

อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่¹

THE IDENTITY OF ADAPTED ISAN MUSIC IN THE NEW AGE OF ISAN CULTURE

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย²

อ.ดร.ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเคลื่อนตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง 2) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะเทคโนโลยีก่อการ (Disruptive Technology) ในการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมอีสาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยดังนี้ วิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) เพลงอีสานประยุกต์จำนวน 20 เพลง สัมภาษณ์เชิงลึกนักร้อง ศิลปินและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเพลงอีสานประยุกต์ จำนวน 5 คน และจัดสนทนากลุ่ม กลุ่มผู้ฟังเพลงอีสานจำนวน 8 คน

ผลการวิจัยสรุปว่า อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ คือ เพลงที่มีเนื้อร้องภาษาอีสานเป็นหลัก ผสมผสานด้วยภาษาอื่น เช่นอังกฤษ ไทยกลาง เขมร มีวิธีการนำเสนอผ่านดนตรีที่หลากหลาย ผสมทั้งเครื่องดนตรีพื้นบ้านและเครื่องดนตรีสากล ขับร้องโดยคนอีสาน โดยมากนักร้องในยุคอีสานใหม่มีอายุประมาณ 20-25 ปี ซึ่งถ่ายทอดความคิดออกมาในเนื้อหาเพลงที่พูดถึงเรื่องความรัก และฉายภาพชนบทอีสานยุคใหม่ ที่ไม่ได้มีแต่ความยากลำบาก พุงนาแต่กระแงอีกแล้ว แต่เป็นวิถีชีวิตที่เข้าถึงความเจริญของเขตเมือง ตัวละครในเพลงมีความมั่นใจในตัวเอง ไม่ต้ออกซัดหัว ทั้งยังภูมิใจในความเป็นคนอีสาน และพยายามแสดงออกอย่างเด่นชัด เก็บสุนทรียะแบบอีสานที่มีความสนุกสนาน ขำขัน ชี้เล่น เอาไว้ในเพลงอยู่เสมอ ซึ่งทั้งหมดนี้เผยแพร่ไปสู่คนส่วนมากด้วยการใช้สื่อใหม่เป็นตัวกลาง มีการทำค่ายเพลงขนาดเล็กเองในต่างจังหวัด โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเผยแพร่

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ / เพลงอีสาน / เทคโนโลยีก่อการ

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง “อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่”

² นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย panis.phosriwungchai@gmail.com

³ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Abstract

This research aims for 3 objectives, to study the movement of Isan music to main culture, to study the change of adapted Isan music in the age of new Isan culture, and lastly, to study the digital media as a disruptive technology in the cultural movement of Isan culture. To gather the needed data, difference methods were used in the study, including textual analysis of 20 Isan songs, in-dept interviews of 5 singers, artists and creators of adapted Isan music, and a focus group of 8 adapted Isan music listeners. In conclusion, there are various identities of adapted Isan music in the age of new Isan culture. Adapted Isan songs are sang mainly by Isan singers, in Isan dialect, mixed with some other dialects or languages namely, English, central Thai or Khmer. The musical instruments used in adapted Isan music are diverse, both traditional Thai and western musical instruments. Age range of the singers is approximately 20-25 years old. The lyrics are mostly about love story, or life of rural Isan people in the modern world. Unlike in the past, people in Isan today, which are main characters of adapted Isan songs, are no longer have to struggle with impoverished lives or harsh environmental problems. They are rather satisfied with their lives, and take pride in being Isan people. The next identity is that adapted Isan music still maintains what is all-time well known as identity of Isan aesthetics, humor. Technology also plays a big role in the age of new Isan culture. In contrary to hit Isan songs in the past which are mostly produced by Bangkok based big music companies, adapted Isan music is produced by smaller independent music companies in the provinces, and becomes big hit all over Thailand thanks to the help of internet as a main streaming channel.

Keywords: Identity / Isan Music / Disruptive Technology

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เพลง เป็นศูนย์กลางของการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมตลอดมา สืบทอดมาตั้งแต่ชนเผ่าที่ส่งเสียงร้องตามธรรมชาติ ใช้วัสดุธรรมชาติเคาะประกอบจังหวะ จนมนุษย์พัฒนาเครื่องดนตรีขึ้นมาหลากหลายและซับซ้อนกว่าเดิม หลังจากมีเทคโนโลยีการบันทึกเสียง เพลงก็พัฒนากลายเป็นธุรกิจบันเทิงที่เข้าถึงผู้คนจำนวนมาก จนกลายเป็นวิถีชีวิตของสังคมยุคใหม่ เพลงกลายเป็นสินค้าและเป็นตัวถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และยิ่งแพร่หลายมากขึ้นเมื่อเพลงอยู่ในรูปแบบไฟล์เสียง .mp3 ที่ส่งต่อได้ง่ายดาย และยิ่งกระจายไปเร็วขึ้นเมื่อโลกเข้าสู่ยุคดิจิทัลหรือยุคของสื่อใหม่ ที่อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร และสื่อในรูปแบบต่างๆ จนเกิดเว็บไซต์ที่กลายเป็น ‘พื้นที่’ ที่เผยแพร่เพลง ให้คนไว้อัปโหลด และเลือกฟังได้อย่างหลากหลาย เช่น www.youtube.com, Joox ฯลฯ ทำให้คนสามารถฟังเพลงซ้ำโดยไม่จำเป็นต้องฟังจากศิลปินเล่นสด และเลือกฟังเพลงได้หลายแนว หลากวัฒนธรรม ในทุกที่ทุกเวลา ดังที่ John Hagel และ John Seely Brown (2005) มองว่า ผู้รับสารสามารถเลือก ‘หยิบ’ หรือ ‘ตึง’ เนื้อหาออกมาได้เอง โดยไม่ต้องเป็นฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก มีวิดีโอและไฟล์เสียงจำนวนมากถูกอัปโหลดขึ้นบนเว็บไซต์ยูทูป ผู้คนอัดเสียงร้องใส่ภาพประกอบ แล้วเผยแพร่ผ่านช่องทางของตัวเอง รอให้มีคนมาฟัง โดยมีตัวชี้วัดความนิยมคือยอดการรับชมได้คลิบ จากแต่เดิมที่ต้องลงทุนกับค่าผลิต เทปคาสเซ็ท หรือแผ่นซีดีในการเผยแพร่สู่ผู้คนจำนวนมาก ผู้คนก็สามารถเข้ามาใช้พื้นที่เว็บไซต์เพื่อเผยแพร่งานได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ก่อให้เกิดสื่อผลิตเอง หรือ DIY Media ของผู้คนที่หลากหลาย โดยไม่ได้จำกัดอำนาจการกำหนดแนวเพลงอยู่กับค่ายใดค่ายหนึ่ง

ในช่วง พ.ศ. 2557-2561 เพลงอีสานได้รับความนิยมสูงในระดับประเทศ ได้รับการพูดถึงในวงกว้าง จนนำไปสู่กระแส ‘อีสานฟีเวอร์’ เพลงอีสานได้เปิดและฟังซ้ำอย่างแพร่หลาย เช่น เพลง *คู่ครอง* เพลง *คำแพง* เพลง *ผู้สาวขาละ* และเพลง *ทดเวลาบาดเจ็บ* ในกลุ่มเพลงเหล่านี้ มีถึง 3 เพลงที่ติดอันดับยอดรับชมเพลงไทยสูงสุดในเว็บไซต์ยูทูป 5 อันดับแรก (ข้อมูล ณ วันที่ 8 กันยายน 2561) นอกจากนี้ ยังมีเพลงลูกทุ่งอีสานประยุกต์ที่นำดนตรีสากลเข้ามาประกอบเนื้อเพลงภาษาอีสาน ได้รับความนิยมอีกจำนวนมาก หลายเพลงมียอดวิวในเว็บไซต์ยูทูปเกิน 100 ล้านวิว เพลงเหล่านี้หลายเพลงผลิตเองในต่างจังหวัด ไม่ได้มีค่ายเพลงขนาดใหญ่ดูแลยกตัวอย่างเช่น เพลง *ไสว่าลีบลิ้มกัน* ของ ก้อง ห้วยไร่ มีคนนำไปทำซ้ำหลายรูปแบบ และโด่งดังขึ้นมาอีกเมื่อไข่มุก รุ่งรัตน์ นำไปร้องประกวดในรายการ The Voice Thailand season 4 หน้ากากลูกโป่ง ก็นำเพลงนี้ไปร้องในรายการ The Mask Singer 4 รวมถึงมีผู้คนนำเพลงไปร้องในรูปแบบสรภัญญะ สวดเป็นจังหวะหยุดตามรูปประโยคฉันทลักษณ์ คล้ายบทสวดบูชาพระรัตนตรัยในพระพุทธศาสนา รวมถึงแปลงเป็นภาษาไทยกลาง ไม่ใช่เฉพาะเพลงลูกทุ่งเท่านั้น แต่ยังมีศิลปินอีสานที่นำเนื้อร้องและเครื่องดนตรีแบบอีสานเข้าไปร่วมกับดนตรีตะวันตก เช่น VKL หรือ เพทาย วงษ์คำเหลา นักร้องฮิปฮอปที่ผสมผสานเสียงพิณเข้าในเพลง และรัสมิ์ เวะระนะ นักร้องจาก

อุบลราชธานีที่ผสมดนตรีโซลเข้ากับหมอลำ โดยมีเนื้อร้องเป็นภาษาอีสาน ฯลฯ จากการฟังหมอลำ คำผญา ในอดีตตอนนี้เพลงอีสานได้ประยุกต์วัฒนธรรมดั้งเดิมเข้ากับวัฒนธรรมสมัยใหม่ จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ในปัจจุบัน ความเคลื่อนไหวของวัฒนธรรมอีสานที่เข้ามาสู่เมืองมีการเปลี่ยนรูปแบบไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม ‘คนชนบท’ ไม่จำเป็นต้องเข้า ‘เมือง’ ก็สามารถถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด งานศิลปะ วรรณกรรม และเสียงเพลงได้ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เมื่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตเข้าถึงเกือบทุกพื้นที่ในประเทศไทย ไม่ว่าจะอยู่ ‘บ้านนอก’ หรือ ‘กลางเมือง’ ก็สามารถเสพข่าวเดียวกันได้ วรากรณ์ สามโกเศศ เขียนบทความชื่อ *อิทธิพลของคนเมืองเสมือน* ไว้ว่า “สภาวะการณ์ที่ ‘ระยะทางตายแล้ว’ (Distance is Dead) ทำให้ต้องเปลี่ยนคำจำกัดความของการเป็นคนเมืองเสียใหม่” กล่าวคือ ‘คนชนบท’ ไม่ได้เป็นแค่คนไม่รู้เรื่องราว หรือห่างไกลความเจริญ และ ‘คนเมือง’ ก็ไม่ได้มีแค่คนที่อยู่ในเมืองใหญ่นั้น แต่ยังมี ‘คนเมืองเสมือน’ (Virtual Urban People) อยู่ด้วย กล่าวคือแม้ผู้คนจะอาศัยในเขตชนบท มองไปมีแต่เรือกสวนไร่นา แต่เขาสามารถดูคอนเสิร์ตกลางทะเลสาบเมืองทองได้ ดูคลิปแต่งหน้าของแพร์รี่พายได้ ดูฟุตบอลส่งตรงจากอังกฤษได้เหมือนๆ กัน เมื่อรับสื่อใกล้เคียงกัน จึงทำให้คนชนบทและคนเมืองมีความคิด พฤติกรรม รสนิยม และความเชื่อใกล้เคียงกัน ปრაภฏการณีนี้อุดคล้องกับทฤษฎีโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่อธิบายขบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างประเทศและประชาชนทั่วโลก เป็นการลดทอนพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ผู้คนมีสำนึกการเป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของโลก เมื่อเกิดเหตุการณ์หนึ่งในแห่งหนใด ก็จะกระทบกับอีกมุมหนึ่งของโลก (Pries, 2001) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technology Change) คือหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ผู้คนทั่วโลกเกิดปฏิสัมพันธ์กัน เชื่อมโยงสื่อสารกันได้รวดเร็วผ่านเทคโนโลยีดาวเทียม ดังนั้นจึงทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมผ่านสื่อในเทคโนโลยีเหล่านี้ด้วย

อิทธิพลของเทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนอุตสาหกรรมหลายอย่าง เนื้อหาที่หลากหลายจากผู้คนที่หลากหลาย จึงเกิดขึ้นในยุคดิจิทัลนี้ การเกิด Digital Disruption ทำให้ธุรกิจเพลงต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองขนานใหญ่ จากที่เคยอัดเสียงลงเทปคาสเซ็ทหรือซีดี ต้องเปลี่ยนเป็นไฟล์ .mp3 การเข้ามาของเทคโนโลยีนี้จึงก่อความสิ่งที่มีอยู่เดิม แต่ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างรูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ คำว่า ‘ก่อกวน’ ในที่นี้ จึงไม่ได้หมายถึงเทคโนโลยีที่เข้ามา ก่อกวนหรือขัดขวางการสื่อสารและเนื้อหา แต่เป็นเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงการสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เป็นอยู่ให้แตกต่างออกไป ซึ่งเป็นสภาวะที่ทุกคนเข้าถึงเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตได้ ก็เปิดโอกาสและมอบอำนาจการสร้างสรรค์สื่อให้อุตสาหกรรมขนาดย่อมด้วย นักร้องอีสานที่โด่งดังหลายคน เช่น แซ็ค ชุมแพ, ก้อง ห้วยไร่, ลำไย ไหทองคำ ฯลฯ ก็ผลิตเพลงเองโดยไม่ได้เข้าสู่ระบบค่ายเพลงขนาดใหญ่ จากนั้นจึงเผยแพร่ผ่านช่องทางของตัวเองในเว็บไซต์ยูทูบ

ดังนั้น จึงเกิดคำถามว่าเหตุใดเพลงอีสานจึงได้รับความนิยมสูงในช่วงปีที่ผ่านมา รวมถึงวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมอีสานผ่านเพลงเป็นอย่างไร จนนำมาสู่การศึกษาวิจัยครั้งนี้อันมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ หมายถึงช่วง พ.ศ.2557 - 2561 ที่นักร้องลูกทุ่งอีสานยุคใหม่ ปรับเปลี่ยนลักษณะเพลง โดยผสมผสานดนตรีอีสานเข้ากับดนตรีสากล และไม่จำเป็นต้องเข้ามาฟัง

ค่ายเพลงขนาดใหญ่ก็สามารถทำเพลงด้วยตัวเองได้ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการเข้ามาของเว็บไซต์ยูทูบ ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีช่อง (Channel) เป็นของตัวเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเคลื่อนไหวตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่
3. เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะเทคโนโลยีก่อกวน (Disruptive Technology)

ที่มีต่อการเคลื่อนไหวตัวของวัฒนธรรมอีสาน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยที่ได้ นำมาอ้างอิงองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของเพลงกับภาพสะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมในบริบทเมืองในยุคสมัยใหม่
2. ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมเพลงอีสาน สามารถนำวิธีการเคลื่อนไหวของอัตลักษณ์วัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง ไปประยุกต์ใช้กับการเคลื่อนไหวของอัตลักษณ์วัฒนธรรมอื่น
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปปรับใช้กับหน่วยงานเกี่ยวกับดนตรีและวัฒนธรรม เช่น การผลิตงานดนตรีที่ผสมผสานหลากหลายวัฒนธรรมไว้ด้วยกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 วิธี คือ

1. วิเคราะห์ตัวบทเพลงอีสานประยุกต์

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเพลงที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ยูทูบตั้งแต่ พ.ศ.2557- 2561 จำนวน 20 เพลง โดยใช้หลักเกณฑ์วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ดังนี้ 1) เป็นเพลงของศิลปินที่เริ่มจากการทำเพลงเองในอุตสาหกรรมขนาดย่อม เผยแพร่ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือผลิตซีดีจำหน่ายเอง 2) หรือเป็นศิลปินที่เคยออกอัลบั้มกับค่ายใหญ่ แต่ออกมาผลิตเพลงเอง เผยแพร่ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต 3) มียอดรับชมสูงเกิน 50 ล้านวิว หรือเผยแพร่ในต่างประเทศ 4) ผลงานเพลงที่ออกมา เป็นการประยุกต์เพลงอีสานเข้ากับดนตรีสากลสมัยใหม่

2. สัมภาษณ์เชิงลึกกับนักร้อง ศิลปิน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตเพลงอีสานประยุกต์

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์มีคุณสมบัติ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำเพลงอีสาน มีประสบการณ์มากกว่า 2 ปี ทั้งนักร้อง ศิลปิน ผู้แต่งเพลง และนักเขียน จำนวน 5 คน ใช้วิธีการตั้งคำถามโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับจุดประสงค์ของการวิจัย ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง) Semi-Structured Selected Interview วัลวงหน้าและใช้คำถามแบบปลายเปิดโดยได้วางแนวทางการสัมภาษณ์เป็นการกำหนดประเด็นคำถามที่ต้องการ (Open-ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ทั้งในประเด็นที่ได้ตั้งคำถามไว้และข้อมูลเพิ่มเติมที่เห็นควรว่าเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยได้อย่างอิสระ โดยระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

3. สันทนาการกลุ่มกับกลุ่มผู้ฟังเพลงอีสาน

ในการสนทนากลุ่มกับบุคคลที่ผ่านเกณฑ์ ใช้วิธีการตั้งคำถามโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกับจุดประสงค์ของการวิจัย โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มคนฟังเพลงอีสาน ที่ไม่ใช่คนอีสาน อายุ 20-40 ปี โดยไล่ลำดับประเด็นไปตามคำถามนำวิจัย เปิดโอกาสให้ทุกคนพูดอย่างเสมอภาค ปล่อยให้การแสดงความคิดเห็น เป็นไปอย่างสลับไหล โดยผู้วิจัยคอยควบคุมให้การสนทนาอยู่ในประเด็นที่วางกรอบไว้

ผลการวิจัย

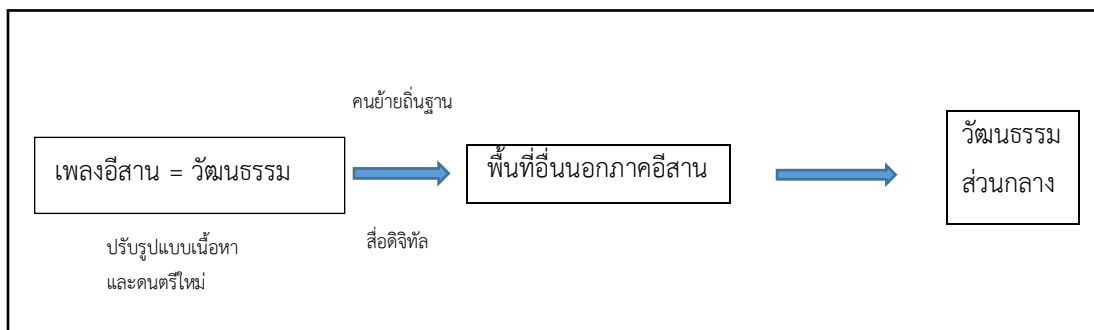
การเคลื่อนตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง

‘การเคลื่อนที่’ ของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่ส่วนกลาง ไม่ได้เกิดขึ้นลอยๆ โดยปราศจากบริบททางสังคมการเมือง ในการวิจัยพบว่า การเคลื่อนที่ของเพลงอีสาน เกิดจากการเคลื่อนที่ในเชิงพื้นที่จริง เนื่องจากมีคนอีสานจำนวนมากที่โยกย้ายถิ่นที่อยู่เข้ามาในเมืองหลวง รวมถึงไปอยู่ตามจังหวัดอื่นๆ เข้าไปทำงานในหลายลักษณะ หลากหลายบริษัท และหลากหลายพื้นที่ ดังนั้น ‘การเข้าเมือง’ ของคนอีสาน จึงเป็นการนำวัฒนธรรมติดตัวมาด้วย หมายรวมไปถึง ภาษา การกิน การแต่งกาย และเพลง ฯลฯ เมื่อวัฒนธรรมเหล่านี้เข้ามาในเมืองจากจำนวนคนอีสานมหาศาล ก็ทำให้เกิดภาพคุ้นตาสำหรับคนในเมือง การกินข้าวเหนียวส้มตำกลายเป็นวัฒนธรรมที่แพร่หลาย รวมถึงการเปิดเพลงลูกทุ่งอีสานบนรถแท็กซี่ รถเมล์ หรือร้านลาบ ฯลฯ ส่งผลให้เพลงอีสานกระจายไปสู่คนภาคอื่น แต่ก่อนหน้านี้วัฒนธรรมการฟังเพลงลูกทุ่งอีสานยังไม่ได้แพร่หลายไปสู่คนภาคอื่น ๆ หรือคนเมืองชนชั้นกลาง เพราะรูปแบบของเนื้อหาที่ยังจำกัดอยู่ในเรื่องของความยากลำบากในการตามหาความฝัน หรือหาเงินในเมืองหลวง รวมถึงแนวคิดที่มีความเป็นลูกทุ่งที่ใช้เสียงพิณและแคนเป็นหลัก เพลงลูกทุ่งอีสานกลายเป็นเพลงที่เอาไวฟังเพื่อเวลา ‘คิดถึงบ้าน’ ของคนอีสานที่จากบ้านมาไกล หรือเพลงหมอลำก็ยังคงเป็นเพลงที่ฟังกันในพื้นที่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น ด้วยการเข้าไปฟังตามเวทีหมอลำ เพลงเหล่านี้ยังอาศัยสื่อกลางแบบเก่า เช่น เทปคาสเซ็ท วิทยุ หรือการฟังสดตามเวที ซึ่งเป็นสื่อที่มีข้อจำกัดเรื่องการเข้าถึงผู้คน ทั้งเวลาและสถานที่ จนกระทั่งการเข้ามาของสื่อใหม่ ทำให้ผู้คนสามารถส่งต่อข้อมูลได้อย่างอิสระ มีข้อจำกัดน้อย เพลงกลายเป็นไฟล์เสียงที่

สามารถส่งต่อผ่านโครงข่ายดาวเทียมได้ในเวลาเสี้ยววินาที จนกระทั่งการเกิดขึ้นของเว็บไซต์ ยูทูบ ใน พ.ศ.2549 ที่ทำให้คนสามารถมีช่องทางในการเผยแพร่เนื้อหาของตัวเอง ในรูปแบบไฟล์ภาพและเสียง จึงทำให้ข้อมูลจำนวนมหาศาล ทั้งเพลง ภาพยนตร์ วิดีโอขนาดสั้นทั้งแนวตลกฮาซัน ความรู้ ข่าวสาร ฯลฯ ถูกอัปโหลดขึ้นไปในโครงข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อกกลางในการฟังเพลงแบบยุคอนาล็อกจึงถูกสิ้นคลอน และเกิดการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการฟังเพลงของคนเรื่อยมา

ในขณะที่โลกของเทคโนโลยีเปลี่ยน โลกทางสังคมการเมืองและวัฒนธรรมก็เปลี่ยนไปด้วย ตัวเลขการย้ายถิ่นฐานแสดงให้เห็นว่า แม้จะมีการย้ายถิ่นฐานก่อนหน้านั้น แต่เมื่อเริ่มมีการเปลี่ยนอาชีพจากภาคการเกษตรเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม คนอีสานย้ายถิ่นฐานเข้าเมืองเพื่อหางานในยุคเริ่มต้นอุตสาหกรรมช่วงต้นทศวรรษ พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว สาเหตุสำคัญประการหนึ่งมาจากการลงทุนจากต่างประเทศ และความสำเร็จของอุตสาหกรรมส่งออก การขยายตัวของการลงทุนจากต่างประเทศและอุตสาหกรรม ทำให้อุปสงค์หรือความต้องการแรงงานทุกประเภทเพิ่มขึ้นมาก คนอีสานมีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์รับเอาวัฒนธรรมอื่นๆ มาผสมกับวัฒนธรรมอีสานมากขึ้น รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่เข้าไปพัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากนโยบาย ‘น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี’ คนอีสานค่อยๆ ปรับเปลี่ยนตัวเองทั้งทางฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา และผนวกรวมเอาวัฒนธรรมส่วนกลางของประเทศเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น การผสมผสานเหล่านี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมเพลงก็เริ่มมีการเอาเพลงอีสานไปผนวกกับเพลงแนวอื่นมากขึ้น เช่น เพลง *คิดฮอด* ที่ศิริพร อำไพพงษ์ ร้องร่วมกับบอดี้แสลม (2553) หรือเพลง *ภูมิแพ้กรุงเทพ* ที่ต๊ากแตน ชลดา ร้องร่วมกับบรินทร์ กิ่งศักดิ์ (2556) รวมถึงเพลงลูกทุ่งอีสานเองที่มีการนำเอารูปแบบดนตรีแบบสตริงเข้ามาในเพลงเรื่อยมา ปรับเปลี่ยนปรับปรุงทึบห่อ จนกลายเป็นเพลงอีสานแนวใหม่

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2557 ที่มีศิลปินนำเพลงหมอลำอีสานเข้าไปประยุกต์กับดนตรีแบบโซล หรือ World Music เช่น Paradise Bangkok และรัสมิ์ อีสานโซล แต่ยังคงได้รับความนิยมในกลุ่มคนเฉพาะเท่านั้น ทั้งยังได้รับความนิยมในกลุ่มคนต่างชาติดังอย่างมาก จนกระทั่งเพลง *ไสวาลัยถิ่นถิ่น* ของ ก้อง ห้วยไร่ โด่งดังขึ้นมาในโลกออนไลน์ ในปี 2559 และยังคงมาด้วยเพลง *คู่คอง คำแพง ผู้สาวขาละ* ในปี 2560 ซึ่งนับเป็นช่วงที่เพลงอีสานประยุกต์ได้รับความนิยมไปทั่วประเทศ โดยไม่ได้จำกัดอยู่แค่คนอีสานเท่านั้น ในจำนวนเพลงทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น เป็นการผลิตเพลงเองในค่ายเพลงขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับการเข้ามาของสื่อดิจิทัล ที่ทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อได้อิสระมากขึ้น ทั้งในลักษณะของผู้รับสารและผู้ส่งสาร เพลงอีสานประยุกต์จึงเข้ามาสู่ส่วนกลางได้จากเครื่องมือที่เป็นสื่อดิจิทัล โดยมีปัจจัยสนับสนุนคือ การย้ายถิ่นฐานเข้ามาในเมืองของคนอีสาน และรูปแบบของเพลงอีสานประยุกต์ที่ปรับเนื้อหาและดนตรีให้เข้าถึงคนทั่วไปได้มากขึ้นจากการวิเคราะห์ดังกล่าว สรุปได้ว่าการเคลื่อนตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง มี 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) การเปลี่ยนรูปแบบดนตรีและการร้อง ทำให้เข้าถึงผู้คนง่ายขึ้น คนเสพเพลงง่ายขึ้น 2) การย้ายถิ่นฐาน ทำให้เพลงติดตัวคนไปในหลายพื้นที่ และ 3) สื่อดิจิทัล ช่องทางการสื่อสารที่แพร่หลาย และใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยทำเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิ 1 ลักษณะการเคลื่อนตัวของสื่อเพลงจากวัฒนธรรมอีสานเข้าสู่วัฒนธรรมส่วนกลาง

การเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์เพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ และบทบาทของสื่อดิจิทัลในฐานะเทคโนโลยีก่อกวน (Disruptive Technology) ต่อการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมอีสาน

เพลงหมอลำลูกทุ่งอีสาน มีลักษณะของการ ‘ด้นสด’ (Improvised) ตามรูปแบบของดนตรีและการแต่งเนื้อหา และมีการผนวกเอาหมอลำ ทั้งเครื่องดนตรีและวิธีการร้องเข้ากับดนตรีตะวันตก หลังจากทีวัฒนธรรมผับบาร์เข้ามาในช่วงสงครามเวียดนาม ที่มีทหารจากสหรัฐอเมริกาเข้ามาตั้งฐานทัพที่ไทย และนำวัฒนธรรมผับบาร์รวมถึงดนตรีแนวใหม่จากทางตะวันตกมาด้วย จนผู้คนซึมซับเอาวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้ามาปรับใช้กับสิ่งที่ตนเองมีอยู่ และเมื่อดนตรีมีการพัฒนาเรื่อยมา จึงมีการปรับรูปแบบการผสมผสานให้ชัดเจนและมีมาตรฐานขึ้น

จนเมื่อมาถึงยุคอีสานใหม่ในช่วงปี 2557-2561 ที่เพลงลูกทุ่งอีสานปรับเปลี่ยนให้เข้ากับเพลงสตริงมากขึ้น โดยมีการเอาเสียงพิณแคนเข้ามาาร่วมด้วย โดยเนื้อเพลงเน้นไปที่แนวความรัก และวิถีชีวิตแบบอีสานยุคใหม่ ซึ่งปรับเปลี่ยนจากเพลงลูกทุ่งยุคก่อนที่พูดถึงความยากลำบากในการมาใช้ชีวิตในเมืองหลวง การตามหาฝัน ให้กลายเป็นการเล่าวิถีชีวิตแบบอีสานมากขึ้น โดยใส่อารมณ์ขันเข้าไปในเนื้อเพลง และลักษณะการร้องหลายเพลงมีเนื้อหาสองแง่สองง่าม ซึ่งถึงแม้ว่าในกลอนลำคำพญา ที่เป็นคำกลอนโบราณ และการเขียนเนื้อร้องหมอลำของอีสานแบบดั้งเดิม จะมีการพูดถึงเรื่องเพศมาอยู่ก่อนแล้ว แต่ความแตกต่างคือลักษณะของการเลือกใช้คำที่มีชั้นเชิงต่างกันตามความเห็นของศิลปินอีสานรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของคนฟังเพลงอีสานที่เลือกฟังเพลงอีสานประยุกต์เพราะสามารถเชื่อมโยงกับเนื้อหาได้ง่ายขึ้น เพราะเป็นเพลงที่พูดเรื่องทั่วไปเช่น ชีวิต ความรัก

การให้กำลังใจ ฯลฯ โดยไม่ได้พูดถึงเฉพาะความยากลำบากของคนอีสานอย่างเดียว ที่อาจทำให้คนภาคอื่นไม่สามารถเชื่อมโยงกับเนื้อหาได้

เพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ที่ได้รับความนิยม มีการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและเนื้อหา มักเล่าเรื่องการผิดหวังในความรัก วิถีชีวิตของคนอีสาน โดยใช้การเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีความทันสมัย เช่น การใช้วัฒนธรรมเกาหลี (K-Pop) เข้ามาอธิบายความเป็นเมือง หรือความเจริญ หรือการเปรียบเทียบความร่ำรวยกับเจ้าชายดูไบ ทั้งนี้ยังมีการเลือกใช้คำอีสานที่ติดหูมาใช้ เช่น *ชาเลาะ* ที่หมายถึงการตะลอนเที่ยวไปเรื่อย *ห่อหมกฮวก* ที่หมายถึงอาหารการกินในแบบของคนอีสาน *ฮ้าฮอน* หมายถึง ความอ้าอวด *เต่างอย* เปลี่ยนชื่ออำเภอให้กลายเป็นคำประกอบจังหวะที่ติดหู *เอาซันบ่* หมายถึง เอาอย่างนี้มัย ฯลฯ คำเหล่านี้เป็นคำที่ไม่คุ้นหูของคนภาคอื่น แต่เมื่อนำมาประกอบกับจังหวะเพลงที่สนุกสนานขึ้นจึงเปลี่ยนคำที่ 'ไม่คุ้นหู' กลายเป็นคำ 'ติดหู' ได้ นอกจากนี้ยังมีการเปรียบเทียบความเจ็บปวดของความรักเข้ากับสิ่งของและเรื่องราวต่างๆ เช่น เปรียบความรักเป็นเกมฟุตบอล เปรียบช่วงเวลาของความรักเป็นระเบิดเวลา ฯลฯ ซึ่งทำให้เนื้อเพลงเป็นที่จดจำของคนฟังได้ โดยไม่มีเพลงใดเลยที่พูดถึงความยากลำบากของคนอีสานที่มาใช้ชีวิตในเมืองกรุง

การเล่นกับอารมณ์ขันของเนื้อหาเพลง และใส่ดนตรีที่หลากหลายเข้าไป ทำให้เพลงเหล่านี้ฟังง่ายและเข้าถึงผู้คนได้ง่าย จังหวะสะดุดหู และมีท่อนจำ จึงทำให้ผู้คนนิยมเอมาร้องหรือเปิดฟังเพื่อความผ่อนคลาย ทั้งนี้ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้เพลงอีสานมีอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนไปคือ วิถีชีวิตของนักร้องอีสานรุ่นใหม่ ที่แตกต่างจากนักร้องอีสานรุ่นก่อน บางส่วนไม่จำเป็นต้องเข้ากรุงเทพฯ เพื่อหางานทำ เพราะเรียนหนังสือที่บ้าน และหางานทำที่บ้านได้ แต่ก็มีบางส่วนที่เข้าเมืองหลวงมาเพื่อหางานทำ เพียงแต่เลือกที่จะเล่าเรื่องความรักผ่านบทเพลงมากกว่าเล่าความลำบากของชีวิตในเมืองหลวง

การพัฒนาในอีสานทั้งโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม สถานศึกษา สัญญาณอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ทำให้กลุ่มคนรุ่นใหม่ในอีสานเข้าถึงความทันสมัย และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ยังหมายรวมถึง การเข้าถึงข้อมูล ความรู้ ข่าวสารที่หลากหลาย ภาษาต่างประเทศไหลทะลักเข้ามาจากหลายช่องทาง วิธีการทำเพลง สื่อต่างประเทศ เรื่องราวทันเหตุการณ์ คือข้อมูลมหาศาสตร์ที่อยู่ในอินเทอร์เน็ต ด้วยการเข้าถึงสิ่งเหล่านี้จึงทำให้ศิลปินอีสานยุคใหม่ผสมผสานเอาสิ่งต่างๆ รอบตัวออกมาเป็นเพลง เกิดเป็นอัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ที่มีภาษาหลากหลายรวมอยู่ในเพลงเดียว ไม่ยึดติดอยู่กับวิธีการเขียนเพลงแบบเดิม มีวิธีเล่าภูมิปัญญาแบบอีสานดั้งเดิมรวมกับวิถีชีวิตอีสานแบบใหม่ มีน้ำเสียงหลายระดับ ทั้งโศกเศร้า สนุกสนาน เอาจริงเอาจัง รวมถึงสายตาที่มองตัวเองในฐานะคนอีสานก็เปลี่ยนไปเมื่อวิเคราะห์จากเนื้อเพลง ทั้งนี้การเลือกหยิบเอาสิ่งที่แสดงอัตลักษณ์ของอีสานได้เด่นชัดมาใช้ เช่น พิณแคน วิธีการร้องแบบหมอลำ คำกลอนอีสาน มาผสมรวมกับวัฒนธรรมสากล ก่อเกิดเป็น 'อีสานทันสมัย' ที่ไม่ได้จำกัดตัวเองอยู่แค่ท้องถิ่น และการร้องแบบหมอลำเท่านั้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหล่านี้ มีปัจจัยทั้งจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การพัฒนาประชากร การศึกษา ช่วงอายุ และการรับข่าวสารของผู้คน อัตลักษณ์ของเพลงประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ จึงหมายถึงการเคลื่อนทั้งองค์ประกอบของสังคม

อีสานที่สะท้อนผ่านบทเพลงรูปแบบผสมผสาน ที่แม้ไม่ใช่หมอลำอีสานแบบดั้งเดิม แต่ก็ยังคงอัตลักษณ์ความเป็นคนใจสู้แต่สนุกสนาน ผ่านน้ำเสียงที่แตกต่างหลายระดับ และวิธีการนำเสนอที่เข้าถึงคนได้จำนวนมาก

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ คือ เพลงที่มีเนื้อร้องภาษาอีสานเป็นหลัก ผสมผสานด้วยภาษาอื่น เช่นอังกฤษ ไทยกลาง เขมร มีวิธีการนำเสนอผ่านดนตรีที่หลากหลาย ผสมทั้งเครื่องดนตรีพื้นบ้านและเครื่องดนตรีสากล ขับร้องโดยคนอีสาน โดยมากนักร้องในยุคอีสานใหม่มีอายุประมาณ 20-25 ปี ซึ่งถ่ายทอดความคิดออกมาในเนื้อหาเพลงที่พูดถึงเรื่องความรัก และฉายภาพชนบทอีสานยุคใหม่ ที่ไม่ได้มีแต่ความยากลำบาก ทุ่งนาแต่กระแงอีกแล้ว แต่เป็นวิถีชีวิตที่มีเส้นแบ่งของชนบทกับเมืองอย่างพร่าเลือน ตัวละครในเพลงมีความมั่นใจในตัวเอง ไม่ต้ออกซกตัว ทั้งยังภูมิใจในความเป็นคนอีสาน และพยายามแสดงออกมาอย่างเด่นชัด มีวิธีบอกเล่าความรู้สึกที่ทันสมัย หยิบเรื่องราวมาเล่าอย่างหลากหลาย ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านผสมกับความทันสมัยใหม่แสดงให้เห็นผ่านวิธีการใช้คำ เนื้อเพลง และเครื่องดนตรี เก็บสุนทรียะแบบอีสานที่มีความสนุกสนาน ขำขัน ขี้เล่น เอาไว้ในเพลงอยู่เสมอ ซึ่งทั้งหมดนี้เผยแพร่ไปสู่คนส่วนมากด้วยการใช้สื่อใหม่เป็นตัวกลาง

ข้อมูลจากคนทำเพลงอีสานสอดคล้องกับกลุ่มคนฟังเพลง ที่รับเพลงอีสานจากสื่อดิจิทัล เช่น ช่องทางยูทูบ เฟซบุ๊ก ฯลฯ โดยไม่จำเป็นต้องเข้าไปในพื้นที่อีสาน ก็สามารถได้ยินเพลงอีสานได้ และอีกหนึ่งช่องทางการฟังสำคัญคือ การได้ยินในที่สาธารณะซึ่งสอดคล้องกับการที่คนอีสานย้ายถิ่นฐานไปอยู่ตามภาคต่างๆ แล้วนำเพลงอีสานมาเปิดด้วย

สื่อดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับสื่อของผู้คน โดยผู้คนสามารถเลือกฟังเพลงได้เองจากอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์ ไม่ต้องรอให้วิทยุหรือโทรทัศน์มาเปิดเพลงแล้วจึงได้ฟัง ขณะเดียวกันที่กลุ่มคนทำเพลงก็กระจายตัวอยู่ตามต่างจังหวัด สามารถเข้าถึงอุปกรณ์การทำเพลงได้ในราคาถูก และคุณภาพดี ทั้งยังมีช่องทางเผยแพร่ได้ทั่วโลก โดยไม่ต้องอาศัยสื่อกลางแบบเดิม เช่น เทปคาสเซต ซีดี ทำให้เกิดสตูดิโอขนาดเล็กส่วนตัว (Home Studio) จำนวนมาก ส่งผลให้แนวทางการทำเพลงหลากหลายขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่แค่แนวเพลงที่ค่ายใหญ่เคยยึดหลักทำมาโดยตลอด ศิลปินสามารถแต่งเพลงเอง และเผยแพร่ได้เอง เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น โดยสรุปสื่อดิจิทัลเข้ามาสร้างความเป็นประชาธิปไตย (Democratize) ให้การผลิตเนื้อหาและงานศิลปะ

อภิปรายผล

ผู้วิจัยจะอภิปรายความเชื่อมโยง และลักษณะที่เกิดขึ้นของการเปลี่ยนแปลงเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลที่ได้จากการวิจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยแรกที่ส่งผลต่อการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมอีสานนั้นคือปัจจัยด้านการย้ายถิ่นฐานซึ่งเป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็น ‘การเคลื่อนตัว’ ได้อย่างเป็นรูปธรรมที่สุด เพราะเป็นการเคลื่อนตัวของวัฒนธรรมที่มาพร้อมการเคลื่อนตัวของผู้คน ในช่วงต้นทศวรรษ 2530 การขยายตัวของการลงทุนจากต่างประเทศและอุตสาหกรรมทำให้

ความต้องการแรงงานทุกประเภทในประเทศไทยเพิ่มขึ้นมาก ในช่วงนั้นเองที่ความต้องการแรงงานนอกภาคเกษตรกรรมเพิ่มขึ้นสูง ส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานมากขึ้น ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีการย้ายถิ่นฐานมากที่สุด จากแต่เดิมที่คนอีสานย้ายถิ่นฐานอยู่ก่อนแล้ว ก็เริ่มมีอัตราขยายตัวการย้ายถิ่นฐานของคนจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเข้าสู่เมืองหลวงมากขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่อธิบายว่า การย้ายถิ่นฐานเป็นผลมาจากความไม่เท่าเทียมกันในระดับการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างพื้นที่หนึ่งกับอีกพื้นที่หนึ่ง ผู้คนมักย้ายจากพื้นที่ค่าจ้างต่ำไปสู่พื้นที่ที่มีอัตราค่าจ้างแรงงานสูง ในช่วงที่ประเทศไทยพัฒนาเศรษฐกิจมุ่งไปทางอุตสาหกรรมเป็นหลัก กลุ่มแรงงานจากภาคเกษตรกรรมจึงต้องย้ายถิ่นฐานเข้ามาสู่พื้นที่อุตสาหกรรมมากขึ้น เมื่อมีการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในเมืองหลวง คนอีสานก็หยิบเอาวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ การแต่งกาย อาหาร ภาษา และเพลงเข้ามาด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่นจึงขยับเข้ามาสู่พื้นที่ส่วนกลางของประเทศ แต่ยังเป็นวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มที่ยังไม่ได้แพร่หลายไปสู่คนกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่คนอีสาน

การปรากฏขึ้นของเพลงและอาหารอีสานบนพื้นที่เมืองหลวง ทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเกิดการตอรองกันของคนในพื้นที่เดิมกับคนที่เข้ามาอยู่ใหม่ ซึ่งการตอรองนี้เป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของรัฐชาติที่รวมศูนย์ทุกอย่างไว้ที่เดียวกัน กล่าวคือในช่วงที่สยามกำลังเปลี่ยนแปลงเป็นรัฐชาติ ผู้ปกครองจำเป็นต้องสร้างสำนึกแห่งเอกภาพเพราะพื้นที่ของรัฐเกิดขึ้นจากการรวมเอาดินแดนที่แตกต่างทางเชื้อชาติภาษาและวัฒนธรรมเข้าไว้ในปริมณฑลรัฐชาติเดียว ในยุคหนึ่งการ ‘แ่วลาว-เป่าแคน’ เป็นสิ่งต้องห้าม แต่เมื่อการเมืองเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปกครองและลักษณะสังคมเปลี่ยนไป เพลงลูกทุ่งหมอลำอีสานก็เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรม การผลิตเพลงอย่างแพร่หลาย มีนักร้องอีสานได้รับความนิยมในวงกว้าง ได้ออกอัลบั้มกับค่ายเพลงขนาดใหญ่ เช่น ไมค์ ภิรมย์พร ศิริพร อำไพพงษ์ จินตหรา พูนลาภ ต๊กแตน ชลดา ต่าย อรทัย ไข่มุก พงศธร พี สะเดิด ฯลฯ จากการรวมศูนย์อำนาจแบบเดิมที่มีวัฒนธรรมหลักในประเทศเป็นศูนย์กลาง เกิดการปรับเปลี่ยนเพราะอุตสาหกรรมเพลงผลิตเพลงในรูปแบบใกล้เคียงกัน และผู้คนก็รับสื่อจากช่องทางวิทยุและโทรทัศน์อย่างแพร่หลายทั่วประเทศ วัฒนธรรมที่เข้ามาในส่วนกลางด้วยการเคลื่อนย้ายของผู้คน ก็กระจายออกสู่ทั่วประเทศด้วยอำนาจของอุตสาหกรรมเพลง เกิดการสลับสับเปลี่ยนทางพื้นที่วัฒนธรรม (Relocation of Culture) กล่าวคือ ไม่มีวัฒนธรรมใดที่คงอยู่ได้ตลอดกาล ทุกวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงและสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นตลอดเวลา ซึ่งสวนทางกับแนวคิดการรวมศูนย์ที่ต้องการสร้างวัฒนธรรมหลักเพื่อสำนึกแห่งเอกภาพ วัฒนธรรมอีสานจึงค่อยๆ รุกคืบเข้ามาสู่ส่วนกลางและมีการรับเอาวัฒนธรรมอื่นมาปรับใช้อยู่ตลอดเวลา จนเกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเรื่อยมา การเติบโตของเพลงอีสานประยุกต์เป็นหนึ่งในภาพจำลองการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมพื้นบ้านให้กลายเป็นวัฒนธรรมประชานิยม ผ่านการปรับเปลี่ยนรูปลักษณะตัวตนให้เข้ากับสมัยนิยมจนเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมาก ซึ่งแต่เดิมเพลงหมอลำอีสานเคยอยู่ในกลุ่มที่ถูกลิดรอนอำนาจมาก่อน

ปัจจัยทางเทคโนโลยีก็เป็นหนึ่งเครื่องมือสำคัญที่ช่วยถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ยิ่งโดยเฉพาะสื่อที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเช่น เพลง ภาพยนตร์ ละคร วรรณกรรม ฯลฯ การสื่อสารสิ่งเหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับสารมีการ

เปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอทุกครั้งที่มีการพัฒนาเทคโนโลยี หากมองย้อนไปในมิติของทฤษฎีวิพากษ์ ในยุคที่สื่อดิจิทัลยังไม่ได้พัฒนาจนถึงขั้นที่อำนาจการเผยแพร่สื่ออยู่ในมือของทุกคนได้ แนวคิด Cultural Industry อธิบายว่า เพลงในอุตสาหกรรมเพลงอยู่ภายใต้โครงสร้างของทุนนิยม โดยมีผู้ควบคุมเป็นนายทุนหรือชนชั้นปกครอง ซึ่งสุดท้ายแล้วคนเหล่านี้จะเป็นผู้ได้กำไรจากการผลิตนั้นๆ ทั้งยังสามารถถ่ายทอดอุดมการณ์ ความคิด วัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมได้ด้วย เช่นในช่วงที่เพลงลูกทุ่งอีสานยุคก่อนต้องพึ่งพาการผลิตและเผยแพร่เพลงจากค่ายขนาดใหญ่เท่านั้น การที่ระบบทุนนิยมป้อนผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมให้แก่มวลชนจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ซึ่งนับเป็นการปรับค่านิยมหรือความคิดให้เข้ากับความต้องการของทุนนิยมด้วย เมื่อวัฒนธรรมถูกแปรสภาพกลายเป็นสินค้า มีการวัดคุณค่าของงานด้วยรายได้หรือผลกำไรขาดทุนก็จะเกิดการผลิตซ้ำโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยผลิตให้ได้คราวละมากๆ เพื่อตอบสนองกลุ่มบริโภคขนาดใหญ่ได้เพียงพอ เพราะนั่นหมายถึงรายได้ที่จะกลับมาหาผู้ผลิตอย่างมหาศาล ดังนั้นแนวทางการผลิตจึงต้องอิงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคด้วย ทำให้เกิดลักษณะผลงานทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นมาตรฐานอย่างเดียวกันหมด แต่เมื่อมาถึงยุคดิจิทัลที่อำนาจการผลิตไม่ได้อยู่กับนายทุนหรือเจ้าของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เท่านั้น แต่สามารถกระจายช่องทางไปสู่คนทั่วไปได้มากขึ้น จากโครงข่ายดาวเทียมที่ทำให้ทุกคนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆ ได้ การผลิตซ้ำสินค้าทางวัฒนธรรมจึงถูกปรับเปลี่ยนไป ไม่ได้มีรูปแบบเดิมที่ทำมาเพื่อตอบสนองกลุ่มบริโภคขนาดใหญ่เท่านั้น แต่มีการปรับเปลี่ยนในรูปแบบเฉพาะตัวตามความต้องการของผู้ผลิตงานมากขึ้นด้วย จนมีแนวคิดที่ว่า สื่อดิจิทัลเข้ามาสร้างความ เป็นประชาธิปไตย (Democratize) ให้การผลิตเนื้อหาและงานศิลปะ จะเห็นได้ว่าเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ มีการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ ทั้งในเชิงเนื้อหาและดนตรี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ช่วยเพิ่มความหลากหลายเข้าไปในแนวดนตรีลูกทุ่งอีสานจากผู้ผลิตที่หลากหลายขึ้นด้วย

เมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนทำให้เกิดความหลากหลายในวงการเพลง เพลงลูกทุ่งอีสานก็เป็นหนึ่งในแนวเพลงที่สร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาได้โดดเด่นและแปลกแตกต่างจากยุคเดิมชัดเจน อัตลักษณ์ของเพลงอีสานประยุกต์ในยุคอีสานใหม่ ไม่มีน้ำเสียงที่เล่าถึงความยากลำบากในท้องไร่ท้องนา ไม่มีภาพความลำบากของการเข้ามาทำงานในเมืองกรุงอีกแล้ว แต่กลายเป็นเล่าวิถีชีวิตแบบอีสานทั่วไปด้วยน้ำเสียงปรกติธรรมดา บ้างทำให้เป็นเรื่องสนุกสนาน บ้างเล่าเรื่องรักเคล้าน้ำตา สิ่งหนึ่งที่ช่วยทำให้น้ำเสียงนั้นแตกต่างคือการเลือกใช้ภาษาที่หยิบเอามาทั้งภาษาอีสาน ภาษาไทย กลาง ภาษาอังกฤษ และภาษาเขมร อำนาจของคำช่วยปรับระดับอารมณ์และความรู้สึกที่ผู้เล่าถ่ายทอดออกมา บางคำมีน้ำเสียงที่เล่นที่จริง บางประโยคใช้ภาษาอังกฤษเพื่อเพิ่มความทันสมัย ในบางเพลงก็มีการใส่ภาษาเขมรเข้ามาเพื่อแสดงอัตลักษณ์ตัวตนของผู้ร้อง และด้วยอำนาจของภาษาเหล่านี้ เมื่อนำมารวมกันกับเครื่องดนตรีหลากหลายประเภท จึงทำให้รูปแบบเพลงที่ออกมาหลากหลาย เดาะไม่ได้ ดังนั้น การผสมผสานทั้งน้ำเสียง ภาษา และดนตรีเหล่านี้จึงทำให้เกิดเป็นเพลงแนวอีสานใหม่ ที่แม้จะมีเนื้อหาวนเวียนอยู่กับเรื่องความรักและแสดงความเป็นอีสานเข้มข้น แต่พลังและน้ำเสียงของคนรุ่นใหม่สะท้อนชัดผ่านส่วนผสมเหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับโลกยุคไร้พรมแดนที่ไม่สามารถจำกัดความ หรือแข่งแข่งสิ่งใดให้อยู่คงทนเหนือกาลเวลา แต่เกิดการรับเอาและปรับใช้

วัฒนธรรมต่างๆ เข้ามาแล้วสร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมาโดยใช้รากที่มีแต่เดิมเป็นหลักยึด ด้วยวิธีการผสมผสานนี้ เพลงอีสานประยุกต์จึงเป็นแนวปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่กำลังก่อตัวเกิดขึ้นมาใหม่ (Emergent) จนกลายเป็น วัฒนธรรมประชานิยมในยุคสมัยหนึ่ง

นอกจากการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เหล่านี้แล้ว ช่องทางสื่อที่หลากหลายก็ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของ วัฒนธรรม เช่น เมื่อเพลงเริ่มดังในเว็บไซต์ยูทูบ มีคนนำไปร้องในรายการประกวดร้องเพลงในสื่อกระแสหลัก เมื่อ กระจายไปสู่ผู้คน คนก็เข้ามาฟังเพลงต้นฉบับในเว็บไซต์ยูทูบ เพิ่มยอดรับชมขึ้นเรื่อยๆ ขณะเดียวกันก็มีกลุ่มคนฟัง นำเพลงต้นฉบับไปตัดแปลงแล้วเผยแพร่ผ่านช่องทางของตัวเองในอินเทอร์เน็ต สื่อดิจิทัลทำให้ผู้คนสามารถรับสาร และส่งสารในเวลาเดียวกันได้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารได้มีประสิทธิภาพ มากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เพราะไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทางเหมือนอย่างเคย วิธีการผลิตและแจกจ่ายข้อมูล ที่แพร่หลายมากขึ้นนี้ ทำให้เกิดความเป็นประชาธิปไตยในการผลิตข้อมูล กล่าวคือ ความสามารถในการผลิตข้อมูล ไม่ได้อยู่ในมือของคนกลุ่มเล็กๆ หรือชนชั้นนำที่ได้ผลประโยชน์อีกต่อไป แต่ ‘ผู้บริโภคร’ ก็สามารถกลายมาเป็น ‘ผู้ผลิต’ ได้เช่นกัน ทำให้วัฒนธรรมที่เคยถูกกลืนหรือไม่ได้อยู่ในกระแสหลัก ขยับขึ้นมาสู่สายตาคนจำนวนมาก ขึ้น โดยไม่ต้องรอให้เจ้าของนายทุนขนาดใหญ่เข้ามาควบคุมดูแล ทำให้สื่อมีความหลากหลายและเข้าถึงผู้คน ได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับปรากฏการณ์ในอุตสาหกรรมเพลงไทยในปัจจุบัน ที่กลุ่มผู้ผลิตก็ใช้การเผยแพร่ผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ต เพลงกลายเป็นไฟล์ที่อยู่ในอากาศ ไม่จำเป็นต้องใช้เทปคาสเซ็ทหรือแผ่นซีดีเป็นสื่อกลางอีกต่อไปซึ่งมีต้นทุนสูง การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเคลื่อนที่ของวัฒนธรรม

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ในการเปลี่ยนแปลงของเพลงอีสานยุคใหม่เป็นแนวปฏิบัติใหม่ทางวัฒนธรรมที่ สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร และเมื่อมีการปรับเปลี่ยนแล้วก็ สามารถส่งต่อวัฒนธรรมผสมผสานนี้สู่โลกได้ทันทีผ่านโครงข่ายที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก วัฒนธรรมมีความหลากหลาย ไม่ได้มีลักษณะสำเร็จรูปแต่เพียงหนึ่งเดียว กระบวนการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ทำหน้าที่ในการสร้างวัฒนธรรม ลูกผสม (Hybrid Cultures) อย่างต่อเนื่อง ความเป็นโลกที่ถูกสื่อสารข้ามชาติออกไปจะกลายมาเป็นวัตถุดิบที่เข้า มาผนวกกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเสมอ และวัฒนธรรมท้องถิ่นก็ส่งผ่านไปสู่โลกได้เช่นกัน เมื่อวัฒนธรรม เลื่อนไหลเช่นนี้จึงเกิดเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างเมืองกับชนบท วัฒนธรรมประชานิยมช่วยประการการ แยกขั้วทางวัฒนธรรม คล้ายเป็นพื้นที่กลางที่มีการสลับสับเปลี่ยนผู้เล่นไปตามกาลเวลาและสถานการณ์ เช่นเดียวกับที่เพลงอีสานประยุกต์เข้ามาอยู่ในพื้นที่ประชานิยมนี้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพื้นที่แห่งทางเลือกทาง วัฒนธรรมที่หลากหลายและมีเสรีภาพของผู้คน คุณค่าของวัฒนธรรมประชานิยมอาจไม่ถึงกับเป็นฉันทามติของ สังคม แต่ก็ถือได้ว่าเป็นคุณค่ารวมของทุกๆ กลุ่มย่อยทางวัฒนธรรมในสังคม แสดงให้เห็นว่า “วัฒนธรรมไม่มีสูงต่ำ มีแต่แลกเปลี่ยนถ่ายทอดกัน”

กล่าวโดยสรุปวัฒนธรรมภายใต้สื่อเพลงมีการเคลื่อนที่ไปมาผ่านทั้งทางผู้คนที่ย้ายถิ่นฐาน และเทคโนโลยี ดิจิทัลที่ขยายขอบเขตของข้อมูลให้เลื่อนไหลไปมาได้อย่างอิสระ จนนำไปสู่การเกิดวัฒนธรรมใหม่และอัตลักษณ์

ใหม่ของแต่ละวัฒนธรรมที่เปลี่ยนผ่านตามการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคมการเมืองและเทคโนโลยี ซึ่งการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมนี้ส่งผลต่อความเข้าใจ การอยู่ร่วมกัน และการต่อรองของคนต่างพื้นที่กันได้มากขึ้น ความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรมนี้ย่อมนำไปสู่มุมมองที่มีต่อวิถีชีวิตและผู้คนที่แตกต่างกัน และยังมีผู้ผลิตสื่อจำนวนมากก็ยิ่งทำให้การจำกัดเนื้อหา ค่านิยม และอุดมการณ์โดยกลุ่มชนชั้นนำทำได้ยากมากขึ้น ลักษณะการถ่ายทอดวัฒนธรรมคือการกระจายออก แหกกลับเข้ามา แล้วกระจายออกไปในรูปแบบใหม่ อย่างรวดเร็วและเป็นอิสระมากขึ้นผ่านเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล และในยุคที่ผู้คนหลายเส้นแบ่งของวัฒนธรรมออกไปจนแทบมองไม่เห็น

เมื่อมองเส้นทางความเป็นมาของอัตลักษณ์อีสานที่มีความเปลี่ยนแปลงเสมอมา สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือการพยายาม ‘อธิบายตัวตน’ ความเป็นอีสาน ไม่ว่าจะในรูปแบบของการจิกกัดผู้ปกครอง เล่าวิถีชีวิตความลำบาก สะท้อนความน้อยเนื้อต่ำใจ หรือเล่าเรื่องความรัก แต่สิ่งที่แตกต่างในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีสื่อดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อนคือ ผู้คนสามารถแสดงอัตลักษณ์ในรูปแบบที่แปลกใหม่ แสดงความเป็นตัวเองโดยไม่จำเป็นต้องต่อต้านวัฒนธรรมอื่น แต่เปลี่ยนเป็นการเอาตัวเองเข้าไปผสมกับวัฒนธรรมอื่นอย่างกลมกลืน แล้วหิบบวยเอาบางส่วนของวัฒนธรรมอื่นมาเสริมอัตลักษณ์ดั้งเดิมของ ตัวเองให้แข็งแกร่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นการต่อต้านโดยเอาตัวเองเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง แล้วเผยแพร่อัตลักษณ์ให้เด่นชัดผ่านช่องทางการสื่อสารที่ให้อิสระในการเล่าความเป็นตัวตนได้อย่างที่ยุคสมัยก่อนไม่มี

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมเพลง โดยศึกษาจากวิถีคิดการทำเพลง และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการผลิตเพลง รวมถึงศึกษามุมมองของกลุ่มคนฟังเพลงว่ามีทัศนคติต่อเพลงอีสานอย่างไร

2. การวิจัยนี้อธิบายว่าดนตรีและวัฒนธรรมมีความเชื่อมโยงกัน ดนตรีเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งในการเรียนการสอนอาจมีการรวมเอาดนตรีและวัฒนธรรมเข้าเป็นสหวิทยาการ ทั้งมิติของอุตสาหกรรม วัฒนธรรม และสุนทรียะ

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). *สื่อสองวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร, มูลนิธิภูมิปัญญา.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2527). พัฒนาการความคิดมาร์กซิสม์ในศตวรรษที่ 20: สำนักแฟรงเฟิร์ต. *เศรษฐศาสตร์การเมือง*, 4(1).
- กุศล สุนทรธาดา. (2539). *จุดเปลี่ยนนโยบายประชากรประเทศไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เกตุขพรรณ คำพุด. (2558). ปรัชญาวัฒนธรรมสมัยนิยม : ฐานคิดและปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 34(1).
- จาตุรงค์ รอดกำเนิด. (2549). *แนวความคิดทางกฎหมายปกครองในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2550). *วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์*. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาร์ลส์ เอฟ. คายส์. (2552). *อีสานนิยม : ท้องถิ่นนิยมในสยามประเทศไทย*. แปลจาก ISAN: Regionalism in Northeastern Thailand. แปลโดย รัตนา โตสกุล. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- จิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2555). เพลงและอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน : จรัล มโนเพ็ชร กับบทบาทของนักรบทางวัฒนธรรมคนตรีล้านนา. *วารสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*, 6(2).
- ณัฐธิดา จันท์ระมะ. (2554). *การสร้างอัตลักษณ์อีสานผ่านภาพยนตร์สั้นในเทศกาลภาพยนตร์อีสาน*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- เดช บุณนาค. (2524). การปกครองแบบเทศาภิบาลเป็นระบบปฏิวัติหรือวิวัฒนาการ. ใน วุฒิชัย มูลศิลป์ และสมโชติ อ๋องสกุล (บรรณาธิการ), *มณฑลเทศาภิบาล: วิเคราะห์เปรียบเทียบ*. กรุงเทพมหานคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- นครินทร์ เมฆไตรรัตน์. (2547). *สารานุกรมการปกครองท้องถิ่นไทย หมวดที่ 1 แนวคิดพื้นฐานการกระจายอำนาจกับการปกครองตนเองในระดับท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมดาเพรส จำกัด.
- บุญกว้าง วาทยธธา. (2524). *ประวัติความเป็นมาของหมอลำกลอน*.
- ปรีดา อัครจันทโชติ. (2561). *การสื่อสารกับแนวคิดการข้ามพันวัฒนธรรม*. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสนันท์ ปัญญาพร. (2555). แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่. <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new->

media.html

พัฒนา กิตติอาษา. (2557). *สู่วิถีอีสานใหม่*. กรุงเทพมหานคร: วิชาษา.

เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล. (2544). *กระบวนการผลิตนักร้องของอุตสาหกรรมเพลงไทย*. (วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

ภาสกร จิตไคร์ครวญ. (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรม
การสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

วารสาร สยามโกเศศ. (2556). อิทธิพลของคนเมืองเสมือน.

<http://bangkokbiznews.com/blog/detail/507724>

ศิริพร กรอบทอง. (2541). *วิวัฒนาการของเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย พ.ศ. 2481-2535*. (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2550). *กฎหมายการปกครองท้องถิ่น*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมการพิมพ์.

สุนทร ชุตินทรานนท์. (2557). *ชาตินิยมในแบบเรียนไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มติชน.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). *พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media) : อิทธิพลภาษาดิจิทัลต่อรูปแบบการสื่อสาร
ของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ*.

สุรัช คมพจน์. (2554). *เยอรมัน ฮาเบอร์มาส์กับทฤษฎีวิพากษ์สังคมสมัยใหม่ โครงการ ‘การรู้แจ้ง’
กับการจัดวางปทัสถานให้การวิพากษ์*. (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

อดิศร เสมแย้ม. (2552). เสียงแคนในการเมืองสยาม-ลาว. <https://www.trf.or.th>

อรทัย อาจอำ. (2539). *ประชากรไทย 60 ล้านคน สถานการณ์ นโยบาย และมีติด้านการพัฒนา*.

นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2559). *ลืมนตาอำปาก จาก “ชาวนา” สู่ “ผู้ประกอบการ”*. กรุงเทพมหานคร
: มติชน.

หนังสือภาษาอังกฤษ

Adorno, T. and Horkheimer, M. (1944). *The Culture Industry: Enlightenment as Mass*

Deception most of one chapter from Dialectic of Enlightenment. [Electronic Version].

Ashakul, T.Tirasawat ,P .Kruavan and ,J . (1991) .Urban population ,employment
patterns distribution and settlement. .*National Urban Development Policy Framework*
Final Report (1) .

Burnett, R. and David P. M. (2003). *Web Theory*. London: Routledge.

- Goldstein, S. and Alice G. (1986). Migration in Thailand: A Twenty-Five-year Review [Electronic Version]. *Papers of the East-West Population Institute*, (100).
- Hagel, J., Brown, J. and Davison, L. (2010). *The Power of Pull: How Small Moves, Smartly Made, Can Set Big Things in Motion*. New York: Basic Books.
- Kevin, K. (1997). 10 Things should Know about New Media. [Electronic Version]. *The Seminar for Technology Educators*.
- Manuel, C. (1996). *The information age : economy, society and culture*. Oxford: Blackwell.
- Miller, V. (2011). *Understanding Digital Culture*. London, SAGE Publications Ltd.,
- National Statistical Office. (1993). *The Survey of Population Change 1991*. Bangkok: National Statistical Office, Office of the Prime Minister.
- Neuman, W.R. (2016). *The Digital Difference media technology and the theory of communication effects*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Stevenson, N. (1995). *Understanding Media Cultures*. London: SAGE Publications Ltd.,
- Williams, R. (2011). *The Long Revolution*. Cardigan: Welsh Books Council.
- Wise, J.M. (2008). *Culture Globalization*. Oxford, Blackwell Publishing.