้ คือ “อาหารของคนอีสาน” ที่มีความเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร หรือการใช้ “แคน” ที่เป็นส่วนเล็กๆหนึ่งของเครื่องดนตรีอีสานที่มีความหลากหลาย (variety) หากแต่ว่าเมื่อนำมาใช้ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานก็สามารถสื่อสารถึงความ เป็นอีสานได้ทั้งหมด แสดงความหมายถึงเครื่องดนตรีที่มีความเฉพาะตัว และเป็นภาพตัวแทน (representation) ของคนอีสาน ที่คนฟังเพลงทั้งคนในส่วนรวม และคนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ ก็สามารถรับรู้และเข้าใจร่วมกันได้อย่างรวดเร็ว

3. กลยุทธ์การลดทอน (reductionism)

ด้วยธรรมชาติของสื่อมิวสิกวิดีโอ มีเวลาที่จำกัด และถูกสื่อสารผ่านทั้งภาษาภาพและภาษาเสียง กลยุทธ์ที่สำคัญอีกหนึ่งประการที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้เพื่อเข้รหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ เพื่อสร้างความเข้าใจในเวลาอันรวดเร็ว นั้นคือ “กลยุทธ์การลดทอน” (reductionism) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ การนำเสนอเกี่ยวกับขั้นตอน หรือประเพณีต่าง ๆ ของคนอีสาน ถึงแม้ว่าจากการทบทวนข้อมูล พบว่า ในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ประเพณี

อีสานมีขนบและวิถีปฏิบัติที่สืบทอดกันมา และมีกระบวนการหรือขั้นตอนในการปฏิบัติซับซ้อน หากแต่เมื่อประเพณีที่ถูกคัดสรรให้นำเสนอในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอ นั้น สังเกตได้ว่า มิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานนำเสนอประเพณีของคนอีสานเหล่านั้นผ่านกระบวนการลดทอน ออกสู่สาธารณะ เป็นการนำเสนอที่ไม่ซับซ้อน และทำให้ดูเข้าใจง่ายขึ้น โดยส่วนใหญ่นำเสนอผ่านเนื้อเพลง และผ่านภาษาภาพที่อาจไม่ได้ระบุว่ามิใช่ประเพณี หรือมีขั้นตอน หรือมีรายละเอียดอย่างไร หรือวัตรปฏิบัติเกี่ยวกับประเพณีเหล่านั้นเป็นอย่างไร แต่การนำเสนอเหล่านี้ก็เพียงพอที่จะอธิบายถึงวิถีชีวิต หรือการใช้เป็นตัวแทนการประพฤติปฏิบัติตัวของผู้คนในสังคมอีสานที่มีความเชื่อและถูกสั่งสม ถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ที่คนฟังเพลงสามารถรับรู้และเข้าใจได้ไม่ยาก ซึ่งเหตุผลเบื้องหลังที่จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การลดทอน เป็นเพราะด้วยธรรมชาติหรือลักษณะมิวสิกวิดีโอ นั้นมีเวลาในการนำเสนอที่สั้นกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อภาพยนตร์ หรือหนังสือ ที่สามารถบันทึกเรื่องราวหรือการอธิบายขั้นตอนต่าง ๆ ให้ครอบคลุมได้มากกว่า เพราะฉะนั้นการสื่อสารในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสาน จึงเป็นกระบวนการแปลงร่างจากจินตนาการของอัตลักษณ์อีสานที่เป็นนามธรรมมาเป็นภาพที่ชัดเจน (visualize) ผ่านทั้งภาษาภาพและภาษาเสียง ที่จำเป็นต้องลดทอนขั้นตอนหรือความซับซ้อนในการนำเสนอลง เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ฟังหรือผู้ชมได้ในเวลาที่กระชับรวดเร็ว

4. กลยุทธ์การสร้างควมหวือหวาแปลกตา (exoticism)

สิ่งที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยค้นพบในการศึกษาคั้งนี้ และถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่มิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้เพื่อเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่นั้นก็คือ “กลยุทธ์การสร้างควมหวือหวาแปลกตา” (exoticism) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ ภาพของการแต่งกายของนักร้องที่ถูกนำเสนอ มีลักษณะที่ปรากฏการแต่งกายด้วยชุดที่หลากหลาย ทั้งการแต่งกายแบบแฟชั่นปัจจุบัน การแต่งกายแบบโมเดิร์น การแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่น และการแต่งกายแบบผสมผสาน นำเสนอให้เห็นการแต่งตัวของนักร้องแบบผสมผสานและนำเสนออัตลักษณ์อีสานแบบร่วมสมัย เสมือนเป็นดั่งพื้นที่เปิด (open text) ที่รับเอาวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ยกตัวอย่างเช่น มิวสิกวิดีโอเพลงทศเวลาบาดเจ็บ ของศิลปินบอย พนมไพร ที่ถึงแม้ว่านักร้องจะแต่งตัวด้วยชุดสูทแบบคนเมือง แต่ยังคงไว้ด้วยการใส่รองเท้าแตะเดินในทุ่งนา สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้เพลงจะสร้างให้นักร้องมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แต่อีกด้านก็ยังคงไว้ ซึ่งวิถีชีวิตท้องถิ่นของคนอีสานไว้ด้วยเช่นกัน เป็นการผสมผสานระหว่างความเป็นโลกสมัยนิยมและความเป็นชนบทไว้ด้วยกัน และภาพการนำเสนอเหล่านี้ทำให้อีสานดูแปลกใหม่ และถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเปลี่ยนความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ทำให้อีสานเกิดความหมายใหม่ด้วยภาพลักษณ์ที่แปลกตา (exoticize) ขึ้นด้วยเช่นกัน

5. กลยุทธ์การผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่น (Glocalization)

“โลก”และ “ท้องถิ่น” เป็นคำคู่ขนาน กระแสทางวิชาการบ้างก็มองโลกาภิวัตน์ในแง่ดี บางกระแสก็มองว่าโลกาภิวัตน์มีอิทธิพลต่อการครอบงำความคิดของโลกให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ทั้งหมด แต่มีกระแสที่โต้แย้งและต่อต้านโลกาภิวัตน์และได้หยิบยกเอาท้องถิ่นขึ้นมาเป็นตัวแทนของการต่อสู้ทางอุดมการณ์ จุดยืนในการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง “ความเป็นโลก” กับ “ความเป็นท้องถิ่น” (สมสุข หินวิมาน, 2548) ซึ่งหากเรามองอีสาน ตามแนวคิดเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม (Localism) ท้องถิ่นอีสานก็ถือว่าเป็นสังคมที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีการสั่งสมและถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และมีพัฒนาการที่ไม่ได้หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นท้องถิ่นที่มีพลวัตที่ลื่นไหล ปรับเปลี่ยนและสัมพันธ์กับกระแสความเป็นโลกอยู่ทุกเข็มนาฬิกา สอดคล้องกันกับที่ พัฒนากิติอาษา (2546, น. 3) ได้อธิบายไว้ว่า ท้องถิ่นไม่ใช่เป็นสังคมที่ถูกปิดตายจากโลกภายนอก ในทางตรงกันข้าม ท้องถิ่นต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับโลกมาโดยตลอด ชุมชนท้องถิ่นไทยจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกอย่างไม่อาจจะปฏิเสธได้ ท้องถิ่นนิยมจึงเป็นเรื่องของกระบวนการยื่นหยัดต่อสู้ บูรณะฟื้นฟู อัตลักษณ์และอิสรภาพของชุมชนท้องถิ่น เช่นเดียวกันกับผลการศึกษาคั้งนี้ที่เห็นได้ชัดเจนเลยว่า กลยุทธ์สำคัญอีกหนึ่งประการที่มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเลือกใช้ในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ ครั้งนี้คือ “กลยุทธ์การผสมผสานความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่น” (Glocalization) เป็นการมองท้องถิ่นอีสานในฐานะฐาน (local-based) ตามทัศนะการมองเรื่องท้องถิ่นของ จีรวุฒิ เสนาคำ (2547) กล่าวคือ การเข้ารหัสความหมายให้เห็นว่า สังคมอีสานนั้นไม่ได้เป็นลักษณะของโลกที่ปิดตายจากโลกภายนอก แต่เป็นสังคมที่มีลักษณะเปิด (open to translation) เป็นพื้นที่เปิด และปรับตัวได้กับความเปลี่ยนแปลง โดยที่สามารถเห็นได้ชัดเจนคือ มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้อนุญาตและรับเอาวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ยกตัวอย่างเช่น การเปิดรับวัฒนธรรมทางภาษาในสังคมอื่น ๆ ทั้งภาษาไทยมาตรฐาน คำศัพท์หรือภาษาต่างประเทศเข้ามา หรือในประเด็นเกี่ยวกับการเพิ่มเครื่องดนตรีจากวัฒนธรรมส่วนกลางเช่น กลอง กีตาร์ไฟฟ้า เบส เปียโน มารวมบรรเลงผสมผสานในมีวิถีวิถีโอ และมีการนำมีท่วงทำนองจากแนวเพลงอื่นเข้ามาทั้งการร้องแบบแร็ป การร้องเพลงแบบอาร์แอนด์บี มาผสมผสาน หรือในประเด็นวิธีการรับประทานอาหารของคนอีสาน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและเปิดรับการรับประทานอาหารแบบส่วนกลางได้ เป็นรูปแบบการรับประทานอาหารที่ทันสมัย (modern form) และมีลักษณะสุขอนามัย ทำให้สังคมอีสานถูกยกระดับ เพลงลูกทุ่งอีสานพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (modernization) เป็นการสื่อสารให้เห็นการผสมผสานกระแสโลกาภิวัตน์เข้ากับความเป็นท้องถิ่นอีสาน (Glocalization) เกิดเป็นอัตลักษณ์ลูกผสม (hybrid) ระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นโลก ทำให้ภาพของสังคม

อีสานดูเป็นสังคมที่ร่วมสมัยและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทำถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ฟังในวงกว้างได้ สอดคล้องกันกับที่ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย (2561) ได้ศึกษาในงานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่” โดยได้ผลการวิจัยที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงของเพลงอีสานยุคใหม่ที่มีการนำเอาคำร้องและวิธีการร้องแบบพื้นบ้านอีสานไปผสมผสานกับดนตรีสากลและแนวเพลงอื่นๆ เช่น ป๊อป ร็อก นับเป็นแนวปฏิบัติใหม่ทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ กล่าวคือ วัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานกับวัฒนธรรมโลกได้จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร และเมื่อมีการปรับเปลี่ยนแล้วก็สามารถส่งต่อวัฒนธรรมผสมผสานนี้สู่โลกได้ทันทีผ่านโครงข่ายที่เชื่อมโยงกันทั้งโลก วัฒนธรรมมีความหลากหลาย ไม่ได้มีลักษณะสำเร็จรูปแต่เพียงหนึ่งเดียว กระบวนการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ทำหน้าที่ในการสร้างวัฒนธรรมลูกผสม (Hybrid Cultures) อย่างต่อเนื่อง ความเป็นโลกที่ถูกสื่อสารข้ามชาติออกไปจะกลายมาเป็นวัตถุที่เข้ามาผนวกกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเสมอ และวัฒนธรรมท้องถิ่นก็ส่งผ่านไปสู่โลกได้เช่นกัน เพราะฉะนั้น ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่กำลังก่อร่างสร้างความเป็นหนึ่งเดียวของวัฒนธรรมต่างๆ ให้มีโฉมหน้าเหมือนกัน แต่อีกด้านหนึ่ง ท้องถิ่น (local) ก็อยู่ในกระบวนการต่อสู้ที่กำลังสร้างความแตกต่าง เกิดเป็นอัตลักษณ์ชุดใหม่ขึ้นมาแทนด้วยเช่นกัน

6. กลยุทธ์การปรับให้เป็นท้องถิ่น (Localization)

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) ที่มักถูกมองว่า กำลังทำให้วัฒนธรรมจะเป็นเนื้อเดียวกัน (Homogenization) เหมือนกันทั่วโลก หากแต่ว่าอีกด้านหนึ่งยังกระแสโลกาภิวัตน์พัฒนาขึ้นเท่าไรก็กลับเป็นตัวกระตุ้นการแสดงออกของ “ท้องถิ่น” ให้ออกมาโลดแล่นเฉิดฉายมากขึ้นเช่นเดียวกัน และเกิดเป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Heterogenization) สอดคล้องกันกับที่สจิวตฮอลล์ (Hal, 1980 อ้างถึงใน ธนิกกาญจน์ จินาพันธ์, 2552, น. 13) ที่มองว่า กระแสโลกาภิวัตน์มิได้นำมาซึ่งความเป็นหนึ่งเดียวของวัฒนธรรมโลกและภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่สร้างความเป็นหนึ่งเดียวของสังคมโลก แต่อีกด้านคือ กระแสสร้างความแตกต่าง ดังนั้นโลกาภิวัตน์จึงไม่ใช่การแทนที่ความเป็นท้องถิ่นด้วยความเป็นสากลหาก แต่คือการปะทะ ประสาน ระหว่างความเป็นท้องถิ่นกับสากล และสร้างความเป็นท้องถิ่นและสากลขึ้นมาใหม่โลกาภิวัตน์ คือกระบวนการพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอ และการพัฒนาที่ไม่สม่ำเสมอของโลกาภิวัตน์ส่งผลกระทบต่อผู้คนต่างสถานที่ในระดับที่แตกต่างกัน เฉกเช่นเดียวกับผลการศึกษารั้วนี้ที่พบว่า ด้านหนึ่งอีสานจะเป็นพื้นที่เปิด (open to translation) หมายถึง การอนุญาตและรับเอาวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา หากแต่ว่าอีกอีกด้านหนึ่งนั้น ซึ่งถือเป็นอีกกลยุทธ์ที่สำคัญที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้เพื่อสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ นั่นคือ “กลยุทธ์การปรับให้เป็นท้องถิ่น”

(localization) ดังจะเห็นได้ชัด จากการนำเสนอเรื่องสำเนียง หรือคำศัพท์ที่หยิบยืมมาจากภาษาอื่น ๆ คำเหล่านั้นเมื่ออยู่ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กลับถูกควบคุมด้วยการออกสำเนียงแบบท้องถิ่นอีสาน ทำให้เห็นได้เลยว่า ถึงแม้ว่าอีสานจะยอมเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมส่วนกลาง แต่อีกด้านหนึ่งก็ยังไม่ละทิ้งลักษณะเฉพาะหรือตัวตนของคนอีสาน เพื่อรักษาความชอบธรรม และอีสานยังคงธำรงรักษา ขนบ ธรรมเนียม และอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมของคนอีสานไว้อย่างเหนียวแน่นเช่นเดียวกัน พื้นที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ถือเป็นพื้นที่ของคนอีสาน ก็กำลังจำลองความหมายและสื่อสารไปยังผู้คนในสังคมส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่แค่คนอีสานด้วย จึงต้องจำเป็นรับเอาขนบแบบวัฒนธรรมโลกเข้ามาเพื่อผสมผสาน เพื่อสร้างความน่าสนใจให้คนฟังเพลงเพื่อเปิดทางให้เข้าร่วมรับชมความสวยงามของวัฒนธรรมอีสาน โดยไม่ต้องละทิ้งความเป็นตัวตนได้อย่างแยกขาด ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงการแสดงอำนาจ (empower) ของท้องถิ่นอีสานที่ถึงแม้จะน้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงตามบริบทสังคมโลกที่เปลี่ยนไป แต่ก็ยังต่อสู้ ต่อรอง กับระบบสังคมใหญ่ ด้วยการดำรงไว้ซึ่งความเป็นตัวตนของคนอีสานด้วยการปรับวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เข้ามาให้อยู่ภายใต้ขนบแบบอีสานด้วยนั่นเอง

7. กลยุทธ์การสร้างจินตนาการร่วมผ่านเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสาน (identity marker)

จากผลการศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน กลยุทธ์ที่สำคัญอีกหนึ่งประการที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนำมาใช้เพื่อเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่นั้นก็คือ “กลยุทธ์การสร้างจินตนาการร่วมผ่านเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสาน” (identity marker) กล่าวคือ องค์ประกอบทั้งด้านภาษาอีสาน ดนตรีอีสาน อาหารอีสาน ประเพณีอีสาน สิ่งเหล่านี้สามารถทำให้เห็นถึงการใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างนิยามความหมายและเปรียบเป็นระบบรหัสที่ระบุความเป็นสมาชิกกลุ่มเดียวกันที่มิวสิกวิดีโอเลือกมาใช้สื่อสารผ่านทั้งคำร้องและภาพที่ปรากฏเพื่อใช้สื่อถึงตัวตนและอัตลักษณ์ร่วมกันของคนอีสาน ซึ่งจะเห็นได้ว่าในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ศึกษานั้นใช้ทั้งภาษาถิ่น เครื่องดนตรีประจำถิ่น อาหารของคนอีสาน และประเพณีของคนอีสาน ที่เป็นดังเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสาน ที่มีลักษณะเฉพาะตัว มีความโดดเด่น และแตกต่างจากวัฒนธรรมหรือคนกลุ่มอื่น เพื่อสร้างความเป็นเรา แยกจากคนอื่นนั่นเอง โดยที่สมาชิกจะสามารถรับรู้หรือเกิดจินตนาการร่วมผ่านเครื่องบ่งชี้เหล่านี้เมื่อคราวที่ได้เห็น สอดคล้องกับผลการวิจัยของสิริขญา คอนกรีต (2556) ที่พบว่า เพลงลูกทุ่งอีสานใช้เครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ (identity marker) ได้แก่ อาหารดนตรี ประเพณี เทศกาล และอาชีพเพื่อนำเสนอความเป็นอีสานซึ่งแตกต่างจากคนพลัดถิ่นกลุ่มอื่นที่เข้ามาทำงานในเมืองหลวง โดยที่ขณะเดียวกันเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์เหล่านี้ก็ได้ทำหน้าที่ต่อรองและตอบโต้มายาคติที่คนนอกมีต่อคน

อีสานโดยสื่อสารผ่านกลวิธีการเล่าเรื่องและศิลปะทางภาษาจากเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ทั้งหมดที่ถูกนำเสนอในเพลงลูกทุ่งจะเห็นว่า ทั้งอาหารคนตรีและประเพณีเป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเมื่อใดที่เนื้อเพลงกล่าวถึงความกตัญญูในเรื่องของการงานและรายได้มักจะปรากฏว่าอาหารคนตรีและประเพณีเข้ามาช่วยปลดปล่อยหรือระบายความกตัญญูดังกล่าวนั้นด้วย

7.2.3 อีสานใหม่กับผลประโยชน์เบื้องหลังในการยอมรับของคนร่วมวัฒนธรรม

จากการศึกษาการถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร (audience analysis) อันหมายถึงผู้รับชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ผ่านยูทูปในปีพ.ศ.2558-2562 ทั้งกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในฐานะ “ผู้รับสารในวัฒนธรรมอีสาน” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่ถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา อันหมายความว่า กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับความหมายและอัตลักษณ์อีสานชุดใหม่ และถือเป็นข้อตกลงร่วม (common agreement) ของความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่สามารถยอมรับได้ เพราะฉะนั้น อายุ และช่วงวัยอาจไม่ได้เป็นตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อการรับรู้หรือการถอดรหัสความหมายของกลุ่มตัวอย่างผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกล่าวคือ จากการวิจัยที่คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายทั้งในส่วนของภูมิภาค และประสบการณ์ความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสาน ที่มีระดับความเข้มข้นในการถอดรหัสและตีความของกลุ่มผู้รับสารที่สอดคล้องกัน ซึ่งหากวิเคราะห์ไปถึงเหตุผลเบื้องหลังสำหรับการยอมรับกับอัตลักษณ์ชุดนี้ ผู้วิจัยพบว่าเหตุผลที่ทำให้เกิดการยอมรับนั้นเป็นเพราะถึงแม้ว่า กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย จะมีความแตกต่างเรื่องช่วงอายุ แต่ทั้ง 2 เจเนอเรชันก็มีประสบการณ์ในยุคที่มีการพัฒนาและสามารถเข้าถึงสื่อ โดยเฉพาะการเข้าถึงสื่อเพลงมิวสิกวิดีโอผ่านพื้นที่ของยูทูปใกล้เคียงกัน ทำให้เส้นแบ่งโลกทัศน์ในการมองโลกไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ เมธิตา เปี่ยมสุธานนท์ (2557) ในเรื่องพฤติกรรมกรฟังเพลงผ่านยูทูปของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชันวาย พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรฟังเพลงผ่านยูทูป สามารถอธิบายได้ว่าถึงแม้กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์จะมีอายุมากกว่ากลุ่มเจนเนอเรชันวาย และมีช่วงวัยในการเติบโตที่แตกต่างกัน แต่ก็เติบโตในยุคที่ใกล้เคียงกัน และเริ่มมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเช่นเดียวกัน ซึ่ง Google และ Nielsen ได้มีการบัญญัติกลุ่มเจนเนอเรชันใหม่ ชื่อว่า กลุ่มเจนเนอเรชันซี (Generation C หรือ Connected Generation) เป็นคำใหม่ที่ใช้สำหรับเรียกกลุ่มคนยุคใหม่ที่ไม่ได้แบ่งตามอายุเหมือนเจนเนอเรชันอื่น ๆ แต่เป็นการจัดกลุ่มตามพฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น คนกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation) และกลุ่ม

เจนเนอเรชันเอ็กซ์บางคนจึงถูกจัดเป็นกลุ่มกลุ่มเจน-ซีได้ ซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง โดยให้ความสนใจเทคโนโลยีมาก แต่กลุ่มเจนเนอเรชันวายจะไม่ถูกจัดเป็นกลุ่มเจน-ซี เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เติบโตยุคเทคโนโลยีการสื่อสาร และมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำอยู่แล้ว แตกต่างจากกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ และกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ที่ในอดีตนั้นมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต และสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์น้อยมาก แต่เมื่อเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี พฤติกรรมของคนกลุ่มนี้จึงเปลี่ยนไป และมีการเรียนรู้และปรับตัวให้เท่าทันเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการทำงานและการติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน สอดคล้องกันกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารุ่นนี้ที่ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การฟังเพลงผ่านสื่อใหม่อย่างยูทูปอยู่เป็นประจำ จึงเป็นกลุ่มคนที่สามารถปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยีการสื่อสารได้ และส่งผลทำให้การรับรู้หรือการถอดรหัสความหมายของกลุ่มตัวอย่างที่ไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกันกับที่กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) ได้กล่าวไว้ว่า “เพราะว่าที่เองก็อยู่ในกึ่งของช่วงอายุด้วย เราก็ไม่ใช่คนหัวโบราณที่มันสุดไปเลย และก็ไม่ใช่คนทันสมัยเลย มันอยู่กึ่ง ๆ ในวัยเกือบ 50 ปีอะ ” เพราะฉะนั้น จึงทำให้เกิดการยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงและการให้ความหมายและสร้างอัตลักษณ์ชุดใหม่นี้ เนื่องด้วย แต่อย่างไรก็ดีประสบการณ์ภูมิหลัง หรือความเข้มข้นหรือความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสาน ก็จะส่งผลต่อการตีความออกมาได้อย่างชัดเจนอีกด้วย กล่าวคือ กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) ก็จะมีประสบการณ์ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิมมากกว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) และมีอำนาจในการต่อรองกับการเข้ารหัสของผู้ผลิตที่สูงกว่า

แต่อย่างไรก็ดี แม้ว่าผลการศึกษากการถอดรหัสผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชัน และกลุ่มคนอีสานเจนเนอเรชันวาย ส่วนใหญ่จะถอดรหัสในเชิงยอมรับ (Preferred reading) กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา ผู้วิจัยยังตั้งข้อสังเกตว่า แต่ถ้าหากเป็นกลุ่มคนอีสานที่อยู่ในเจนเนอเรชันที่มีอายุมากกว่านี้ เช่น กลุ่มคนเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer Generation) อาจมีลักษณะของการถอดรหัสแบบต่อรองที่มากขึ้น เพราะกลุ่มคนเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์เป็นช่วงวัยที่เติบโตและมีประสบการณ์ร่วมกับวัฒนธรรมอีสานอย่างใกล้ชิดมากกว่า 2 เจเนอเรชันที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มอย่างในการศึกษารุ่นนี้ นอกจากนี้คำถามที่ต้องถามต่อไปคือ แล้วระดับการยอมรับครั้งนี้ถูกยอมรับได้ในระดับใด ซึ่งหากวิเคราะห์จากผลการสัมภาษณ์ด้านดนตรีอีสานของกลุ่มตัวอย่างบางรายจะเห็นได้ว่า การยอมรับครั้งนี้เป็นการยอมรับในระดับของการผสมผสาน (articulate) ของวัฒนธรรมอีสานกับวัฒนธรรมอื่นในตำแหน่งแห่งที่ที่เหมาะสมเพื่อปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยนั้นสามารถยอมรับได้ แต่ไม่ใช่การแทนที่ (replacement) วัฒนธรรมอีสาน ดังจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของพิมพ์ ตอนหนึ่งว่า

“ถ้าเกิดรวมวงที่เป็นดนตรีสากลมากขึ้น ที่ก็รับได้ ดูทันสมัยขึ้น แต่ความกลมกลืนเช่นก็ดาร์ พิน แคนมันไปด้วยกันได้ มันก็มีวัฒนธรรมที่ผสมผสาน เช่น โทวดเขาก็เอาแซกโซโฟนมาผสมมันก็ไปด้วยกันได้ มันก็ไม่ได้เสียหายแต่ถ้าใน MV ถ้าเกิดมันเผยแพร่ว่าเอาแซกโซโฟนมาเป่าแทนแคน ที่ก็รับไม่ได้ ในการสื่อสารภาพถ้าเอามาแทนไม่ได้ แต่ถ้าเกิดเอามาผสมกันได้ ในมุมมองของพี่ถ้าเกิดฟังเสียงพิณเสียงแคนอย่างเดียว มันก็ไม่ใช่ว่าเขาจะขายได้ เพราะว่าคนฟังมันก็ไม่ใช่ว่าจะกลุ่มพี่ มันมีกลุ่มเด็ก ๆ กลุ่มเยาวชน มีหลากหลายกลุ่มที่เป็นเพื่อนที่ต่างประเทศ”

พิมพ์, สัมภาษณ์เมื่อ 16 มิ.ค. 2564

อีกหนึ่งประการคือ การที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ยอมรับกับความหมายและอัตลักษณ์ชุดใหม่นั้น เป็นเพราะการสื่อสารครั้งนี้ไม่ได้สื่อสารเฉพาะคนในวัฒนธรรม (Insider View) เพียงอย่างเดียว หากแต่กำลังสื่อสารไปยังกลุ่มคนนอกวัฒนธรรม (Outsider View) ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ จะมีทัศนคติการมองออกเป็น 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านแรก คือ การตอบคำถามว่า “นั่นคือใคร” อันหมายถึงการนิยามตัวตนและกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่เพื่อสื่อสารเพื่อเป็นพวกเดียวกัน แต่อีกด้านคือ มาด้วยชุดคำถามที่ว่า “นั่นเป็นใครในสายตาผู้อื่น” อันหมายถึงการสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มเราไปยังผู้อื่น เพราะฉะนั้นรูปแบบในการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์จึงมีระดับที่แตกต่างกันด้วย ดังการถอดรหัสของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ เป็นเพราะการสื่อสารครั้งนี้มุ่งสื่อสารไปยังคนวงนอกวัฒนธรรมหรือคนฟังเพลงในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการคิดสรร หรือลดทอนความเป็นอีสานแบบดั้งเดิมและเปิดรับวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา เพื่อสร้างความเข้าใจและคนฟังเพลงสามารถเข้าถึงวัฒนธรรมอีสานได้มากขึ้นด้วยนั่นเอง แต่ถ้าหากการสื่อสารครั้งนี้จะสื่อสารเฉพาะสมาชิกในกลุ่มคนอีสานด้วยกันเองแล้วนั้น อาจจะต้องมีการสื่อสารให้เห็นถึงวัฒนธรรมอีสานที่หลากหลายมากกว่านี้ ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของแคว้ว ที่ได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นเรื่องการยอมรับกับการนำเสนอชนิดของอาหารในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตอนหนึ่งว่า

“...ข้าวเหนียวส้มตำ มันถูกสื่อสารมาเรื่อย ๆ จนทำให้มันเป็นการบริโภคนิยมไปแล้ว ก็เลยกลายเป็นอัตลักษณ์ของอีสานไปแล้วว่าพูดถึงข้าวเหนียวส้มตำ ใก้ย่าง ก็อีสานแล้ว และนอกนั้นก็จะมีลาบ น้ำตก ก้อย แต่มันไม่ได้กินได้ทุกคน แต่ถ้าพูดกับคนอีสานก็พูดถึงอาหารหลาย ๆ อย่างได้เลย เช่นเหมือนที่พี่สื่อสารผ่านเฟซบุ๊กไป อาหารอีสานก็จะไม่ค่อยซ้ำกัน ก็จะ

มีคนพูดคิดถึงบ้านว่าทำไมมันยังมีอาหารแบบนี้อยู่ พี่แกล้วเอามาจากไหน เขามีไหมมีแต่ว่า
แค่เขาไม่ได้หยิบยกขึ้นมาทำ”

แกล้ว, สัมภาษณ์เมื่อ 12 มี.ค. 2564

จะเห็นได้ว่า พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ตามทัศนะของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (O’connor 2006, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2560 , น. 663) ในฐานะพื้นที่ การผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม (cultural production and reproduction) ที่ได้อธิบายว่า พื้นที่ของสื่อได้สร้างโครงสร้างแห่งความรู้สึก (structure of feeling) ซึ่งถูกพิจารณาว่า เป็นหนึ่งใน หัวใจหลักในงานความคิดของวิลเลียมส์ที่พยายามทำความเข้าใจวัฒนธรรมในฐานะประสบการณ์ ร่วมของผู้คน (shared experience) เนื่องจากวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับคนและชีวิตของผู้คนที่ สอดแทรกอยู่ในนั้น เพราะฉะนั้นในแต่ละกลุ่มสังคมผู้คนต่างก็จะถักทออารมณ์ ความคิด วิถีชีวิต แบบแผนค่านิยม ความรู้สึกร่วมกันบางอย่างที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มเฉพาะตัว และกลายเป็น วัฒนธรรมแห่งยุคสมัย (culture of the period) ของพวกเขาเหล่านั้นเอง เช่นเดียวกันกับการศึกษาครั้งนี้ที่ การสื่อสารผ่านตัวบท (text) ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่ได้สร้างโครงสร้างแห่งความรู้สึก ของความเป็นกลุ่มสังคมเดียวกันของคนอีสานด้วยเช่นกัน รวมทั้งจากกระบวนการคัดสรร (selection) เพียงเฉพาะบางวัฒนธรรมแล้วทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม เกิดการยอมรับที่ถือเป็น ข้อตกลงร่วมกัน (common agreement) กับความหมายในวัฒนธรรมชุดนี้นั้น ก็ยิ่งทำให้เห็นว่า มี เหตุผลเบื้องหลังที่ทำให้เกิดการยอมรับในครั้งนี้ เพราะมีผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลัง โดยผู้วิจัย สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้



ภาพที่ 7.3 แผนภาพแสดงผลประโยชน์เบื้องหลังในการยอมรับกับการสร้างความหมายและอัตลักษณ์ อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

1. อีสานใหม่กับการตอกย้ำและสืบทอด

ผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังประการแรกที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา คือ อีสานเป็นท้องถิ่นที่มีประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาที่ถูกสั่งสม และถ่ายทอดมาตั้งแต่อดีต ซึ่งปัจจุบันคนอีสานได้กระจายตัวไปในพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทยรวมทั้งต่างประเทศ ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนอีสานก็มีการปรับตัวไปตามความเปลี่ยนแปลงของระบบสังคม หากแต่ว่า พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ได้นำเสนอให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน ทำให้เกิดเป็นการตอกย้ำภาพตัวตน เพื่อรักษาระบบคุณค่า (value) แบบดั้งเดิมของคนอีสานไว้ให้กับคนอีสานรุ่นเก่าให้หวงรำลึก รวมทั้งการฉายภาพให้คนอีสานรุ่นใหม่ภาคภูมิใจในตัวตนของคนอีสานแบบดั้งเดิมที่ไม่ได้ด้อยค่าแต่อย่างใด แต่ยังคงรักษาความเป็นตัวตน ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสานไว้อย่างเข้มข้น ซึ่งในหลาย ๆ มิวสิกวิดีโอก็สื่อสารให้เห็นการสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ (collective identity) ที่ถูกสั่งสมและยึดปฏิบัติมา ทั้งในเรื่องของความคิดความเชื่อ วัฒนธรรมด้านภาษา คนตรีอาหาร และประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เหล่านี้ยังเป็นการสื่อสารและตอกย้ำให้เห็นถึงวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนอีสาน และถือเป็นการนำเสนอให้เห็นความงดงามของวัฒนธรรมอีสานให้กับผู้คนในสังคมได้รับรู้ร่วมกัน ที่วันนี้เองผู้คนในสังคมก็ยอมรับกับวัฒนธรรมอีสาน

2. อีสานใหม่กับการยกระดับอีสาน

อีกหนึ่งผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา โดยกลุ่มผู้รับสารส่วนใหญ่มองว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนในการนำเสนอความหมายของคนอีสานกับการนำเสนอทั้งประเด็นเรื่อง ภาษาอีสาน หรือเครื่องดนตรีอีสานแบบดั้งเดิม หรือการเล่าเรื่องผ่านตัวละครทั้งอาชีพ ฐานะทางสังคมที่ดูดีด้อยค่า แต่มิวสิกวิดีโอในช่วงปี พ.ศ. 2558 -2562 ที่เป็นช่วงเวลาที่ศึกษานั้น มีการนำเสนอให้เห็นถึง อีสานที่เปิดรับ ทั้งการนำเอาภาษา คนตรี แนวเพลงของวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามาผสมผสาน เป็นกระบวนการสร้างความเป็นทันสมัย (modernization) ทำให้เพลงอีสานถูกยกระดับให้มีความน่าสนใจและดูแปลกใหม่สร้างสรรค์ และทำให้เพลงอีสานฟังง่ายขึ้น รวมทั้งยังเป็นผลดีต่อสังคมอีสานที่ถูกยกระดับ แต่กลับกลายเป็นอีสานที่เปิดรับ ปรับตัวได้ เป็นอีสานฟิวชั่น ที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง

3. อีสานใหม่กับศักดิ์ศรี (dignity) ของคนอีสาน

ผลประโยชน์เบื้องหลังอีกหนึ่งประการที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสนอมา โดยกลุ่มผู้รับสารมองว่า การนำเสนอของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้ นอกจากจะสื่อสารให้เห็นความสวยงามของ

วัฒนธรรมดั้งเดิมของคนอีสานแล้ว ยังเป็นการสื่อสารให้เห็นการเปลี่ยนแปลงและความหมายของคนอีสาน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ หรืออัตลักษณ์ใหม่ให้กับคนอีสาน ที่ถูกการยอมรับจากส่วนกลาง ทำให้เกิดเป็นความมั่นใจในการมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ยกกระตักคิรีของ คนอีสานให้มีสถานะเป็นพลเมืองที่สังคมจับตามองและเปิดทางยอมรับ ที่จากเดิมคนอีสานมักถูกมองเป็นเพียงพลเมืองชั้น 3 ดังที่กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งกล่าวไว้ แต่วันนี้อีสานเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนมุมมองใหม่ การเปลี่ยนผ่านความหมายของภาคอีสานที่ตอบโต้มายาคติเดิมที่มองว่า อีสานแห้งแล้ง ก้นดาร์ หรือล้าสมัยแต่เป็นแผ่นดินที่มีการพัฒนาสู่ความร่วมมือ เป็นสังคมที่มีความอุดมสมบูรณ์ และสามารถอยู่ในวิถีชีวิตแบบชาวไร่ชาวนา ที่สามารถดูแลตัวเองและเลี้ยงดูครอบครัวได้ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงระบบโรงงานในระบบเมืองเพียงอย่างเดียว

4. อีสานใหม่กับความภาคภูมิใจและการสร้างจิตสำนึกร่วม

อีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดรหัสในเชิงยอมรับกับการสื่อความหมายตามที่มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้เสมอมา โดยผลประโยชน์สำคัญคือ การที่มีวิถีวิถีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้จำลองฉายภาพวัฒนธรรมอีสานทั้งด้านภาษา คนตรี อาหาร ประเพณี ออกไปสู่สาธารณะนั้น ภาพเหล่านั้นนอกจากจะเป็นสิ่งตอกย้ำให้คนอีสานทบทวนความเป็นตัวตนในอัตลักษณ์ร่วมของสังคมอีสานแล้ว ที่ถึงแม้ว่าในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตบางอย่างของคนอีสานจะเปลี่ยนแปลงไป แต่เมื่อฉายภาพเหล่านี้ขึ้นมาในพื้นที่ของวิถีวิถีโอกลับเสมือนการจำลอง และได้เปิดโอกาสให้คนอีสานได้เข้ามารับรู้และทบทวนตัวตนของกลุ่มที่ตนเองสังกัดอยู่ และเป็นสายสัมพันธ์ในการสร้างจิตสำนึกร่วมกันผ่านเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของคนอีสาน (Identity marker) ตามที่มีวิถีวิถีโอเสมอมา และที่สำคัญคือ การสร้างความภาคภูมิใจในการมีวัฒนธรรมมีอัตลักษณ์เป็นของตนเองและได้สื่อสารออกไปให้ผู้คนในสังคมได้รับรู้ในวงสังคมที่กว้างขึ้น

5. อีสานใหม่กับประโยชน์ทางธุรกิจ

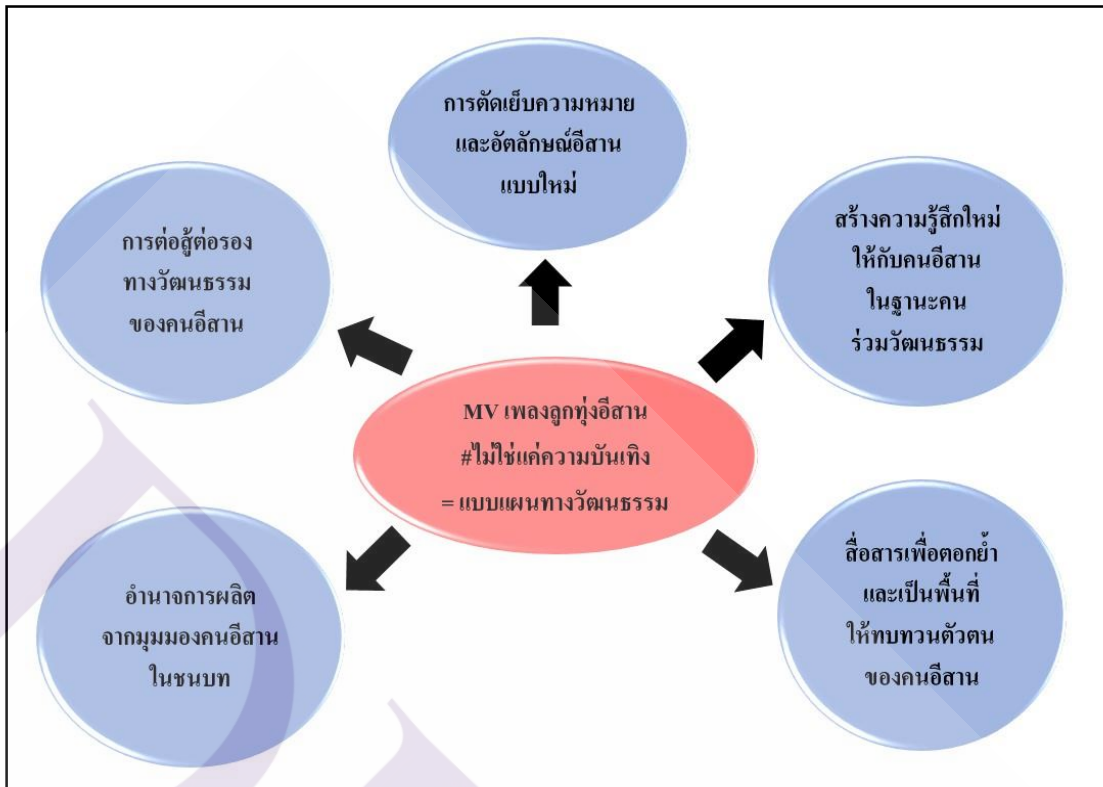
ในยุคดิจิทัลที่นอกจากจะส่งผลดีให้ผู้รับสารสามารถเลือกสรรช่องทางการฟังเพลงที่หลากหลายได้ยิ่งขึ้น ในภาคของผู้ประกอบการของค่ายเพลงเองก็ต้องสร้างสรรค์ พัฒนา ผลงานเพลงออกมาให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนฟังที่สามารถวัดผลสำเร็จได้จากยอดวิวบนพื้นที่ยูทูป มิวสิกวิดีโอ สื่อจอภาพและเสียง ในสถานะ “ผลิตภัณฑ์” หลัก และเป็นเครื่องมือทางการตลาดของค่ายเพลง จึงต้องทำหน้าที่ช่วงชิงความสนใจของคนฟังให้ได้มากที่สุดได้ในเวลาอันจำกัด เพื่อสร้างความนิยมให้กับศิลปินและค่ายเพลงนั้น ๆ และการแข่งขันที่ดุเดือดกับการผุดขึ้นของนักร้องหน้าใหม่อยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกันกับ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2545) ได้อธิบายว่า แม้ว่าเมื่อเป็นมิวสิกวิดีโอเพลงจะยังแสดงบทบาทหน้าที่ด้านความบันเทิงเช่นเดิมก็ตาม แต่อีกบทบาทหน้าที่หนึ่ง ที่ได้รับความสำคัญมากกว่าความบันเทิงก็คือ หน้าที่เพื่อการค้าที่เด่นชัดเพิ่มขึ้น เพลงในมิวสิกวิดีโอ

นอกจากจะมีบทบาทในการให้ความบันเทิงแล้วยังมีบทบาทเป็นเสมือนสินค้า นำเสนอภาพลักษณ์ของศิลปินและในขณะเดียวกันก็มีบทบาทเป็นเครื่องมือการโฆษณาอีกด้วย

เพราะฉะนั้นผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังประการสุดท้ายที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่มยอมรับกับอัตลักษณ์ชุดใหม่นี้ จึงเป็นผลประโยชน์ทางธุรกิจ กับการนำวัฒนธรรมอีสานไปฐานะสินค้าที่ในหีบห่อของมิวสิกวิดีโอ ที่จุดมุ่งหมายของการสื่อสารครั้งนี้จึงไม่ได้สื่อสารเฉพาะคนอีสาน หรือคนในวัฒนธรรม (Insider View) เพียงอย่างเดียว หากแต่ว่ามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเหล่านี้กำลังสื่อสารไปยังกลุ่มคนนอกวัฒนธรรม (Outsider View) ด้วยเช่นกัน เพื่อขยายฐานกลุ่มคนฟัง และความมุ่งหวังทางธุรกิจ ที่ปัจจุบันกลุ่มคนฟังเพลงลูกทุ่งอีสานก็เป็นวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้โฉมหน้าของเพลงลูกทุ่งอีสานจึงมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นลักษณะของอัตลักษณ์แบบลูกผสม (hybrid) ที่รวมความเป็นอีสานกับความเป็นโลกเข้าด้วยกันอย่างแยบยล ส่งผลให้เกิดผลดีต่อสังคมอีสาน เป็นภาพของสังคมที่มีความเคลื่อนไหว (dynamic) ไม่หยุดนิ่ง เป็นพื้นที่เปิด (open text) และปรับตัวได้กับทุกขณะของสังคมที่เปลี่ยนแปลง แต่ยังคงเก็บสุนทรียะแบบอีสานไว้ได้อย่างเข้มข้น

7.2.4 มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานกับการสร้างแบบแผนทางวัฒนธรรม

จากข้อค้นพบในส่วนของกรวิจัยตัวบท (text) ในพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในยูทูประหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน รวมทั้งข้อค้นพบเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่อยู่เบื้องหลังในการยอมรับ กับการสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์ใหม่ตามจุดยืนที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอจากการศึกษาการถอดรหัสของผู้รับสาร (audience) ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างกันของปรากฏการณ์ดังกล่าว รวมทั้งความสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ค้นพบและเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ (function) ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ว่าแท้จริงแล้วเพลงลูกทุ่งอาจไม่ใช่แค่ความบันเทิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มิวสิกวิดีโอเหล่านี้ยังทำหน้าที่ในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ให้กับผู้คนในสังคมได้รับรู้ และจำลองแบบแผนทางวัฒนธรรมของสังคมอีสานไว้อย่างเข้มข้น และมิวสิกวิดีโอเหล่านี้ยังเป็นพื้นที่ของสนามการต่อสู้ของวัฒนธรรมอีสาน รวมทั้งยังทำหน้าที่ติดตั้งระบบความคิด หรือโลกทัศน์บางอย่างให้กับคนฟังเพลงอีกด้วย โดยสามารถอภิปรายผลการศึกษา ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 7.4 แผนภาพแสดงแบบแผนทางวัฒนธรรมอีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

1. การตัดเย็บความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่

จากการศึกษาตัวบท (text) เพื่อศึกษาถึงกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่เผยแพร่ในยูทูประหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 ที่ได้นำเสนอผลการศึกษาไปแล้วนั้น ผู้วิจัยค้นพบว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน ได้แสดงบทบาทหน้าที่การให้นิยามความหมายของ “อีสานใหม่” ในแง่มุมต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 อีสานกับความเฉพาะตัว ในหลายมิวสิกวิดีโอสื่อสารให้เห็นถึงความเฉพาะตัวของอัตลักษณ์อีสานทั้งในแง่ของภาษาที่ใช้พูด ความโดดเด่นของวัฒนธรรมดนตรี และประเภทเครื่องดนตรี รวมทั้งชนิดอาหาร กรรมวิธีการปรุง วิธีการรับประทาน และระบบความคิดความเชื่อที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นประเพณีที่มีความเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร

1.2 อีสานกับความเรียบง่าย การเข้ารหัสความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ครั้งนี้ที่ถูกสื่อสารผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ในมิวสิกวิดีโอ ทำให้เห็นได้เลยว่า อัตลักษณ์อีกหนึ่งของคนอีสานคือ อัตลักษณ์ของความเรียบง่ายของผู้คนและสังคมอีสาน ที่มีความเรียบง่าย การอยู่อย่างกินง่าย และมีวิถีที่ใกล้ชิดธรรมชาติ เป็นสังคมที่สามารถดูแลตัวเองจากธรรมชาติรอบตัว

1.3 อีสานกับการพัฒนา อีกหนึ่งอัตลักษณ์อีสานใหม่ที่นำเสนอใจที่มีวิถีวิดีโอเพลง ลูกทุ่งอีสานเข้าห้สความหมายมา คือ การทำให้เห็นถึงสังคมอีสานที่มีการพัฒนา เป็นสังคมที่ด้านหนึ่งถึงแม้จะอยู่กับธรรมชาติแบบสังคมชานา แต่ก็เป็นสังคมที่เข้าถึงความเจริญ ทั้งเทคโนโลยี การสื่อสาร เทคโนโลยีการขนส่ง เป็นดินแดนที่มีการพัฒนาสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมที่แวดล้อม รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เป็ครับวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามาได้ด้วยเช่นกัน

1.4 อีสานกับความยิ่งใหญ่สวยงาม ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานมีการเข้าห้สความหมายและสร้างอัตลักษณ์ชุดใหม่ให้กับสังคมอีสาน ที่นำเสนอให้เห็นวัฒนธรรมอีสานดูยิ่งใหญ่ ตระการตาขึ้น และนำเสนอให้เห็นความงดงามของวัฒนธรรมอีสาน สังเกตได้จาก การนำเสนอเรื่องประเพณีสังคมของคนอีสานที่เป็พื้นที่ให้กับคนในสังคมจากภูมิภาคอื่น ๆ เข้าไปร่วมได้ ถือเป็นารยอมรับจากผู้คนในสังคม ที่ทำให้เป็นการยกระดับอีสานให้มีความยิ่งใหญ่ขึ้น

จะเห็นได้ว่า ความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่นั้น ที่ถูกบรรจุให้ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้นั้น ไม่ได้เป็นการนำเสนอภาพอีสานแบบวัฒนธรรมดั้งเดิม เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการฉายภาพให้เห็นท้องถื่นอีสานที่มีลักษณะแบบเป็ครับ และปรับตัวได้ตามความเปลี่ยนแปลงของสังคม เป็นภาพของสังคมอีสานที่ผสมผสานของความเป็นท้องถื่นอีสานแบบดั้งเดิมกับท้องถื่นอื่น ๆ จนเกิดเป็นการนิยามความหมายและอัตลักษณ์แบบใหม่ที่มีโฉมหน้าเปลี่ยนแปลงไป

2. สร้างความรู้สึกใหม่ให้กับคนอีสานในฐานะคนร่วมวัฒนธรรม

ข้อค้นพบที่น่าสนใจอีกหนึ่งประการจากการศึกษาผู้รับสาร (audience) ทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาการรับรู้ความหมายและการถอดห้สความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ในมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่า ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม ถอดห้สความหมายด้วยจุดยืนเดียวกันกับที่มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสนอมา กล่าวคือ ถอดห้สในเชิงยอมรับ (Preferred reading) เป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารยอมรับกับความหมายและอัตลักษณ์อีสานชุดใหม่นี้ตามที่มิวสิควิดีโอเสนอมา และหากพิจารณาเหตุผลเบื้องหลังที่ผู้รับสารหลายคนได้อธิบายไว้ นั้น คือการนำเสนอถึงวัฒนธรรมอีสานครั้งนี้ กล่าวคือ จากเดิมที่อีสานถูกสร้างมาขาดจากส่วนกลางที่มองว่า อีสานคือ แผ่นดินที่แห้งแล้ง บ้านนอก ก้นดาร์ ล้าสมัย แต่มิวสิควิดีโอลูกทุ่งอีสานเหล่านี้กลับสื่อสารให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคมอีสาน เป็นสังคมที่มีชุดความคิด ประวัติศาสตร์ และพัฒนาการรวมทั้งเป็นสังคมที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง และอีสานก็มีความทันสมัยไม่ได้แตกต่างกับวัฒนธรรมอื่น ๆ แต่อย่างใด ตอบได้มายาคติเดิม สร้างความรู้สึกใหม่ให้พวกเขาในฐานะสมาชิกร่วมในกลุ่มให้สามารถยืนในสังคมด้วยความตระหนง และภาคภูมิใจที่วันนี้วัฒนธรรมอีสานถูกสื่อสารไปยังพื้นที่สื่อต่างๆ รวมถึงพื้นที่สื่อมิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสาน

3. สื่อสารเพื่อตอกย้ำ และเป็นพื้นที่ให้ทบทวนตัวตนของคน

จากการศึกษาผู้รับสาร (audience) ผู้รับสารทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า ยอมรับกับการเข้ารหัส ความหมายและอัตลักษณ์อีสานใหม่ตามที่ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเสมอมา โดยมองว่า มิวสิกวิดีโอเหล่านั้นกำลังนำเสนอเพื่อตอกย้ำกับคนอีสานในฐานะผู้ร่วมสังคม เพื่อสื่อสารการเป็น พวกเดียวกัน สามารถทำให้เห็นถึงการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชาวอีสานในด้านต่าง ๆ ที่ผู้เขียน สร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์ให้ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งหากมองปรากฏการณ์นี้ตามแนวคิดอัตลักษณ์ (identity) อัตลักษณ์นั้นเป็นเรื่องที่ว่าด้วยหลักเกณฑ์ทางวัฒนธรรมและมนุษย์โลกที่สรุปความหมาย ในการเป็นตัวตนของตัวเอง โดยอัตลักษณ์เปรียบเสมือนระบบรหัสที่ระบุความเป็นสมาชิกใน ประชาคม หรือสังคมเดียวกัน ระบบดังกล่าวนี้ประกอบด้วยสัญลักษณ์ ถ้อยคำ ถ้อยความ และ ความหมาย เพื่อใช้สื่อถึงตัวตน ซึ่งจะเห็นได้ว่าในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ศึกษานั้นใช้ทั้ง ภาษาถิ่นอีสาน เครื่องดนตรี อาหาร และประเพณีอีสาน ที่เป็นดังเครื่องบ่งชี้ (identity marker) ของ คนอีสาน ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมหรือคนกลุ่มอื่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยังนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่า (value) ของวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิมไว้อย่างเหนียวแน่น เพื่อตอกย้ำให้คนอีสานหวงแหนในขนบ ธรรมเนียม วิถีดั้งเดิม คงไว้ซึ่งความเป็นรากที่ฝังลึกและเป็นแก่นหลักที่หล่อเลี้ยงอัตลักษณ์ของคน อีสานไว้ด้วยกัน โดยที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม สามารถบ่งชี้ตัวเอง (identify) หรือทบทวนตัวตน กับ เนื้อหาหรือตัวบท (text) ผ่านเพลงมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานได้ด้วยนั่นเอง ดังคำกล่าวที่ว่า “ดูละคร/ฟังเพลง แล้วย้อนดูตัวเอง” กล่าวโดยสรุป สำหรับประเด็นการศึกษากระบวนการสร้าง อัตลักษณ์อีสานในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง ทำให้เห็นว่า มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานนั้น เปรียบเสมือนพื้นที่ในการแสดงความหมายและอัตลักษณ์อีสานเพื่อตอกย้ำระบบคุณค่าของ วัฒนธรรมอีสาน และยังเป็นพื้นที่ในการนิยาม หรือทบทวน “ตัวตน” ของคนอีสานผ่านสื่อบทเพลง

4. อำนาจการผลิตจากมุมมองคนอีสานในชนบท

ยูทูปเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากใน ปัจจุบัน ให้บริการอัปโหลดไฟล์ซึ่งในปี ค.ศ. 2006 นิตยสาร Time ได้ประกาศให้ยูทูปเป็น นวัตกรรมแห่งปี (Invention of the Year) และในแต่ละปีมีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ พร้อมกับมีการปรับการใช้งานให้มีความหลากหลายมากขึ้น เข้าถึงและใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น (อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์ และรัตนาดี เศรษฐจิตร, 2562, น. 196) ซึ่งนอกจากจะช่วยผู้บริโภคให้มีความ สะดวกสบายในการเข้าถึงสื่อได้ง่ายขึ้นเพียงปลายนิ้วแล้ว อีกหนึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือ การ เปลี่ยนอำนาจให้กับผู้ใช้สื่อ ที่สามารถสถาปนาตัวเองเป็นผู้ผลิตสื่อได้ด้วย จากเดิมที่เส้นทางการ เป็นนักร้องในยุคเดิมนั้น ต้องผ่านกระบวนการการเป็นศิลปินจากค่ายเพลงใหญ่ ๆ ใน กรุงเทพมหานคร และมักจะเป็นการนำเสนอความอีสานผ่านมุมมองของคนชนชั้นกลางที่มองคน

อีสานลงมามุมของคนเมือง หากแต่ว่าในยุคดิจิทัลนี้ ยูทูบ กลายเป็นพื้นที่ที่เอื้อประโยชน์ต่อการสร้างเพลงจากคนอีสานเองในพื้นที่ต่าง ๆ โดยไม่ต้องหวังพึ่งค่ายเพลงใหญ่ในกรุงเทพฯ และนำเสนอเพลงอีสานในมุมมองของคนอีสานที่ยังอยู่ในพื้นที่อีสาน เกิดเป็นพลังของอีสานในยุคของโซเชียลมีเดียกับพื้นที่ของสื่อเพลงลูกทุ่ง เป็นอำนาจการผลิตและกระบวนการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานแบบใหม่ของคนอีสานในพื้นที่ชนบทอีสานจากค่ายเพลงอีสานเล็ก ๆ ในชุมชนอีสาน ที่วันนี้ได้รับความสนใจและมีอยู่ให้เห็นอย่างมากมาย เป็นการนำเสนอมุมมองของคนอีสานที่ต้องการนำเสนอ “ตัวตน” ของคนอีสานโดยแท้ จนเกิดเป็นปรากฏการณ์ป่าล้อมเมือง ที่เพลงอีสานเริ่มโด่งดังจากพื้นที่อีสานแล้วค่อย ๆ คืบคลานมากินพื้นที่ในส่วนกลางอยู่ในหลายระยะ สอดคล้องกันกับที่ ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย (2561) ได้ศึกษาในงานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่” ได้อภิปรายถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนผ่านของอำนาจของผู้ผลิตมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานด้วยเช่นกัน สามารถสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยที่ช่วยทำให้วัฒนธรรมเผยแพร่ไปสู่พื้นที่ใหม่ ๆ และเข้าถึงผู้คนจำนวนมากนั้น ไม่ได้มีเฉพาะปัจจัยจากการย้ายถิ่นฐานของคนอีสานเท่านั้น หากแต่ยังมีปัจจัยทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเทคโนโลยีเข้ามามีผลอย่างมากต่อวิธีการผลิตและการเผยแพร่สื่อ ยิ่งโดยเฉพาะสื่อที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเช่น เพลง ภาพยนตร์ ละคร วรรณกรรม ฯลฯ การสื่อสารสิ่งเหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับสารที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอทุกครั้งที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี หากมองย้อนไปในมิติของทฤษฎีวิพากษ์ ในยุคที่สื่อดิจิทัลยังไม่ได้พัฒนาจนถึงขั้นที่อำนาจการผลิตสื่ออยู่ในมือของทุกคนได้ แนวคิด Cultural Industry ที่อยู่ในทฤษฎีวิพากษ์อธิบายว่า เพลงในอุตสาหกรรมเพลงอยู่ภายใต้โครงสร้างของทุนนิยม โดยมีผู้ควบคุมเป็นนายทุนหรือชนชั้นปกครอง ซึ่งสุดท้ายแล้วคนเหล่านี้จะเป็น ผู้ได้กำไรจากการผลิตนั้น ๆ ทั้งยังสามารถถ่ายทอดอุดมการณ์ ความคิด วัฒนธรรม ผ่านอุตสาหกรรมได้ด้วย เช่น ในช่วงที่เพลงลูกทุ่งอีสานยุคก่อนต้องพึ่งพาการผลิตและเผยแพร่เพลงจากค่ายขนาดใหญ่ เท่านั้น แต่เมื่อมาถึงยุคดิจิทัลที่อำนาจการผลิตที่ไม่ได้อยู่กับนายทุนหรือเจ้าของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เท่านั้น แต่สามารถกระจายช่องทางไปสู่คนทั่วไปได้มากขึ้นจากโครงข่ายดาวเทียมที่ทำให้ทุกคนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารอื่น ๆ ได้ การผลิตซ้ำสินค้าทางวัฒนธรรมจึงถูกปรับเปลี่ยนไป ไม่ได้มีรูปแบบเดิมที่ทำมาเพื่อตอบสนองกลุ่มบริโภคนขนาดใหญ่เท่านั้น แต่มีการปรับเปลี่ยนในรูปแบบเฉพาะตัวตามความต้องการของผู้ผลิตงานมากขึ้นด้วย จนมีแนวคิดที่ว่า สื่อดิจิทัลเข้ามาสร้างความเป็นประชาธิปไตย (Democratize) ให้การผลิตเนื้อหาและงานศิลปะ จะเห็นได้ว่าเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ มีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ ทั้งในเชิงเนื้อหาและดนตรี มีการเลือกใช้คำที่แปลกหู เล่าเนื้อหาความรักหรือชีวิตส่วนตัวมากขึ้น และผสมผสานดนตรีอีสาน

เข้ากับดนตรีตะวันตก ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือ การเพิ่มความหลากหลายเข้าไปในแนวดนตรีลูกทุ่งอีสานจากผู้ผลิตที่หลากหลายขึ้นด้วย

ปัจจัยการเติบโตของสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะยูทูปนี้เองจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกหนึ่งประการที่ส่งต่อการเปลี่ยนผ่านอำนาจของการนำเสนอวัฒนธรรมอีสาน จากมุมมองของคนอีสานที่พยายามสื่อสารวัฒนธรรมอีสานออกไป จากพื้นที่ชนบทในสังคมอีสานที่กระจายตัวแทรกอยู่ทั่วทุกมุมเมืองที่รอจังหวะให้ถูกผลักดันออกมาสื่อสารสู่สาธารณะอยู่ทุกโมงยาม

5. การต่อสู้ต่อรองทางวัฒนธรรมของคนอีสาน

การศึกษาเรื่องเพลงลูกทุ่ง มีทัศนะการมองที่หลากหลายเกี่ยวกับการนำเสนอหรืออำนาจของผู้ผลิต นักวิชาการบางท่านมองว่า พื้นที่ของเพลงลูกทุ่งนั้นแท้จริงแล้วเกิดขึ้นจากคนเมืองที่มองชนบทกลับไป ดังที่นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2528) (อ้างถึงใน สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2563, น. 317) ได้อธิบายว่า เพลงลูกทุ่งโดยรวม ๆ แล้วเป็นงานสร้างสรรค์แบบหนึ่งโดยสามัญชนเมือง แล้วแพร่หลายสู่ชนบทด้วยสื่อชนิดใหม่ ขณะเดียวกันก็ดูคลี่คลายรูปแบบการเล่นของชาวชนบทไว้เป็นของตน เพื่อสร้างแรงบันดาลใจแล้วพัฒนาเพลงลูกทุ่งส่งให้ชนบทอีกครั้งหนึ่ง เท่ากับศิลปะของชาวบ้านชนบทเกิดจากคนในเมืองที่พยายามสื่อในสิ่งอันเป็นที่ชอบใจของชาวชนบท

หากพิจารณาในทัศนะดังกล่าวอาจเป็นมุมมองของกระแสโลกาภิวัตน์กับอำนาจของคนชนชั้นกลางในเมืองที่ควบคุมการผลิตเพลงลูกทุ่งสู่ชนบท หากแต่ผลการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ได้ขบขมมอมองให้เห็นถึง กระบวนการต่อสู้ต่อรองของวัฒนธรรมอีสานจากคนชนชั้นกลางในสังคมอีสานที่พยายามต่อสู้และสร้างความหมายอีสานแบบใหม่เพื่อนำเสนอสู่คนเมือง โดยใช้พื้นที่ของ “ยูทูป” ที่เป็นดั่งสนามการแข่งขันใหม่ของคนอีสานที่เข้ามาในสถานะผู้เล่น ซึ่งพื้นที่ของยูทูปนี้เองก็ส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายวัฒนธรรมจากเวทีของศิลปวัฒนธรรมสู่กระบวนการอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่แปรสภาพวัฒนธรรมอีสานเพื่อเป็นสินค้าและนำเสนอในรูปแบบของธุรกิจเพลงผ่านมิวสิกวิดีโอในยูทูป จากเดิมที่ยูทูปนั้นเป็นพื้นที่ หรือสนามของชนชั้นกลางในเมืองที่ได้นำเสนอและสื่อสารผ่านภาษาภาพและผ่านภาพเสียง และถือว่าเป็นผู้เล่นที่ยึดครองพื้นที่นี้มาก่อน ดังจะเห็นได้จากการเติบโตของค่ายเพลงขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ ที่เป็นเจ้าตลาดเพลงลูกทุ่ง และผลิตสื่อเพื่อถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรมต่าง ๆ ให้กับผู้คนในสังคม ที่ได้สร้างค่านิยมและมีอำนาจหรือนำเสนอความเป็นอีสานจากมุมมองของคนเมืองที่มองชนบทอีสานกลับมา จนกระทั่งการเข้ามาของยูทูปนี้เองถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการเปลี่ยนมือผู้เล่น ให้กับกลุ่มคนอีสานยุคใหม่ที่เข้ามาเพื่อสรรค์สร้างภาพและความหมายของอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เพื่อต่อรองกับภาพจำของวัฒนธรรมอีสานแบบดั้งเดิมที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ต่อสู้กับภาพอีสานที่เป็นสังคมของความแห้งแล้ง ทุระกัณดาร หรือห่างไกลความเจริญ และแต่แผ่นดินอีสานที่ปรับเปลี่ยนได้

ทุกการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมอีสานในฐานะสังคมย่อยที่อยู่ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่ผันแปรเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกโมงยาม และเป็นส่วนหนึ่งของระบบรัฐไทยที่มีสถานะความเป็นศูนย์กลางในการคุมรหัสด้วยความเป็นชาติ ถูกบังคับให้มีความเป็นไทยเช่นเดียวกับสังคมอื่นมาโดยตลอด หากแต่ว่าผลจากการศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นชัดเจนว่า ภายใต้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของระบบโลก บริบทสังคมที่มาแวดล้อม อีสานเองไม่ได้เป็นพื้นที่ที่ปิดตาย แต่เป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะเปิด (open to translation) แต่เป็นพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนและนำเอาทั้งความเป็นชาติ ความเป็นโลก เข้ามาผสมผสานเข้าด้วยกัน โดยที่ไม่สูญเสียหรือละทิ้งความเป็นตัวตนของคนอีสานด้วยเช่นกัน ซึ่งหากมองด้วยมโนทัศน์ท้องถิ่นนิยม (localism) จะเห็นถึงการต่อรองในเรื่องของอัตลักษณ์ของคนอีสาน จากกระบวนการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างโลก (global) กับท้องถิ่น (local) ที่ถึงแม้ว่าในมิวสิกวิดีโอ เพลงลูกทุ่งอีสานส่วนใหญ่จะนำเสนอวัฒนธรรมอื่น ๆ เข้ามา ทั้งในส่วนการนำแนวเพลงเรปมาใช้ การใช้เครื่องดนตรีของวัฒนธรรมอื่น ๆ มาผสมผสาน รวมทั้งนำคำศัพท์ ภาษาต่างประเทศเข้ามาใช้ในเพลง ทำให้ภาพความเป็นอีสานดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น หรือในการศึกษาครั้งนี้เรียกว่า “อีสานโมเดิร์น” แต่อีกด้านหนึ่งเพลงลูกทุ่งเหล่านี้ก็ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ ตัวตนของคนอีสาน ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งความเป็นท้องถิ่นอีสานนั้นไว้อย่างชัดเจน กระบวนการเหล่านี้เองเป็นกระบวนการต่อสู้ต่อรองทางวัฒนธรรมของคนอีสานที่อีสานต้องดิ้นรนเพื่อรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนอีสานไว้ และปรับให้วัฒนธรรมอื่นๆ มีโฉมหน้าเป็นแบบท้องถิ่นอีสาน หรือที่เรียกว่า “กระบวนการปรับให้เป็นท้องถิ่น” (localization) เพื่อเรียกร้องความชอบธรรม และสร้างตำแหน่งแห่งที่อัตลักษณ์อีสานที่ต่อต้านการกดทับจากรัฐส่วนกลาง โดยที่อีสานเองก็สามารถมีบทบาทของผู้กระทำ และวัฒนธรรมอื่นก็ไม่ได้กดทับให้วัฒนธรรมอีสานอ่อนแอลง แต่กลับทำให้อีสานต่อสู้เพื่อยืนหยัดและฟื้นฟูอัตลักษณ์ของตนไว้อย่างเข้มแข็ง มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานครั้งนี้จึงไม่ได้มีสถานะเป็นเพียงแค่สื่อบันเทิงเรีงใจ หากแต่เป็นพื้นที่ หรือสนามต่อสู้ทางวัฒนธรรมของคนอีสานด้วย สอดคล้องกันกับที่ธนิศกาญจน์ จินาพันธ์ (2552, น. 2) ได้อธิบายไว้ว่า แนวคิดทางมานุษยวิทยาในระยะหลังได้ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมรวมถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจและการต่อต้านซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นบทบาทของผู้อ่อนแอ ในฐานะเป็นผู้กระทำทางสังคมและมีส่วนสำคัญที่กระตุ้นให้นักมานุษยวิทยาหันมาให้ความสนใจกับรูปแบบของการต่อต้านการครอบงำอันนำไปสู่การมองวัฒนธรรมว่าเป็น “พื้นที่ของการต่อสู้” (contested terrain) ของคนกลุ่มต่าง ๆ ท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์จึงมิได้ดำรงอยู่ด้วยวัฒนธรรมเดียวหรือวัฒนธรรมเฉพาะของตนเองอีกต่อไป หากแต่มีการผสมปนเป และสร้างตัวเองขึ้นใหม่เพื่อต่อสู้แข่งขันกับกระแสวัฒนธรรมโลกที่ไหลบ่ามากับปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์

7.3 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาและข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ มีประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการ รวมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ หรือสำหรับผู้ที่สนใจในประเด็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมอีสานในการวิจัยในอนาคต โดยผู้วิจัยสามารถอธิบายข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

7.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีจำกัดในการศึกษาเฉพาะเพลงลูกทุ่งในช่วงปี พ.ศ. 2558-2562 เท่านั้น เพื่อความชัดเจนในการสร้างอัตลักษณ์อีสานแบบเดิม และการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ในเพลงนั้นอาจศึกษาเพิ่มเติมการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์อีสานในเพลงหรือมิวสิกวิดีโอเพลงอีสานยุคก่อนหน้านี้ เพื่อเปรียบเทียบการสร้างอัตลักษณ์อีสาน จะได้เห็นภาพการเปลี่ยนความหมายที่ชัดเจนที่ยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานเพียงเท่านั้น สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปของผู้ที่สนใจศึกษาต่อ อาจศึกษาเปรียบเทียบการสร้างอัตลักษณ์อีสานในสื่อประเภทอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น อีสานในสื่อโทรทัศน์ อีสานในสื่อภาพยนตร์ อีสานในสื่อเพลง เพื่อเปรียบเทียบเห็นถึงความเหมือน หรือความแตกต่างของการสร้างอัตลักษณ์อีสานด้วยนั่นเอง

3. สามารถนำเกณฑ์ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการสร้างความหมายและอัตลักษณ์อีสานจากงานวิจัยครั้งนี้ไปเป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ความหมายและขยายขอบเขตการศึกษา และเกณฑ์การวิเคราะห์ที่เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการค้นพบกระบวนการสร้างความหมายอื่น ๆ ต่อไป

4. สามารถต่อยอดในประเด็นการศึกษาผู้รับสาร ที่ขยายขอบเขตผู้รับสารหรือคนฟังเพลงที่ไม่ใช่คนอีสาน เพื่อศึกษาประเด็นการรับรู้ภาพตัวแทนของคนอีสานจากคนนอกวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้เห็นมิติการสื่อสาร ว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับคนอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่อย่างไร หรือมีความสอดคล้องกับข้อค้นพบเกี่ยวกับการถอดรหัสสีนของผู้รับสารในการศึกษาครั้งนี้หรือไม่อย่างไร

7.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

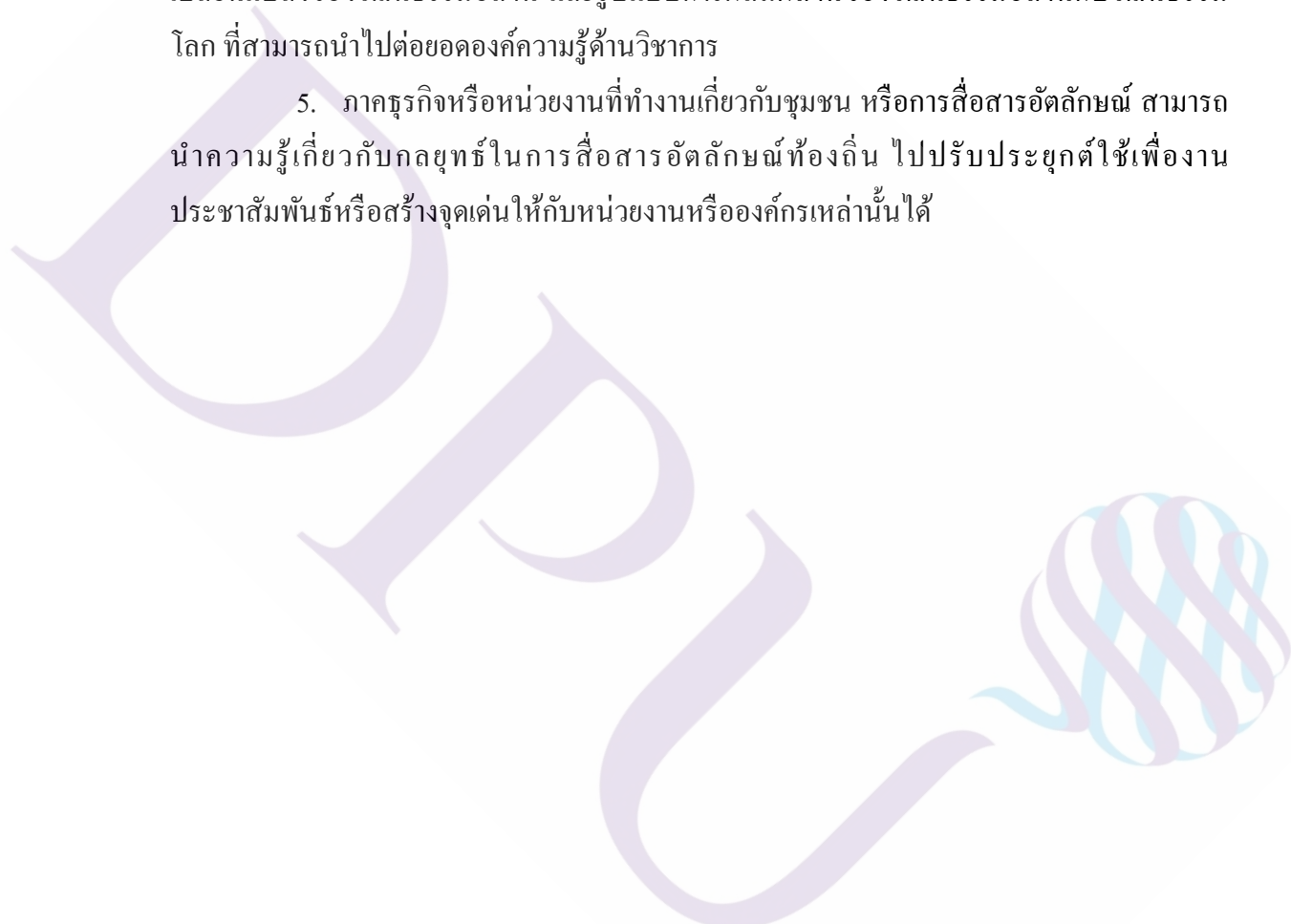
1. ผลการศึกษาและข้อค้นพบในครั้งนี้ สามารถเป็นประโยชน์ต่อค่ายเพลงลูกทุ่งอีสานหรือองค์กรที่ทำงานด้านธุรกิจเพลง สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางในการสร้างจุดขายให้กับศิลปิน ในการดึงอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นนั้น ๆ ขึ้นมาเพื่อจับกลุ่มคนฟังเพลงได้

2. ค่ายเพลงหรือองค์กรที่ทำงานด้านธุรกิจเพลง สามารถนำงานวิจัยไปศึกษาถึงรูปแบบการสร้างสรรคมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่ได้จากผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนางาน หรือสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอเพลงต่อไป

3. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการนำเสนอมุมมองเรื่องอีสานผ่านสื่อมีสติกวีดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีผลต่อการรับรู้ความเป็นจริงเกี่ยวกับอีสานที่เปลี่ยนแปลงไปได้ และเป็นประโยชน์สำหรับค่ายเพลงลูกทุ่ง โดยเฉพาะเพลงลูกทุ่งอีสาน ที่จะสามารถศึกษาแนวโน้มความสนใจของกลุ่มผู้รับสารในเรื่องเพลงลูกทุ่งอีสานเพิ่มเติมได้

4. องค์กรหรือหน่วยงานที่ทำงานด้านวัฒนธรรม สามารถนำองค์ความรู้จากการศึกษาค้นคว้าไปทำความเข้าใจต่อการสื่อสารด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมอีสาน และรูปแบบการผสมผสานของวัฒนธรรมอีสานกับวัฒนธรรมโลก ที่สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ด้านวิชาการ

5. ภาคธุรกิจหรือหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับชุมชน หรือการสื่อสารอัตลักษณ์ สามารถนำความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น ไปปรับประยุกต์ใช้เพื่องานประชาสัมพันธ์หรือสร้างจุดเด่นให้กับหน่วยงานหรือองค์กรเหล่านั้นได้





บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระต่าย พรรณนิภา ออฟฟิเชียล. (2562, 6 ธ.ค.). *กิดฮอคเต้อ: เนม สุรพงศ์* [วิดีโอ]. ยูทูป.
<https://www.youtube.com/watch?v=20iW5OvH6Bs>
- กะปอมก่า เร็คคอร์ด. (2559, 19 พ.ค.). *สเตตัสถึกถึม: บอย พนมไพร OST. ไทบ้านเดอะซีรีส์*
 [วิดีโอ]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=skYHXbBPNOM>
- กะปอมก่า เร็คคอร์ด. (2560, 7 เม.ย.). *ทเวลาบาดเจ็บ: บอย พนมไพร OST. ไทบ้านเดอะซีรีส์*.
 [วิดีโอ]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=9JQuV1wUIfk>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). *สื่อส่งวัฒนธรรม. มุตนธิภูมิปัญญา*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2540). *การศึกษาสื่อสารมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) : แนวคิด
 และตัวอย่างงานวิจัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค (พิมพ์ครั้งที่ 2). เอดิสันเพรส
 โพรดักส์*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. เอดิสันเพรสโปรดักส์*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การศึกษาสื่อสารมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) แนวคิดและ
 ตัวอย่างงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4). เลิฟ แอนด์เลิฟ*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2548). *สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาภาพรวมจากงานวิจัย. สำนักงานกองทุน
 สนับสนุนการวิจัย*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. เอดิสันเพรส โพรดักส์*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา. ภาพพิมพ์*.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2555). *สื่อเก่า-สื่อใหม่ สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์. ห้างหุ้นส่วน
 จำกัด ภาพพิมพ์*.
- กาญจนา แก้วเทพ, และสมสุข หินวิมาน. (2560). *สารธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง
 กับสื่อสารศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3). อินทนิล*.
- กาญจนา สิงห์อุดม. (2555). *อัตลักษณ์เลขศิลป์ ลูกทุ่งไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
 มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กานต์ เหมวิหค, และสุปรียา ห่องแซง. (2556). *อาหารอีสาน. พิมพ์แสงแดด*.

กำจร หลุยยะพงศ์. (2549). จากกบฏผีบุญสู่กองทัพผีปอบหวีดสยอง : ว่าด้วยการต่อสู้ของอีสานและ
ลาวใน โลกความเป็นจริงและหนังสือ. *รัฐศาสตร์สาร*, 27(3), 99-121.

กิก รุ่งนภา. (2560, 21 ม.ค.). *ซางว่า: กิก รุ่งนภา* [วิดีโอ]. ยูทูบ.

<https://www.youtube.com/watch?v=OCx9npXQzFk>

กิตติพงษ์ ประชาชาติ (2554). วัฒนธรรมอีสานในสื่อพื้นบ้าน. *วารสารวิชาการ ANU ศิลปะ
สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 2(1), 74-86.

กิตติวุฒิ เฒ่าบ้านฝาง. (2551). *จินตภาพภาษาถิ่นอีสานที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงของสลา คุณวุฒิ*
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

แกรมมี โกลด์ ออฟฟิเชียล. (2560, 15 พ.ค.). *ไห่ง่อง: ตักแต่น ซลดา* [วิดีโอ]. ยูทูบ.

<https://www.youtube.com/watch?v=YdnsQZ-lsVA>

แกรมมี โกลด์ ออฟฟิเชียล. (2561, 3 เม.ย.). *บิดแล้วบ้อ..ฮัก: ข้าวทิพย์ ธิดาดิน* [วิดีโอ]. ยูทูบ.

<https://www.youtube.com/watch?v=aN1A8GAoX64>

แกรมมี โกลด์ ออฟฟิเชียล. (2561, 18 เม.ย.). *ฝ้ายผูกแขนเปื้อนเหงื่อ: เบียร์ พร้อมพงษ์*

[วิดีโอ]. ยูทูบ. <https://www.youtube.com/watch?v=XXcTUoXQkWc>

แกรมมี โกลด์ ออฟฟิเชียล. (2562, 23 ธ.ค.). *อ้ายมันหมอลำ: มนต์แคน แก่นคูณ* [วิดีโอ]. ยูทูบ.

<https://www.youtube.com/watch?v=5aphSAmelhs>

คายส์, ชาร์ลส์ เอฟ. (2556). *อีสานนิยม: ท้องถิ่นนิยมในสยามประเทศไทย* (รัตนา โตสกุล, ผู้แปล)
(พิมพ์ครั้งที่ 2). มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

คำพูน บุญทวี. (2552). *ลูกอีสาน* (พิมพ์ครั้งที่ 50). โป๊ยเขียน.

จตุรงค์ ดวงมณี. (2539). *การวิเคราะห์กระบวนการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากล
ของ บริษัท แกรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน). ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.*

จารุณี สุวรรณรัมย์. (2547). *กราฟฟิติ: การสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2538). *วิเคราะห์ภูมิปัญญาอีสาน*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2539). *คติชาวบ้านอีสาน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). อักษรวัฒนา.

จารุวรรณ ธรรมวัตร และคณะ. (2540). *วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของชาวอีสาน: การสืบสานภูมิ
ปัญญาและมรดกจากธรรมชาติ* (รายงานผลการวิจัย). อักษรวิชัย คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- จินตนา คำรงค์เลิศ. (2533). *วรรณกรรมเพลงลูกทุ่ง : ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมและการดำเนินชีวิตของชาวชนบทไทยที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งไทยตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองจนถึงปัจจุบัน*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรวุฒิ เสนาคำ. (2547). อรชุน อปป์ลาคุรย์กับมโนทัศน์ท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น (Translocalities). *รัฐศาสตร์สาร*, 25(1), 103-149.
- จุฑาทิพย์ ก่อทรัพย์สิน. (2550). *การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลที่ถูกเซ็นเซอร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แจ๊ค ลูกอีสาน. (2562, 27 ธ.ค.). *สุขขีหมื่น: แจ๊ค ลูกอีสาน* [วิดีโอ]. ยูทูบ.
<https://www.youtube.com/watch?v=fmgEKhwIO90>
- ชนาใจ หมื่นไธสง. (2562). นโยบายต่างประเทศและความเข้มแข็งของชุมชนที่ส่งผลให้เกิดการก่อตั้งสถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย: กรณีศึกษาการก่อตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 6(1), 113-142.
- ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชย์. (2555). *ฟ้าบ่กั้น หยั่งว่าให้ห่างกัน. ใน ฟ้าบ่กั้น. ฟ้าเดียวกัน*.
- ชาวดังมีแวง ออฟฟิเซียล. (2560, 7 เม.ย.). *คิดฮอดถิ่น: ก้อง ห้วยไร่* [วิดีโอ]. ยูทูบ.
<https://www.youtube.com/watch?v=A-G4ksBYGkU>
- ชาวดังมีแวง ออฟฟิเซียล. (2560, 9 มี.ค.). *ไอ้ละน้อ: ก้อง ห้วยไร่ feat: ปู่จ๋าน ลองไม้* [วิดีโอ]. ยูทูบ. <https://www.youtube.com/watch?v=O3AFM-MSASM>
- ชาวดังมีแวง ออฟฟิเซียล. (2561, 7 ก.ค.). *เทพบุตรใจหมา(บักพาก): ฐา ขนิษ* [วิดีโอ]. ยูทูบ.
<https://www.youtube.com/watch?v=-lwkf65B9oE>
- ณัฐฐิดา จันท์ระมะ. (2559). *การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐนนต์ สิปปภากุล. (2554). *ทัศนศิลป์เพื่อชีวิต: กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของศิลปิน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คไนยา ก้อนแก้ว. (2549). *การวิจัยและพัฒนาการของวงดนตรีพื้นบ้าน: กรณีศึกษาวงแคนอีสาน*. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- คารารัตน์ เมตตาริกานนท์. (2563). พ.ศ. 2442 ยกเลิกคำว่า “ลาว” เกิดคำว่า “อีสาน” และภาคอีสานนิยม. https://www.silpa-mag.com/history/article_36069

ต้น ไม้มีวสิค แอนต์ สตูดิโอ. (2562, 9 ก.พ.). *ฮัก ฮัก ฮัก: หนึ่ง ต้น ไม้มีวสิค* [วิดีโอ]. ยูทูป.

<https://www.youtube.com/watch?v=Up7IfVIwC0c>

ติก แสนบุญ. (2553). แนวกีนถิ่นอีสาน : ดิบ สุข ทุกข์ พอเพียง. *ศิลปวัฒนธรรม*, 31(7), 46-49.

ทรงศิลป์ สุขแสน. (2547). *เพลงลูกทุ่งกล่าวถึงธรรมชาติอันสวยงามบริสุทธิ์ของชนบท ตลอดจนความรัก ความสุขของหนุ่มสาวลูกทุ่ง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ. (2554). *แนวคิดและแนวทางการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). อินทนิล.

ทัศนีย์ บุญนา. (2546). *กระจกส่องสื่อ*. เนชั่นบุ๊คส์อินเตอร์เนชั่นแนล.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). *ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์*. สถาบันพระปกเกล้า.

ธนิกาญจน์ จินาพันธ์. (2552). *โลกาภิวัตน์วัฒนธรรม: สื่อกับท้องถิ่นนิยมในวรรณกรรมไทยร่วมสมัย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรพงศ์ เสรีสาราญ. (2563). *เพราะเหตุใด? ทำไม 'มนต์แคน แก่นคูณ' จึงเป็นศิลปินที่มียอดวิวบนยูทูปสูงที่สุดในปี 2020*. <https://www.beartai.com/lifestyle/519969>

นรมน เพ็ชรพูล. (2556). *การสื่อสารความหมายของอาหารไทยประยุกต์ในรายการสารคดีการทำอาหารทางโทรทัศน์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นรเศรษฐ มหัดคง. (2542). *ดนตรี คีตา เวทาลีเด็กทรอนิกส์*. วาดศิลป์.

นันทา วีรยวิทยานุกูล. (2544). *สตรีกับเอกลักษณ์ในสตรีศึกษา 2: ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ*. อรุณการพิมพ์.

นาฏนภา ชลิตานนท์. (2524). *ประวัติศาสตร์นิพนธ์ไทย*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2538). *เพลงลูกทุ่งในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมไทย*, ใน โชน คาราบาว *น้ำเน่าและหนังไทยว่าด้วยเพลง ภาษาและน่านามมหรสพ*. มติชน.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2539). *สองหน้าสังคมไทย: บทวิพากษ์โครงสร้างอารยธรรมไทย*. ผู้จัดการ.

นิลุบล ไพเราะ. (2561). *ปลาร้า-ปลาแดก และสะพานมิตรภาพ: การสื่อสารเพื่อสร้างจินตกรรมมิตรภาพในความสัมพันธ์ไทย-ลาว* [ปริญญาโทปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นุกุลกิจ ทวีชาติ. (2561). *วัฒนธรรมใหม่พิศดารและอุบาทว์*.

<http://kruperm2519.blogspot.com/2018/04/blog-post.html>

- บำเพ็ญ ไชยรักษ์. (2562). *กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย*. <https://www.sac.or.th/databases/ethnic-groups/ethnicGroups/62>
- บุญจันทร์ เพชรเมืองเลย. (2562). *ภาษาถิ่นอีสาน*. <https://culture-isan.blogspot.com/search?q=%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A9%E0%B8%B2%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%99>
- บุษกร สำโรงทอง, ปกรณ์ รอดช้างเผื่อน, ภัทรวดี ภูชญาภิรมย์, และจำคม พรประสิทธิ์. (2548). *วัฒนธรรมดนตรีไทยภาคอีสานเหนือ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบลล์ นิภาดา ออฟฟิเชียล. (2562, 13 มิ.ย.). *ให้เคอร์รี่มาส่งได้บ่: เบลล์ นิภาดา [วิดีโอ]*. ยูทูบ. <https://www.youtube.com/watch?v=EitoSHCDmPM>
- เบิ้ล ปทุมราช ออฟฟิเชียล. (2562, 20 พ.ย.). *เลาะทุ่ง: (หาแฮ่ หากี้โป้ม กู้คจี): น้อง ปลื้ม 5 G [วิดีโอ]*. ยูทูบ. <https://www.youtube.com/watch?v=dPKByi6Jn5g>
- ปฐมพงษ์ มโนหาญ. (2558). ความไม่เท่าเทียมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาระหว่างรัฐส่วนกลางและท้องถิ่นเมืองชายแดน: กรณีศึกษาอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย. *มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ปริทัศน์*, 3(1), 66-93.
- ปณชัย อารีเพิ่มพร. (2561). *YouTube เผย คนไทยฟังเพลง-ดูทีวีย้อนหลังมากที่สุด 75% เข้าทุกวัน*. <https://thestandard.co/youtube-thai-listen-to-music-watch-tv-most/>
- ปณิชา วงศาสุตถิภรณ์. (2561). *การนำเสนอรูปแบบพื้นที่เรียนรู้เพื่อพัฒนาความหมายเชิงสัญลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุยฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชิด สกณะพัฒน์, และอุดม เขยกิจวงศ์. (2548). *ของดี 4 ภาค ชุดภาคอีสาน (ตะวันออกเฉียงเหนือ)*. ภูมิปัญญา.
- ประยุทธ์ วรรณอุดม. (2549). *กระบวนการต่อรองของหมอลำและผู้ชมหมอลำที่มีต่อบทบาทและอิทธิพลของระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรม*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี ดันตยานุบุตร. (2550). *ภูมิปัญญาไทย*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปราโมทย์ ทัศนาศูวรรณ. (2524). *อีสาน*. ไทยวัฒนาพานิช.
- ปรีชา พิณทอง. (2534ก). คำชมเชย. ใน *ไพบูลย์ แพงเงิน. กลอนลำ: ภูมิปัญญาของอีสาน*. โอเดียนสโตร์.
- ปรีชา พิณทอง. (2534ข). *ประเพณีโบราณไทยอีสาน (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. ศิริธรรมออฟเซ็ท.
- ปัญญา รุ่งเรือง. (2533). *ดนตรีไทยประกอบเสียง (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปานิส โพธิ์ศรีวังชัย. (2561). *อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยพันธ์ แสนทวีสุข. (2549). *ดนตรีพื้นบ้านอีสาน: คีตกวีอีสานตำนานเครื่องดนตรีและการเรียนรู้ดนตรีพื้นบ้านอีสาน*. อภิชาติการพิมพ์.
- เปรมปรีดา ปราโมช ณ อยุธยา. (2549). *กะเทยเชียงใหม่*. มติชน.
- แปดแสนชาวด์ ออฟฟิเชียล. (2562, 12 ธ.ค.). *เจ๊: แอนแนน คู่แฝดแปดแสนชาวด์* [วิดีโอ]. ยูทูป.
<https://www.youtube.com/watch?v=tNKmVFjhb5I>
- แปดแสนชาวด์ ออฟฟิเชียล. (2562, 19 ก.ย.). *ฮ่อน: เมล ตวิยา แปดแสนชาวด์* [วิดีโอ]. ยูทูป.
<https://www.youtube.com/watch?v=Wm9dqhZ768Y>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562ก). *YouTube จัดอันดับวีดีโอยอดนิยมปี 2019 ลูกทุ่งยังมาแรง*.
<https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9620000116713>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562ข). *7+1 อัลบั้มสุดฮิต “พีเบิร์ด-ธงไชย แมคอินไตย์” ฟันยอดขายเกิน 1 ล้านชุด*. <https://mgronline.com/entertainment/detail/9620000095920>
- ไพฑูริกา ฐา. (2556). *ความเป็นมาคนอีสาน: ในเหตุการณ์สำคัญของประวัติศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). ตคาตา พิมพ์. เล่ม 1.
- พจมาน นิตยใหม่. (2551). *รอยสัก: การสร้างอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนเรือนร่างของตน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรเทพ เสง. (2562). *พลังอีสานชาวด์ยุคโซเชียลฯ ท้องถิ่นนิยม ภูธรครอบครองใจ*. *รัฐมิถุ, 40(2)*, 7-14.
- พระนครฟิล์ม. (2561, 16 มี.ค.). *You Let Me Down (คีนนำ): ฐา ขนิษ ft. ท้าวคำสิงห์ เพลงประกอบภาพยนตร์เรื่อง ฮักแพง*. [วิดีโอ]. ยูทูป.
https://www.youtube.com/watch?v=09KRiQ_d1Aw
- พฤษภ ภาควิล. (2555). *อีสานใหม่ ความเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาในรอบศตวรรษ (ร่าง)*. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติอุบลวัฒนธรรม ครั้งที่ 2 “กิน เที่ยว เกี้ยว เล่น”*. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม Localism การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- พัฒนา กิติอาษา. (2553). *ดนตรีอีสานแรงงานอารมณ์และคนพลัดถิ่น*. ใน *สุวรรณา เกรียงไกรเพ็ชร, สรินยา คำเมือง, กมลทิพย์ จ่างกมล, และอลงกต วรรณวิชัยกุล (บ.ก.), ผู้คนดนตรีชีวิตเล่ม 2: เสียงของประเทศไทย*. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

- พัฒนา กิติอาษา. (2557). *สู่วิถีอีสานใหม่*. วิทยา.
- พลพงษ์ สุวรรณวาทีน. (2536). *ตรรกวิทยาการบริโภคกับการสร้างสรรค์มีวลีคดีโอเพลงไทยสากล : กรณีศึกษามีวลีคดีโอของบริษัท แกรมมี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิทยา พลละพลีวัลย์. (2555). *การสื่อสารความเป็นโลกกับความเป็นท้องถิ่นผ่านวัฒนธรรมการบริโภคไก่ในสังคมไทย: ศึกษากรณีการบริโภคไก่เคเอฟซีและไก่ห้าดาว* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์ชญา พักเปี่ยม. (2562). *รายการเกมโชว์กับพลังท้องถิ่นนิยมในประเทศไทย*. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม* นิต้า, 6(1), 107-123.
- พิรุฬห์ สวัสดิ์รัมย์. (2530). *การปฏิรูปการศึกษาในมณฑลอิสาน พ.ศ. 2442-2475* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พีที มีวลี. (2562, 26 ก.ค.). *सानะอ้าย: สแน็ก PTmusic* [วิดีโอ]. ยูทูบ.
https://www.youtube.com/watch?v=9xj0_98u1g8
- เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล. (2544). *กระบวนการผลิตนักร้องของอุตสาหกรรมเพลงไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ มีกุล. (2517). *การปฏิรูปการปกครองมณฑลอิสาน พ.ศ. 2436-2453*. กรุงเทพฯ.
- ไพฑูรย์ มีกุล. (2534). *อิสาน : เนื่องในโอกาสครบรอบ 55 ปี ของสมาคมชาวอิสาน*. สมาคมชาวอิสาน.
- ไพฑูรย์ แพงเงิน. (2534). *กลอนลำ: ภูมิปัญญาของอิสาน*. โอเดียนสโตร์.
- ภาสพงษ์ ศิวพอใช้. (2548). *เพลงลูกทุ่งอิสานกับการสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น: ศึกษาในผลงานเพลงของศิริพร อำไพพงษ์* (รายงานผลการวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ภาสพงษ์ ศิวพอใช้. (2549). *เพลงลูกทุ่งอิสานกับลักษณะการใช้ภาษาและการสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น: ศึกษาในผลงานเพลงของศิริพร อำไพพงษ์*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มณีมัย ทองอยู่. (2546). *การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชาวนาอิสาน: กรณีชาวนาลุ่มน้ำพอง*. สำนักพิมพ์สร้างสรรค์.
- มหาศิลา วีระวงศ์. (2535). *ประวัติศาสตร์ลาว* (สมหมาย เปรมจิตต์, ผู้แปล). สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- มีสรา ขมวารณ. (2537). *แนวความคิดของเรย์มอนด์วิลเลียมในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยิ่งยศ กันจันะ. (2559). อุปถัมภ์และนามนัยในการใช้คำเรียกสีเพื่อแสดงความรู้สึกในภาษาไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 23(2), 178-210.
- ยุวรี กุศล. (2554). *อัตลักษณ์ชาวอีสานจากบทเพลงลูกทุ่งที่ขับร้องโดย ต่าย อรทัย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- รุจฟ้าสวัสดิ์ ครอบภูมินทร์. (2558). *มายาคติในบทเพลงของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เรืองเดช ปันเทียนชัย. (2531). *ภาษาถิ่นตระกูลไทย*. สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาระบบ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เรืองฟ้า บุราคร. (2550). *การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ “กะเทย” ในพื้นที่คาบารัตโซว์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดา จิตตฤตตานนท์. (2552). *การวิเคราะห์การสื่อสารเชิงวัฒนธรรมเพื่อการดำรงอยู่และสืบทอดประเพณีชุมชนอินทิล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].*
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลำเพลิน วงศกร ออฟฟิเชียล. (2562, 24 มิ.ย.). *นักเลงบ๋ายาน: ลำเพลิน วงศกร & แร็ปอีสาน* [วิดีโอทัศน์]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=DR1uII1XUks>
- วรรณิ์ สำราญเวทย์. (2544). *เอกสารการสอนชุดวิชา การผลิตภาพยนตร์ชั้นสูง เล่มที่ 2: หน้าที่ 8-15*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วรางคณา ไข่มุก. (2553). *การเข้ารหัสและการถอดรหัสของโฆษณาส่งเสริมสังคมทางโทรทัศน์ไทย ในปี พ.ศ. 2551* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิศรา โกรทินธาคม, และศิธา จุฑารัตน์. (2555). มองอีสานผ่านเพลงไทยลูกทุ่งอีสาน: กรณีศึกษาเพลงไทยลูกทุ่งอีสานของ ต่าย อรทัย. ใน *การประชุมทางวิชาการระดับชาติอุบลวัฒนธรรมครั้งที่ 2 “กิน เที่ยว เกี้ยว เล่น”*. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- วรุณรัตน์ คัทมาตย์. (2556). *เคื่อกะเคื่อ โกอินเตอร์*.
<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/515270>

- วิมล หนูเกื้อ, วิรัช จงอยู่สุข, สุจิตรา จงอยู่สุข, ธนศ มีศรีสวัสดิ์, เสรี ชาเหล่า, และนิเวศน์ คำรัตน์.
(2541). *การแพร่กระจายของคนตรีอีสานในภาคกลางกรณีแคว้นวงประยูกต์ในจังหวัดนครสวรรค์*. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- วิไลศักดิ์ กิ่งคำ. (2551). *ภาษาไทยถิ่น*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิณา วิสเพ็ญ. (2533). *ดนตรีพื้นบ้านอีสาน*. ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- วีระศักดิ์ จารุแพทย์. (2533). *ชีวิตและผลงานของพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ (สิริจันทโท จันทร์)*
[วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- แวง พลังวรรณ. (2545). *ลูกทุ่งอีสาน: ประวัติศาสตร์อีสานตำนานลูกทุ่ง*. เรือนปัญญา.
- ศรัญญา กิตติวัฒน์ โชติ. (2557). *ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านงานเขียน กรณีศึกษาคุณวิกรม กรมดิษฐ์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2538). *แอ่งอารยธรรมอีสาน (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. พิมพ์.
- ศรีศักร วัลลิโภดม, และสุนีย์ ประสงค์บัณฑิต. (2546). *ประเพณีสิบสองเดือน: พิธีกรรมที่เปลี่ยนไป*. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
https://www.sac.or.th/databases/sac_research/research-item-search.php?ob_id=14
- ศิริพร กรอบทอง. (2541). *วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย พ.ศ. 2481-2535* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร กรอบทอง. (2547). *วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย*. พันธกิจ.
- ศิโรรัตน์ สิริเพ็ญ. (2559). *กลวิธีการสื่อความหมายและการสร้างอัตลักษณ์ของผู้บริโภคในบทโฆษณาที่อยู่อาศัยทางโทรทัศน์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2546). *การออกแบบและผลิตงานโฆษณา*. แซทไฟร์พริ้นติ้ง.
- สังัด ภูเขาทอง. (2532). *การดนตรีไทยและการเข้าสู่ดนตรีไทย*. เรือนแก้วการพิมพ์.
- สถาบันวัฒนธรรมศึกษา. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2561). *มรดกภูมิปัญญาอีสาน*. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สนอง ไสววรรณ. (2545). *วิเคราะห์วรรณกรรมเพลงลูกทุ่งพื้นบ้านอีสานร่วมสมัย พ.ศ. 2500-2545*
[วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมเกียรติ บุญศิริ. (2550). *พลังลูกทุ่ง*. ผู้จัดการรายเดือน, 25(291), 98-108.

- สมชาย ณ นครพนม, พิมพ์พร ไพบูลย์หวังเจริญ, จุฑาทิพย์ โครตประทุม, เบญจมาศ แพทอง, อรสร่า สายบัว, และดาวรัตน์ ชูทรัพย์. (2562). *ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอีสาน*. ชุมชนุสสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สมปอง คำมุงกุล. (2531). *การศึกษาในมณฑลอีสาน ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมสุข หินวิมาน. (2545). คราว: พื้นที่การผลิตวัฒนธรรมแห่งชีวิตประจำวัน. *รัฐศาสตร์สาร*, 23(2), 171-215.
- สมสุข หินวิมาน. (2548). *ทฤษฎีการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์ ปรัชญาวิทยาศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมหมาย ชินนาค. (2563). *มรดกร่วมทางวัฒนธรรมภูมิภาคลุ่มน้ำโขง*. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- สรารักษ์ สุวรรณแสง, และรัตนา จันทร์เทาว์. (2559). การสืบทอดภาษาอีสาน. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(2), 72-88.
- สลัก โฉม สุปงศกร. (2549). *การศึกษาแนวคิดโพสต์โมเดิร์นในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนศิลปะในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญา สมประสงค์. (2555). *การศึกษาการทำเครื่องดนตรีพื้นบ้านอีสาน: กรณีศึกษา หมูบ้านท่าเรือ ตำบลท่าเรือ อำเภอนาหว้าจังหวัดนครพนม* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สันติ ทิพนา, และราตรี ทิพนา. (2560). วาทกรรมผิวเมียในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสานที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย. *วารสารวิชาการ กสทช.*, 2(12), 450-473.
- สันติภาพ เจนกระบวนหัด. (2532). *เพลงลูกทุ่งกับงานบันทึกภาพวัฒนธรรมพื้นบ้าน (กรณีอีสาน)*. ใน *วัฒนธรรมพื้นบ้าน: กรณีอีสาน* (น. 250-251). สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2545, ตุลาคม-พฤศจิกายน). *รายงานภาวะสังคมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 7, 1-5.
- สิงห์มิวสิค แชลเนล. (2561, 5 มี.ค.). *ห่อหมกฮวกไปฝากบ๊าย: ลำเพลิน วงศกร Feat. เต้ กระจุกดอก* [วิดีโอ]. ยูทูบ. <https://www.youtube.com/watch?v=FudAnrJkOb4>
- สินธุ์ทรัพย์เรีคคอร์ด. (2562, 17 ก.พ.). *สิริที่รัก: เต้ นรา* [วิดีโอ]. ยูทูบ. <https://www.youtube.com/watch?v=yrfmbgZ1Kig>

- ลิปวิชญ์ กิ่งแก้ว. (2559). *ดนตรีพื้นบ้านอีสาน-ล้านนา*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิริชญา คอนกรีต. (2556). *เพลงลูกทุ่งอีสาน : อัตลักษณ์และการเมืองเชิงวัฒนธรรมของคนอีสาน พลัดถิ่น* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิริชญา คอนกรีต. (2558). *ดนตรี เทศกาล และอาชีพในเพลงลูกทุ่ง: อัตลักษณ์และการต่อรองของคนอีสาน*. *วารสารอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 44(2), 71-102.
- สิรินทร์ สุรทินนท์. (2557). *การทูตเชิงเศรษฐกิจในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต*.
[https://image.mfa.go.th/mfa/0/yZ0EO327fd/nbt/nbt6/IS/IS6018 .pdf](https://image.mfa.go.th/mfa/0/yZ0EO327fd/nbt/nbt6/IS/IS6018.pdf)
- สีฟ้า. (2519). *ข้าวนอกนา*. คลังวิทยา.
- สุกัญญา บุญแล. (2552). *การสื่อสารอัตลักษณ์กับการบริโภคสื่อโปสเตอร์ท่องเที่ยว* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุกิจ พลประดม. (2538). *ดนตรีพื้นบ้านอีสาน*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2546). *แฉหลักฐาน โบราณคดี พลิกโฉมหน้าประวัติศาสตร์ไทยแอ่งอารยธรรมอีสาน* (พิมพ์ครั้งที่ 4). มติชน.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2549). *พลังลาว ชาวอีสานมาจากไหน*. มติชน.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2550). *คำนิยม ใน เพลงนอกศตวรรษ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). มติชน.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2551). *เรื่องราวทำเพลง: ดนตรีและนาฏศิลป์ชาวสยาม* (พิมพ์ครั้งที่ 3). มติชน.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2563). *โขน, ละคร, ลิเก, หมอลำ, เพลงลูกทุ่ง มาจากไหน? นาตาแฮก*.
- สุตาภัทร นิยมสิทธิ์. (2555). *ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์*.
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุทธาภรณ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา. (2558). *กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ปะทะกับกระแสโลกาภิวัตน์ผ่านพื้นที่ของกาแฟ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุเทพ สุนทรเกษม. (2548). *หมู่บ้านอีสานยุคสงครามเย็น: สังคมวิทยาของหมู่บ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. มติชน.
- สุพิเศษ ศศิวิมล. (2557). *บุคคล (ไม่) ธรรมดา: เจาะแก่นความคิด พลิกวิกฤติ 'ผู้บ่าวไทบ้าน'*. *All Magazine*, 9(4), 80-83.

- สุรพงษ์ สังข์มณี. (2541). *คำนิยมที่ปรากฏในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งอีสาน พ.ศ. 2533-2539*
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม]. มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2551). ที่มาของเพลงลูกทุ่ง. ใน *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราช
ประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เล่ม 33. โครงการสารานุกรมไทยสำหรับ
เยาวชน.*
- สุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2553). เพลงลูกทุ่ง. ใน *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ใน
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เล่ม 33. โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน.*
- สุริยา สมุทคุปดี และคณะ. (2538). *กรวด-หิน-ดิน-ทราย: รัฐ ทุนนิยม และชานาอีสานใน
ยุคโลกาภิวัตน์*. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุริยา สมุทคุปดี และคณะ. (2544). *ร่างกาย กามารมณ์ อัตลักษณ์ และเสียงสะท้อนของคนทุกซ์ใน
หมอลำซึ่งอีสาน*. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุวรรณี เครือปาน. (2542). *ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น*. สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- เสฐียร โกเศศ. (2499). *ประเพณีไทยเกี่ยวกับเทศกาล*. พระจันทร์.
- ไททองคำ เรคคอร์ด. (2562, 9 ธ.ค.). *แค่คนคุย: ลำไย ไททองคำ* [วิดีโอ]. ยูทูบ.
<https://www.youtube.com/watch?v=AASZKISkY9Q>
- อนุชิต สิงห์สุวรรณ. (2553). *ประวัติศาสตร์นิพนธ์อีสาน พ.ศ. 2475 ถึงสิ้นทศวรรษ 2520*
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. คณะกรรมการสภา
วิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2544). เพลง: ความเป็นมนุษย์ สาระชีวิต และมีวสิทวิดีโอ. *นิเทศศาสตร์
ปริทัศน์*, 5(3), 118-121.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2545). *สื่อบันเทิงอำนาจแห่งความไร้สาระ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัมมาร สยามวาลา. (2539). อนาคตเกษตรกรไทยในสองทศวรรษหน้า. ใน *เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์
ศักดิ์ (บ.ก.), เมืองไทยในปี 2560: อนาคตเมืองไทยในสองทศวรรษหน้า*. ชัคเชตมีเดีย.
- อาทิตย์ ทรรศน์วิวัฒน์, และรัตนวดี เศรษฐจิตร. (2557). รูปแบบการสื่อสารของมีวสิทวิดีโอทาง
ยูทูบกับปรากฏการณ์ 100 ล้านวิว. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(2), 194-204.
- อาร์สยาม. (2558, 16 ธ.ค.). *อ้ายมีเหตุผล: เบิ้ล ปทุมราช อาร์ สยาม* [วิดีโอ]. ยูทูบ.
https://www.youtube.com/watch?v=AzAbmDw_1YU

- อาร์สยาม. (2560, 30 ก.ย.). *ให้น้องไปสา: เบิ้ล ปทุมราช อาร์ สยาม* [วิดีโอ]. ยูทูป.
<https://www.youtube.com/watch?v=Q4LHuFCd4dc>
- อาร์สยาม. (2561, 24 พ.ค.). *เฮ็ดทุกวิถีทาง: เบิ้ล ปทุมราช อาร์สยาม Feat. ก้อง ห้วยไร่* [วิดีโอ]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=fgFFuzmK2xU>
- อาร์สยาม. (2561, 28 มิ.ย.). *โสดโสดตาย: นุช วัฒวัลย์ Rsiam* [วิดีโอ]. ยูทูป.
<https://www.youtube.com/watch?v=Y4UJl9jjmc>
- อิสราภาพ เอ็นเตอร์เทนเมนต์. (2561, 28 ก.ย.). *ผู้สาวนุ่งซิ่น (บาสโลป): อ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง* [วิดีโอ]. ยูทูป. <https://www.youtube.com/watch?v=j1GMuAeWmUw>
- อิสราภาพ เอ็นเตอร์เทนเมนต์. (2562, 9 ส.ค.). *สะออนอีสาน: อ้อมแอ้ม ละมัยแสงทอง* [วิดีโอ]. ยูทูป. https://www.youtube.com/watch?v=XL_7zFemj-k
- อุกฤษฏ์ เกลิมแสน. (2561). การต่อรองความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล: การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสาน. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 37(1), 117-138.
- อุทัยทิศ บุญชู. (2536). *การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในอีสานจากนโยบายของรัฐบาลระหว่างปี พ.ศ. 2424-2475* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุษา กลิ่นหอม, ทม เกตุวงศา, ประจวบ จันทร์หมื่น, สัญญา สุภจันทร์, สุจิตร์ เทียงเกตุ, และวีระทองเนตร. (2548). *ชีวิต วัฒนธรรม ชุมชนชาติ*. สถาบันพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ.
- เอกวิทย์ ฌ ถलग. (2540). *ภูมิปัญญาชาวบ้าน 4 ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เอ็ม สตาร์ เรคคอร์ด. (2562, 7 ม.ค.). *คารดแท้..แว๊วบ: หงสา ประภาพร* [วิดีโอ]. ยูทูป.
https://www.youtube.com/watch?v=r_NNRGFDmnQ
- เอี่ยม อามาตย์มุลตรี. (2560). กลวิธีทางภาษา : การสื่อความทางเพศในเพลงลูกทุ่งอีสาน. *วารสารมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด*, 6(2), 196-205.
- เอี่ยมกมล จันทะประเทศ. (2538). *สถานภาพเจ้านายพื้นเมืองอุบล ระหว่างปี พ.ศ. 2335-2476* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- A day. (2563). *อีสาน. นิตยสาร A day*, 20(236), 45.
- Ammarit, S. (2562). *ก้าวต่อไป GMM MUSIC ผู้ยืนหยัดในสมรภูมิ Disruption*.
<https://www.brandage.com/article/11362/GMM-MUSIC>
- Barker, C. (2000). *Cultural studies: theory and practice*. Sage.

- Ben Anderson. (1991). ชุมชนจินตกรรม: บทสะท้อนว่าด้วยกำเนิดและการแพร่ขยายของชาตินิยม. ใน ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (บ.ก.), *reflections on the origin and spread of nationalism*. มุลินีโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
<https://www.brandage.com/article/11362/GMM-MUSIC>
- Hall, S. (1980). Encoding / decoding, In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.). Hutchinson.
- Hall, S. (1997). *Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hesse-Swan, C. (2006). Programming beauty and the absence of Na Lao: Popular Thai TV and identity formation among youth in Northeast Thailand. *Geo Journal*, 66, 257-272.
- McLuhan, Marshall. (1964). *Understanding media*. Routledge.
- Phatharathananunth, S. (2007). *Civil society and democratization: Social movements in Northeast Thailand*. NIAS.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	พันชกานต์ ทานนท์
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต (วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยหัวหน้าหลักสูตรสื่อดิจิทัลและการสร้างสรรค์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประสบการณ์ ผลงานทางวิชาการ รางวัล หรือทุนการศึกษาเฉพาะที่สำคัญ

- บทความวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร รูปแบบ และลักษณะการรายงานข่าวสารเกี่ยวกับไวรัสโควิด-19 จากสำนักข่าวชั้นนำของเว็บไซต์ในประเทศไทย”
- บทความวิชาการเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดการเมืองไทยปี 2562 กรณีศึกษา : พรรคอนาคตใหม่”
- บทความวิชาการเรื่อง “การสร้างแบรนด์บุคคลของศิลปินลูกทุ่ง ป๊อปปี้ ปรัชญาลักษณ์”
- บทความวิชาการเรื่อง “พัฒนาการของภาพผู้หญิงชนบทลัดถิ่นในเพลงลูกทุ่ง”