



วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2566

“สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว”:

‘การสร้างสรรคความงาม’ ‘การบริโภค’ และ ‘ตัวตน’

ของวัยรุ่นชาติพันธุ์ผู้ไทในภาคอีสาน

“Sao Phu Tai Num Muang Wae”:

‘Beauty Constructing’ ‘Consumption’ and ‘Self’

of Phu-Tai Ethnical Youth in Isaan Society

วิมล โคตรทุมมี

Wimon Kottumme

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Email: Wimon.panyachot@gmail.com

Received: Jul 28, 2021

Revised: May 29, 2022

Accepted: May 29, 2022

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้ศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่นในบริบทชาติพันธุ์ผู้ไทในภาคอีสาน โดยชี้ให้เห็นว่าการก่อสร้าง ‘ตัวตน’ ของวัยรุ่นในสังคมชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครในบริบทปัจจุบันเป็นผลให้พวกเขามีความผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมสมัยนิยมและบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่น ในแง่ ‘ตัวตน’ ของพวกเขาจึงไม่ได้เป็นภาพวัยรุ่นเชิงเดี่ยวในระนาบความสัมพันธ์คู่ตรงข้าม ดังเช่นการเป็นวัยรุ่น ‘ไทบ้านอีสาน’ ที่ถูกสร้างเป็นภาพเหมารวมในแนวเดียวกันทั้งหมด กับการเป็น ‘วัยรุ่นในเมือง’ ที่มีถูกให้ภาพว่าเป็นผู้ที่สามารถนิยมการบริโภคและการมีรสนิยมสมัยใหม่ วัยรุ่นผู้ไทเรณูนครที่เติบโตภายใต้เงื่อนไขของบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นในสังคมชาวผู้ไทที่พยายามยกขุมिति ‘ความงาม’ ให้เป็นอัตลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ นำไปสู่การเปิดโอกาสให้หนุ่มสาวชาวผู้ไทรุ่นใหม่รู้จักการใส่ใจกับ ‘ความสวยความงาม’ ของ



ใบหน้าและเรือนร่าง รสนิยม และวิถีชีวิตของพวกเขาจึงสอดคล้องกับการบริโภคสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องอยู่กับการนิยมความงาม การแต่งกาย และการบริโภคสินค้าแบรนด์เนม นอกจากนี้ ผลพวงจากการใส่ใจกับ ‘ความงาม’ ในแบบดังกล่าวยังนำมาซึ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของพวกเขา หนุ่มสาวผู้ไทเรณูหลายคนใช้ต้นทุนความสวยความงามทำมาหากินผ่านการเป็น และวีเจ (VJ) ในแอปพลิเคชันต่าง ๆ

คำสำคัญ: ชาดิพันธุ์ผู้ไท วัฒนธรรมวัยรุ่น การบริโภคความงาม

Abstract

This article aimed to study the youth culture in the ethnic context in the northeast, showing the self-formation of the young in the current Renu Nakhon society and how they integrated themselves into pop culture and local culture. In this context, they were not the young in binary relationships between the young of Tai Ban Isan, who became a young Isan stereotype, and urban young people who could consume and have a modern taste. However, the young growing up in the local culture under the Phu-Tai ethnicity represented the beauty of Phu-Tai's people and culture as the nation's identity, leading to their focus on the beauty of their faces and bodies. Accordingly, their taste and way of life matched current consumption related to beauty, dress, and brand name consumption. Moreover, it implied economic benefits, particularly for a new generation of ethnic Phu-Tai youth, who used and created the beautiful capital as a model and a video jockey (VJ) in different applications.

Keywords: Phu-Tai Ethnic, Young Culture, Beauty Consumption



1. บทนำ : ปัญหาข้อตรงข้ามของ ‘วัยรุ่น’ และการ(ไม่)มีอยู่ของวัยรุ่นชาติพันธุ์

งานศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่น (youth culture) ในสังคมไทยในทางสังคมศาสตร์มีอยู่ค่อนข้างจำกัด ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (Laungaramsi, 2010, p. 44) ตั้งข้อสังเกตต่อประเด็นนี้ตั้งแต่ทศวรรษที่ผ่านมาจวบจนในปัจจุบัน งานศึกษาวัยรุ่นในฐานะกลุ่มชนที่มี ‘วัฒนธรรม’ ของตนเองก็ยังไม่ได้รับการตอบรับจากนักวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์มากนัก และกล่าวโดยเฉพาะวัฒนธรรมวัยรุ่นอีสาน ในรอบครึ่งทศวรรษที่ผ่านมา วัฒนธรรมวัยรุ่น ‘ไทบ้าน’ แพร่กระจายตัวในสื่อออนไลน์อย่างรวดเร็ว ความรับรู้ (perception) และความเข้าใจเกี่ยวกับวัยรุ่นอีสานจึงจำกัดอยู่เพียงแต่เรื่องราวของวัฒนธรรม ‘ไทบ้าน’ (Tai Ban) หรือการเป็นวัยรุ่น ไทบ้านเท่านั้น มิติวัฒนธรรมวัยรุ่นในแบบอื่น ๆ ถูกปิดบัง (obscured) ไม่นำเสนอ

หากพิจารณาภาพรวมวัยรุ่นภาคอีสานในปัจจุบัน ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา นักรั้ววัยรุ่นอีสานถูกนำเสนออย่างเป็นล่ำเป็นสันในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ปรากฏการณ์ดังกล่าวเติบโตขึ้นพร้อมกับกระแส ‘อีสานอินดี้’ หรือ ‘ไทบ้าน’ ซึ่งเป็นผลพวงจากการนำเสนอวัฒนธรรมอีสานร่วมสมัยในบทเพลงหรือภาพยนตร์ของศิลปินอีสานรุ่นใหม่ เช่น กลุ่มเพลงอีสานอินดี้ หรือในกลุ่มเครือข่าย ‘ไทบ้านเดอะซีรีส์’ เป็นที่นิยมอย่างมากในรอบครึ่งทศวรรษที่ผ่านมา ภาพวัยรุ่นอีสานที่ปรากฏในความรับรู้ทั่วไปจึงมีลักษณะเป็นวัยรุ่นที่มีวิถีชีวิตบ้าน ๆ ไปไหนมาไหนต้องมีผ้าขาวม้าติดตัว หรือมีหนังสือติดกระเป๋าอยู่ตลอดเวลา (Yuenyao, 2017, p. 87) ในแง่นี้ วัยรุ่นไทบ้านจึงมีลักษณะเป็นมุมมองเชิงเดี่ยวหรือเป็นหนุ่มชนบทไทบ้านอีสานที่อยู่ตรงข้ามความทันสมัยหรือวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่

ในทำนองเดียวกัน เมื่อทบทวนงานศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่น (youth culture) ในสังคมไทยก็เป็นมุมมองเชิงเดี่ยวเฉกเช่นเดียวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นไทบ้านอีสาน ทิศทางงานศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่นในสังคมไทยในยุคแรกส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากกระแสของการศึกษาวัยรุ่นในแนวทางแบบจิตวิทยา โดยมี



ความคาดหวังทางสังคมในสายตาของผู้ใหญ่เป็นกรอบบรรทัดฐานทางสังคม เป็นผลให้วัฒนธรรมวัยรุ่นถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบน หลีกหนีไปจากสถาบันหลักทางสังคม (Laungaramsi, 2010, p. 44) ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์การผลักดันการท่องเที่ยวโดยรัฐราชการไทยช่วงปี 2540 ซึ่งเป็นหมุดหมายสำคัญต่อการเติบโตของวาทกรรม ‘อัตลักษณ์ความเป็นไทย’ และ ‘วัฒนธรรมไทย’ การโหมประโคมให้วัฒนธรรมไทยเป็นวัฒนธรรมกระแสหลักโดยมีรัฐราชการเป็นผู้ผลักดันหลัก นำไปสู่การจัดระเบียบและยึดยึดวัฒนธรรมด้านเดียวต่อสังคม อีกทั้งในขณะเดียวกันก็พยายามต่อต้านหรือแสดงความไม่ยอมรับต่อวัฒนธรรมอื่น ๆ อยู่เสมอ วัฒนธรรมอื่น เช่น ‘กระแสสมัยนิยม’ ‘กระแสแฟชั่น’ หรือ ‘กระแสป๊อป’ ต่าง ๆ ไม่ใช่วัฒนธรรมไทย สำหรับวัฒนธรรมไทยแล้ว สิ่งเหล่านี้จะเสื่อมความนิยมตามยุคสมัย เป็นพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน (deviant) อีกทั้งเป็นภัยคุกคาม (threat) ต่อวัฒนธรรมไทย ซึ่งภัยคุกคามที่ว่านี้มีที่มาจากวัฒนธรรมต่างชาติหรือเป็นความผิดปกติของคนบางกลุ่มบางกระแส ควรถูกปรับปรุงให้เหมาะสมกับความเป็นไทย (Kitiarsa, 2003, p. 23) ตัวอย่างความผิดปกติของวัฒนธรรมนอกในสังคมไทยที่ชัดเจนที่สุดในยุคนั้นน่าจะเป็นการก่อตัวของกลุ่มวัยรุ่นเซ็กซี่เตอร์ฟ้อยท์ที่นำไปสู่การตั้งคำถามต่อปรากฏการณ์ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความไม่เหมาะสมของการแต่งกายสายเดี่ยว-เกาะอก การย้อมสีผมเป็นสีต่าง ๆ การดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ หรือกลุ่มคนที่ทำการมั่วสุมในใจกลางกรุงเทพฯ (Wachanasara, 2003, p. 184) อย่างไรก็ตาม การก่อตัวของวัยรุ่นในเซ็กซี่เตอร์ฟ้อยท์ก็ไม่ได้เป็นไปอย่างไร้เหตุผล ภายใต้มุมมองต่อวัยรุ่นเซ็กซี่เตอร์ฟ้อยท์ที่มักถูกเข้าใจในฐานะที่เป็นกลุ่มผู้นิยมการบริโภคตามกระแสและเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมในสายตาผู้ใหญ่ในสังคม การเกิดขึ้นของกลุ่มวัยรุ่นทั้งหลายด้านหนึ่งจึงเป็นผลพวงจากการจัดวางให้พวกเขาเป็นคณาชยขอบที่ไร้ตัวตน ฉะนั้น การแสดงออกทางวัฒนธรรมและกายภาพหรือการบอกเล่าเรื่องราวของตนเองผ่านการแต่งกาย แบบแผนพฤติกรรม กิริยาท่าทาง จึงเป็นการแสดงออกถึงการหาพื้นที่ตัวตนของพวกเขาทั้งสิ้น



(Wachanasara, 2003, p. 185) ในช่วงทศวรรษ 2540 ช่องว่างระหว่าง ‘ผู้ใหญ่’ (ผู้มีพฤติกรรมอันถูกต้อง) และ ‘วัยรุ่น’ (ผู้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน) มีระยะห่างกันมากขึ้น ผู้ใหญ่เริ่มหันใช้อำนาจห้ามปรามพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่น เช่นในกรณีกระแส ‘แฟชั่นสายเดี่ยวสันตึก’ วัยรุ่นในยุคนี้ถูกตำหนิ ลงโทษเฉกเช่นจำเลยหรือผู้ต้องหาในสายตาของผู้หลักผู้ใหญ่ในประเทศ (Kitiarsa, 2003, p. 119) ในสายตา ‘ผู้ใหญ่’ วัยรุ่นยุค 2540 จึงเป็นวัยรุ่นที่ตกเป็นทาสการบริโภค การใช้ของฟุ่มเฟือย มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม ไปจนถึงการเป็นผู้ที่ทำให้ชาติบ้านเมืองเสื่อมเสีย (Kitiarsa, 2003, p. 120) หรือแทบจะกล่าวได้ว่า วัยรุ่นเป็นปัญหาของสังคมไทยในอีกแบบหนึ่งก็ไม่ผิดนัก

ทศวรรษ 2550 บริบทโลกาภิวัตน์ที่แทรกซึมและกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ นำมาซึ่งความซับซ้อนในประเด็นความสัมพันธ์ในแนวทางใหม่ของวัยรุ่นต่อพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมที่รายล้อมอยู่ เรื่องของวัฒนธรรมวัยรุ่นจึงไม่ใช่เพียงแต่เรื่องของเด็กกรุงเทพฯ หรือเด็กเมืองหลวงอีกต่อไป การพัฒนาเศรษฐกิจที่ขยายขยายเข้าสู่หัวเมืองใหญ่ในภูมิภาคนำไปสู่การขยายตัวของกระแสการบริโภค (consumption) และลีลาชีวิต (lifestyles) Anjalee Cohen (2010) ให้ความเห็นต่อว่ามโนทัศน์ดังกล่าวเป็นผลโดยตรงต่อการเคลื่อนไหวตัวของวัยรุ่นชนบทเข้าสู่พื้นที่เมืองเชียงใหม่ กระบวนการเป็นผ่านจากเด็กแซบ (dek-sap) ไปสู่การเป็นเด็กอินเตอร์ (dek-inter) ที่กระจายตัวตามที่ต่าง ๆ ในเมืองเชียงใหม่เป็นสร้างตัวตนจากการถูกมองว่าเป็น ‘ผู้อื่น’ (other) ไปสู่การเป็นเด็กสมัยใหม่ในเมืองผ่านการผลิตสร้างตัวตนใหม่ที่แสดงออกผ่านวิถีชีวิต การแต่งกาย ตลอดจนรสนิยมด้านต่าง ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวโยงกับการเติบโตของพื้นที่เมือง กระแสการบริโภคและการซ้อนทับกันระหว่างทุนนิยมโลกและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกิดขึ้นในเมืองเชียงใหม่ (Cohen, 2010, p. 60) กล่าวโดยภาพรวม งานศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่นในรอบเกือบสองทศวรรษที่ผ่านมา งานวิชาการทางสังคมศาสตร์เริ่มขยายแนวทางการศึกษาจากกรอบอิทธิพลจิตวิทยามากขึ้น งานของพัฒนา กิตติอาษา ที่เขียนในปี



พ.ศ. 2546 น่าจะเป็นงานชิ้นแรกที่ทำทนายงานศึกษาในแบบก่อน ๆ โดยมีการเสนอ มุมมองใหม่และเปิดพื้นที่ให้วัฒนธรรมวัยรุ่นไทยมีตัวตนในสังคมไทยมากขึ้น ใน พื้นที่เมืองอื่นในประเทศ ตัวตนวัยรุ่นไทยในสังคมสมัยใหม่เริ่มก่อรูปก่อร่าง วัฒนธรรมของตน การเติบโตของพวกเขามีความซับซ้อนของการแสดงอัตลักษณ์ ของแต่ละกลุ่ม เช่นงาน Anjalee Cohen (2010) ที่ชี้ให้เห็นการเปลี่ยนผ่าน ‘ตัวตน’ จาก ‘คนอื่น’ ไปเป็นวัยรุ่นเชียงใหม่สมัยใหม่ที่มีเลือกสรรปั้นแต่งอัตลักษณ์ วัฒนธรรมของตน อย่างไรก็ตาม แม้ว่างานศึกษาที่ผ่านมาจะพยายามยืนยันศักดิ์ศรี ของวัฒนธรรมวัยรุ่นไทยที่มักถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิต รสนิยม และ พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่เหมาะสม หากแต่พิจารณาถึงตำแหน่งผู้ถูกศึกษาที่ ปรากฏในภาพรวมจะพบว่า งานศึกษาส่วนใหญ่มักจำกัดอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นของชน กลุ่มใหญ่ในเมือง ปีนแก้ว เหลืองอร่ามศรี ขยายความต่อว่า งานวิชาการที่ศึกษา เกี่ยวกับวัยรุ่นในไทยยังขาดมิติความแตกต่างทางเพศภาวะ เพศวิถี และชาติพันธุ์ อื่น ๆ (Laungaramsi, 2010, p. 47)

เมื่อนำประเด็นงานศึกษาวัยรุ่นไทยมาเปรียบเทียบกับกระแสไต้หวันใน ภาคอีสานจะพบประเด็นปัญหาเชิงซ้อนตรงข้ามของ ‘การเป็น’ วัยรุ่นทั้งสองแบบ กล่าวคือ การศึกษาวัยรุ่นตามกระแสงานวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) ชี้ให้เห็นว่า ‘ตัวตน’ (self) ของกลุ่มวัยรุ่นเกี่ยวโยงอยู่กับกระแสการบริโภค วิถีชีวิต รสนิยมที่เป็นเอกลักษณ์ แต่แทบทั้งหมดก็เป็นเรื่องของวัยรุ่นในเมืองใหญ่ (urban) ฉะนั้น ไม่ผิดนักที่จะกล่าวว่างานศึกษาที่ผ่านมาล้วนแล้วแต่ศึกษาเรื่องราวของ วัยรุ่นเมืองเชิงเดียวในฐานะวัยรุ่นที่มีความซับซ้อนในวิถีชีวิตและการบริโภคสิ่งของ ในชีวิตประจำวัน มุมมองเช่นนี้นำไปสู่ประเด็นซ้ำตรงข้าม กล่าวคือ ในขณะที่วัยรุ่น ในเมืองถูกเสนอว่าเป็นกลุ่มที่สามารถมีวิถีชีวิตสมัยใหม่ได้ ในทางตรงข้าม ภาพ เสนอ (representation) วัยรุ่นอีสานผ่านสื่อกลับมุ่งเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับการเป็น วัยรุ่นชนบทที่ไม่ได้ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมการบริโภคแบบคนเมือง ปัญหาเชิงซ้อนตรง ข้ามนี้นำมาสู่การแยกช่องว่างระหว่างวัยรุ่นเมืองและวัยรุ่นชนบท ภาพของวัยรุ่น



ไทยจึงถูกรับรู้สองด้าน นั่นคือ วยุ่นในเมืองผู้ทันสมัยและไทบ้านวยุ่นชนบทในภาคอีสาน ดังนั้น ในงานชิ้นนี้ จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นวยุ่นในอีสานที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค วิถีชีวิตและการมีรสนิยมแบบวยุ่นเมือง ซึ่งเป็นการพยายามก้าวพ้นประเด็นปัญหาเชิงข้อตรงข้ามของการศึกษาวัฒนธรรมวยุ่นในภาคอีสานผ่านการพิจารณาวยุ่นอีสานในมิติชาติพันธุ์ (ethnicity) โดยข้อถกเถียงประจำบทความชิ้นนี้จึงอยากจะชี้เห็นว่าวยุ่นในภาคอีสานไม่ได้มีลักษณะเป็น ‘ไทบ้าน’ ที่มีอยู่ตรงข้ามกับการเป็นวยุ่นในเมืองที่ทันสมัยและปฏิเสธกระแสบริโภคนิยมเสมอไป โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาวยุ่นชาติพันธุ์ผู้ไท อำเภอรณนคร จังหวัดนครพนมจะพบว่า พวกเขาไม่ได้นำเสนอตัวตนเพียงแต่ในแบบวยุ่นไทบ้านอีสานเท่านั้น หากแต่พวกเขายังเกี่ยวข้องกับแฟชั่น การนิยมสินค้าแบรนด์เนม และการใส่ใจกับความงาม และการมีวิถีชีวิต (lifestyles) ที่แตกต่างจากชาวผู้ไทหรือชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกันด้วย ประเด็นต่อมา การอธิบายว่าเหตุใดกระแสการบริโภคสมัยใหม่จึงโดดเด่นเฉพาะวยุ่นชาวผู้ไทเรณูนคร การปรับใช้เพียงแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมบริโภค (consumption) ไม่อาจเพียงพอต่อการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงจะถึงแนวคิดวัฒนธรรมชาติพันธุ์หรือบริบทท้องถิ่น (local context) ที่ปรากฏในรูปแบบภาพแสดงแทนวัฒนธรรมชาติพันธุ์มาอธิบายร่วมเพื่อให้เห็นปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างวยุ่นผู้ไทเรณูนครและวาทกรรมชาติพันธุ์ที่ก่อรูปขึ้นในสังคมชาวผู้ไท ซึ่งเป็นมิติทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกันกับกระแสการบริโภคนิยม การมีวิถีชีวิตและรสนิยมแบบวยุ่นในเมือง

2. วัตถุประสงค์

บทความชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพลวัตวยุ่นในระดับชาติพันธุ์ภาคอีสานในบริบทสังคมสมัยใหม่ และเพื่อชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นชาติพันธุ์และคนหนุ่มสาวในพื้นที่



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยประกอบด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร การค้นคว้าเชิงประวัติศาสตร์ และการวิจัยภาคสนาม โดยใช้วิธีวิทยาชาติพันธุ์วรรณา (ethnographic methodology) เป็นแนวทางหลักในการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (field) ชุมชนชาวผู้ไท อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม โดยการเข้าถึงข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้เขียนใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) การเข้าทำกิจกรรมในชีวิตประจำวัน และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) คอยสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ในฐานบุคคลภายนอก ที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษา อีกทั้งยังมีการสัมภาษณ์เชิงลึก การพูดคุยในวงสนทนากับหนุ่มสาวชาวผู้ไท (group interview) ในเทศกาลต่าง ๆ ที่มีการรวมตัวตี๋มสังสรรค์ และการสัมภาษณ์แบบปัจเจก (individual interview) ทั้งคนที่เป็นอดีตลูกหลานเจ้าเมือง ราชสำนักชุมชน และหนุ่มสาววัยรุ่นทั้งหมด 7 คน เพื่อเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกอันนำไปสู่ความเข้าใจวิธีคิดและเหตุผลของคนในพื้นที่ชาติพันธุ์

4. ผลการศึกษา

1) ‘ตัวตน’ และ ‘การเป็น’ วัยรุ่นในระดับชาติพันธุ์ภาคอีสาน

ปัจจุบันวัยรุ่นทั่วไปในพื้นที่ชุมชนชาวเรณูนคร ไม่ได้สังกัดกลุ่มที่มีชื่อเสียงเรียงนามเฉพาะ อย่างไรก็ตาม หากย้อนกลับไประาว 6-7 ปีก่อน ในพื้นที่อำเภอเรณูนครมีกลุ่มวัยรุ่นในอำเภอที่มักรวมตัวเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งมีสมาชิกราว 30 กว่าคน วัยรุ่นกลุ่มนี้เรียกตัวเองว่า ‘5 แยก’ โดยพวกเขาประจำอยู่บริเวณห้าแยกในวงเวียนใจกลางเมือง กลุ่ม ‘5 แยก’ ตอนนั้น มักเป็นกลุ่มวัยรุ่นชั้นมัธยมปลาย (ส่วนมากจะเป็นชั้นมัธยมปีที่ 6 ที่เรียนอยู่ในโรงเรียนประจำอำเภอ บางส่วนเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัย) บทบาทของวัยรุ่นกลุ่มนี้จะเน้นการแสดงออกถึงการเป็นกลุ่มแก๊งใหญ่ในบริเวณอำเภอเรณูนครขยายไปจนถึงอำเภอธาตุพนมและ



อำเภอนาแก ลักษณะพวกเขาเป็นกลุ่มที่ถือว่ามีความดีมีหน้าตาสวยหล่อและเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างเป็นเด็กในเมือง ต่างจากวัยรุ่นในภาคอีสานทั่วไป ในขณะที่เดียวกันพวกเขาก็ดูก้าวร้าว เนื่องจากบ่อยครั้งการแสดงอำนาจของกลุ่มคือการใช้กำลังในการปะทะกับกลุ่มวัยรุ่นหมู่บ้านอื่นเสมอ ด้วยเหตุนี้กลุ่ม ‘5 แยก’ จึงมีสมาชิกมากมาย เนื่องจากเครือข่ายของพวกเขาสามารถคุ้มครองกันได้ ความยิ่งใหญ่ของ ‘5 แยก’ ดำรงอยู่ไม่นาน ด้วยเหตุจากสมาชิกหลายคนต้องไปเรียนหนังสือในมหาวิทยาลัยที่อื่น ความเข้มแข็งของกลุ่มจึงลดลง อีกทั้งการเป็นกลุ่มแก๊ง (gangster) ในภาคอีสานยังคล้ายคลึงกับการรวมกลุ่มของวัยรุ่นที่บ้าน ฉะนั้นจึงไม่แปลกที่ภายหลังจากการเปลี่ยนวัฒนธรรมเมื่อเข้าสู่มหาวิทยาลัยและการพยายามนำเสนอตัวเองให้แตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ จึงทำให้พวกเขาตัดสินใจละทิ้งความเป็นกลุ่มแก๊ง (gangster) ของตน กระทั่งลบชื่อกลุ่มออกจากเครือข่ายในสื่อออนไลน์ และเริ่มปรับ ‘ตัวตน’ โดยการเพิ่มพื้นที่ทางวัฒนธรรมในมิติอื่น ๆ ผ่านการตอบรับวัฒนธรรมสมัยนิยมในช่วงที่เรียนอยู่ในมหาวิทยาลัย

สำหรับวัยรุ่นผู้ไทเรณูนครแล้ว การขยับจากวัยรุ่นชาติพันธุ์พื้นที่มหาวิทยาลัย ไม่ใช้การเปลี่ยนตัวตนไปสู่วัฒนธรรมอื่น แต่เป็นนำตัวเองเข้าสู่พื้นที่วัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่มากขึ้น เนื่องจากในช่วงมัธยมปลาย (ช่วงปี 2556-2557) วัยรุ่นผู้ไทที่เรียนอยู่โรงเรียนเรณูนครวิทยานุกูลนำสมัยพอสมควร หลายคนใช้โทรศัพท์ BlackBerry หรือ Apple Iphone 5 และ 5s และมีหลายคนมักใช้เวลาวันหยุดไปเที่ยวห้างสรรพสินค้าในจังหวัดสกลนคร (ในขณะนั้นเมืองนครพนมยังไม่มีห้างที่มีเครื่องอำนวยความสะดวกเพียงพอ) เพื่อดูหนัง เดินดูสินค้าแบรนด์เนมที่ได้รับความนิยมในยุคนั้น ในช่วงดังกล่าวแฟชั่นที่วัยรุ่นผู้ไทเรณูนครมัธยมนิยมใช้ คือ รองเท้าไนกี้ (Nike) หุ้มข้อ สตัลล์นักบาส ใส่กางเกงยีนส์ และเสื้อยัดแม็ค (McJean) และสวมทับด้วยเสื้อแขนยาวบอดี้ไกลฟ (Body Glove) หรือไม้ก้ำร่า (Hara) หากในวันเรียกปกติวัยรุ่นเรณูนครจะนิยมสวมเสื้อยัดแขนยาวของแม็ค (McJean) บอดี้ไกลฟ (Body Glove) หรือฮาร่า (Hara) และนิยมใช้กระเป๋าสตางค์บอดี้ไกลฟ (Body

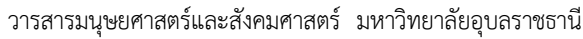


Glove) เป็นหลัก ในเรื่องรสนิยมการแต่งกายวัยรุ่นผู้หญิงไทรโยนครถือว่าน่าสมัมาก เพราะในขณะที่พวกเขาใช้ ‘ของห้าง’ วัยรุ่นชาติพันธุ์อื่น ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงยังใช้ ‘ของตลาด’ อยู่

ต้น (นามสมมติ) กล่าวว่า “ช่วงมัธยมเฮว่า เฮเป็นผู้นำแฟชั่น เลยนะ เฮ้า รอดะ การแต่งโต ไทรคัพพ่น้ำ” “สมัยตะกี้ (สมัยก่อน) เสื้อ Hara ถือว่าเทพแล้ว Hara แท้นะ มันได้แท็กกับปลอม ไปซื้ออยู่สกล” หลังจากเข้าสู่มหาวิทยาลัย หลายคนเริ่มหันมาออกกำลังกาย และ แต่งกายมากขึ้น เช่นต้น “มัธยมใช้ตัวละ 1000 กี่ว่าสุดแล้ว ไป ม. ใช้ตัวละ 5000” “หมู่เฮาปีหนึ่งนะ แม้นอยู่ว่าไซมอไซค์ พอขึ้น (ขึ้น) ปีสอง คนขับมอไซค์เหลือวัง 5 คน นอกนั้นขับรถยนต์คู่คน เฮาขับ รถยนต์ตอนปีสอง เฮาได้บิ๊กไบค์ แล้วรถเฮาล้ม ไทเฮียนเฮาเลยเอา รถยนต์ไปใช้” ต้น (นามสมมติ) (สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2564)

ในแง่ของรสนิยมเกี่ยวกับความงามการดูแลตัวเอง การแต่งกาย วัยรุ่น ผู้หญิงไม่ได้การเปลี่ยนผ่านในช่วงวัยรุ่นเรียนสู่นักศึกษา การแต่มีลักษณะเป็นการ ปรับตัวตนของพวกเขาสอดรับกับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมมากกว่า

จากการเก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่อำเภอเรณูนคร พบว่า ในปัจจุบัน วัยรุ่นผู้ไทไม่ได้มีการรวมกลุ่มและตั้งชื่อแก๊ง (gang) เหมือนแต่ก่อน วัยรุ่นอายุราว 20-26 ปีในพื้นที่ รวมตัวกันอย่างหลวม ๆ ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยส่วนมาก จะเป็นการชักชวนกันออกกำลังกายในฟิตเนส (fitness) แห่งหนึ่งในชุมชน พื้นที่ ดังกล่าวมีวัยรุ่นผู้ไทผลิตเปลี่ยนหมอนเวียนมาใช้บริการตลอดวัน เมื่อเข้าไปในร้านจะ พบวัยรุ่นอายุตั้งแต่ 17 จนถึง 26 ปี วัยรุ่นมัธยมที่เพิ่งเริ่มต้นเข้าฟิตเนสบอกว่าเหตุ ที่สนใจ ส่วนหนึ่งชื่นชอบการออกกำลังกายอยู่แล้ว อีกเหตุผลคือการทำให้อารมณ์ กล้ามเนื้อสามารถถึงจุดเพศตรงข้ามได้ มอส (นามสมมติ) บอกกับผู้เขียนว่า “นักเรียนกะถามว่าแนวไต่เหือได้กล้ามเนื้อ กินแนวเลอ มีกินของทอด ของมัน”



การออกกำลังกายที่พัฒนেশของวัยรุ่นผู้ไทเรณูส่วนหนึ่งจึงเป็นพื้นที่ ‘ความงามแบบวัยรุ่นชาย’ ที่มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นการ “ดีนกล้าม” (เล่นกล้าม) กันเป็นประจำ นอกจากนี้พื้นที่ที่พัฒนeshยังเป็นสถานที่แสดงแพชชั่นอย่างกลาย ๆ เนื่องจากการมาออกกำลังกายที่พัฒนeshพวกเขาต้องคัดเลือกการแต่งกายให้เหมาะสมและเป็นแพชชั่นพอสมควร การมาพัฒนeshจึงไม่ใช่การใส่ชุดอะไรก็ได้ เช่น ลูกค้าประจำท่านหนึ่งเล่าว่า ‘บางวันกะใส่สปอร์ตธรรมดา กะไน้ก็เสื้อออกกำลังกายทั่วไป แต่บางวันถ่ายรูปหนัก ๆ กะใส่ผสม ๆ เกือบวนลาย อุ้งตั้นยาว’ หรือบางคนที่ออกกำลังกายมานาน มีกล้ามเนื้อที่เห็นรูปทรงชัดเจนจึงมักใส่เสื้อ Under Armour รัตรูปเพื่ออวดทรวดทรงเรือนร่างของตน

ส่วนแฟชั่นในชีวิตประจำวันของพวกเขา ค่อนข้างหลากหลาย เท่าที่สังเกตมา แฟชั่นอยู่บ้านจะเป็นเสื้อผ้าที่สั่งจากเน็ตทั่วไปหรือไม่ได้มีราคาสูงมาก เมื่อออกไปเที่ยวหรือไปร้านกาแฟก็จะใส่เสื้อผ้าที่มีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น เสื้อ Adidas Champion Lacoste รองเท้า Converse Comme Des Garcons New Balance นาฬิกา Rolex Apple watch กระเป๋า Freitag ส่วนยอชหรือคันที่พูดเหมือนกันว่า “ถ้าออกงานก็แบรนด์บ้าง” เมื่อไปงานทางการหรือไปเที่ยวกรุงเทพฯ ก็ต้องใช้แบรนด์มากขึ้น เช่น ชุดสูท เสื้อเชิ้ตสีขาว กางเกงสแล็ค หรือเสื้อยัดที่ไม่มีลายดูเรียบหรู รองเท้าหนัง กระเป๋าสะพายไหล่ Gucci หรือ Louis Vuitton และนาฬิกา Gucci เป็นต้น นอกจากการรสนิยมเกี่ยวกับการนิยมนิสันค่านาแบรนด์เนมแล้ววัยรุ่นผู้ไทบางคน ยังนิยมการแต่งกายแบบวินเทจ แฟชั่นจากเสื้อผ้ามือสอง เช่น โดนัท เป็นพ่อนาค้าเสื้อยัดวินเทจมือสองซึ่งเป็นอีกกลุ่มแฟชั่นในสังคมเรณุนคร

ด้านสาวผู้ไทเรณู โดยปกติแล้ว วัยรุ่นหญิงผู้ไทก็เผลอเซ่นทั่วไปที่รู้จัก แต่งตัวและใส่ใจกับความสวยงาม อย่างไรก็ตาม การดูแลรักษาสุขภาพร่างกายหรือ การควบคุมน้ำหนัก การรักษาผิวพรรณให้สวยงามอยู่เสมอไม่ใช่ว่าการกระทำทั่วไป ความนิยมรักสวยรักงาม แต่การรู้จักใส่ใจดูแลเรือนร่างของพวกเธอ ส่วนหนึ่งเป็น การรักษาตัวตนให้อยู่ในสถานะที่ดีที่สุดเพื่อต่อยอดและยืนยงถึงการเป็นสาวผู้ไท



และเพื่อให้พร้อมสำหรับการเป็นนางรำจำเป็นหรือเป็นคนต้อนรับแขกหรือนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเมืองเรณูนคร ดังนั้น ไม่แปลกนักที่จะพบเจอภาพที่สาวผู้ไทภายใต้ชุดประจำชาติพันธุ์อยู่บ่อย ๆ ในส่วนแฟชั่นในชีวิตประจำวัน หญิงผู้ไทค่อนข้างแต่งตัวกันหลากหลายแนว แต่ที่พบส่วนมากจะนิยมใส่เสื้อฤดูร้อนสีอ่อนหวานคู่กับกางเกงยีนส์ เช่น กลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวิเจในแอปพลิเคชันให้ข้อมูลว่าแฟชั่นส่วนมากก็ผสมผสาน แต่จะให้ความสำคัญมากกับกระเป๋

“ส่วนมากที่เธอใช้จะเป็นกระเป๋าแบรนด์เนม ส่วนมากที่ใช้จะเป็นที่เธอจับต้องได้ มีมันที่มันแพงแบบดาราใช้ พวก Chanel Dior มันก็แพงหมื่น แต่เธอจะใช้ธรรมดาพวก lyn around พวก coach ราคาจะมีเกินหมื่นประมาณนี้ น้ำหอมจะใช้ของห้าง สองพันสามพันพวกนี้ แต่หม้อยู่มหาวิทยาลัยน่านก็มีเล่นนำเลย”

ในช่วงวันหยุด บ่อยครั้งที่วัยรุ่นผู้ไทหลายกลุ่มมักนัดรวมตัวกันราว 5-6 คน ขับรถยนต์ส่วนตัวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในบริเวณจังหวัดนครพนม เช่น ตอนไปที่ริมโขง พวกเขาเข้าพักในตัวเมือง ทำกิจกรรมปั่นจักรยานในเส้นทางเลียบริมน้ำโขง และยังถ่ายทำคลิปวิดีโอการท่องเที่ยวลงในพื้นที่โลกออนไลน์อีกด้วย บางวันพวกเขาไปเที่ยวน้ำตก นั่งล้อมวงดื่มบนเก้าอี้ในธารน้ำไหล หรือบางครั้งก็ไปที่ริมอ่างเก็บน้ำ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีทิวทัศน์สวยงาม พวกเขาจะไปนั่งล้อมวง ดื่มกิน และถ่ายรูปบรรยากาศของพวกเขาที่กำลังดื่มกินข้าง ๆ รถยนต์ลงในสื่อออนไลน์ เช่นเดียวกันวัยรุ่นหญิงในเรณูนคร บางครั้งมีการนัดกันไปเล่นสเก็ตบอร์ด (Skateboard) หรือในวันหยุดก็ชักชวนกันไปริมอ่างเก็บน้ำ นั่งดื่มนั่งกิน พูดคุยและถ่ายรูปลงสื่อออนไลน์

ในทำนองเดียวกัน หากย้ายพื้นที่การดื่มในร้านเหล้ามาเป็นการตั้งวงเหล้าในบ้าน แทบทุกเดือนจะเห็นบรรยากาศการตั้งวงแบบที่บ้าน ๆ ในกลุ่มวัยรุ่นชาวผู้ไทเรณูนคร บ่อยครั้งที่ผู้เขียนถูกชักชวนให้ไปกินดื่มและนั่งดื่มสังสรรค์จนดึก



แมน (นามสมมติ) เล่าว่า ถ้าวันที่ตั้งใจได้รู้ (นั่งดื่มจนเช้า) ก็จะไปซื้อเนื้อวัวสดในตลาดท้องถิ่นเพื่อมาทำก๋วยเตี๋ยวเป็นกับแก้ม จากการเข้าสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ในกรณีการตั้งวง ‘ต้มโสม’ ของวัยรุ่นผู้ไทนั้น หากพิจารณาบรรยายภาคในวงเหล้า การพูดคุยที่สนุกสนาน การกินกับแก้มแบบบ้าน ๆ และการฟังเพลงลาวเพลงอีสาน หรือแม้แต่เพลงที่นิยมทั่วไปที่ดำเนินตลอดทั้งคืน ในแง่วัยรุ่นผู้ไทก็ไม่ได้หลีกเลี่ยงหรือหายไปกับ ‘พื้นที่’ ของการเป็นวัยรุ่นในสังคมท้องถิ่น ด้านหนึ่งพวกเขาใช้ชีวิตอยู่ในบริบทท้องถิ่นผู้ไทเรณูของพวกเขา

ฉะนั้น วัยรุ่นผู้ไทเรณูภายใต้ความสัมพันธ์ของการเป็นวัยรุ่นในลักษณะทวีลักษณ์จึงไม่สามารถจัดวาง ‘ตัวตน’ ของพวกเขาลงในด้านใดด้านหนึ่งอย่างชัดเจนได้ การก่อตัวของพวกเขาก็มีลักษณะเป็นการผสมผสานหรือไม่ได้แยกขาดจากรูปแบบ (style) ทั้งของวัยรุ่นในเมืองกรุงและวัยรุ่นที่ถูกยึดโยงอยู่กับพื้นที่ชนบทต่างจังหวัด ดังนั้น ไม่ผิดนักที่จะกล่าวว่า ในระดับชีวิตประจำวัน วัยรุ่นผู้ไทที่อาศัยอยู่ในสังคมเมืองเรณูมีรสนิยม (taste) และลีลาชีวิต (lifestyle) ในแบบวัยรุ่นในเมือง และในขณะเดียวกัน บางสถานการณ์พวกเขาก็เผยให้เป็น ‘ตัวตน’ ที่ยึดโยงอยู่กับสังคมท้องถิ่นอีสาน เปรียบเช่นเดียวกับวิถีชีวิตของไทบ้านอยู่ อัตลักษณ์ ‘การเป็น’ วัยรุ่นที่ทับซ้อนนี้เป็นการปะทะกันของความเป็นท้องถิ่นนิยมโดยมีวัฒนธรรมชาติพันธุ์เป็นต้นทุนเดิมกับจินตนาการของ ‘คนเมือง’ ผ่านโลกาภิวัตน์และการบริโภคสมัยใหม่

หากพิจารณาในแง่ของการก่อตัวของวัฒนธรรมสมัยนิยมในหมู่วัยรุ่นตามพื้นที่เมืองหรือจังหวัดต่าง ๆ Anjalee Cohen (2010) เสนอว่าผลจากความเติบโตของเมือง (urbanization) และความเป็นสมัยใหม่ (modernization) มีผลต่อการแสดงออกตัวตนของวัยรุ่นไทย วัยรุ่นไทยเริ่มเปลี่ยนแปลง (changing) ลีลาชีวิต (lifestyles) และพฤติกรรมการบริโภค (consumer practices) อย่างไรก็ตาม กระบวนการดังกล่าวเชื่อมโยงกับบริบทสังคมท้องถิ่น วัฒนธรรมวัยรุ่นไทยจึงมีลักษณะเป็นท้องถิ่นโลกาภิวัตน์ (glocalization) (Cohen, 2010, p. 80)



เช่นเดียวกับวัยรุ่นผู้ไท การอธิบายวิถีชีวิตของพวกเขาไม่สามารถอาศัยเป็นแต่ มุมมองวัฒนธรรมการบริโภคในสังคมสมัยใหม่เพียงอย่างเดียว ฉะนั้น นอกจากจะ การความสำคัญต่อแนวคิดเรื่องการบริโภค (consumption) ที่ไม่ใช่เพียงแค่เรื่อง ของความฟุ่มเฟือย ความคลั่งไคล้ หรือการซื้อเพื่อสนองความต้องการตัวเอง แต่ การบริโภคยังเป็นเรื่องของระบบ (system) รหัสความหมาย (code) และการ จัดการ (manipulation) กับสัญญาณ (signs) ในวัตถุต่าง ๆ จึงเป็นผลให้การบริโภค เกี่ยวข้องกับคุณค่าในเชิงอุดมการณ์ (ideological values) การเกิดขึ้นของ ปรากฏการณ์ร่วม ตลอดจนเป็นการสร้างความแตกต่างในการบริโภค (Baudrillard, 1999, pp. 14-15) เพื่อนำมาอธิบายปรากฏการณ์การบริโภคของ วัยรุ่นผู้ไทเรณูในกระแสวัฒนธรรมสังคมสมัยใหม่ ในงานชิ้นนี้ ยังได้ให้ความสำคัญ กับบริบทท้องถิ่น นั่นคือ ชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนคร โดยจะพิจารณาผ่านแนวคิดชาติ พันธุ์ตามสถานการณ์ (circum stantiatism) ที่เสนอโดย Cornell and Hartman (1998) เนื่องจากสังคมชาวผู้ไทเรณูมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ในมิติ ความงามของผู้หญิงและผู้ชายของคนในสังคมอย่างเป็นพลวัตและยืดหยุ่นอยู่กับ บริบทสถานการณ์ต่าง ๆ การหยิบแนวคิดนี้มาอธิบายร่วมจึงต้องการชี้ให้เห็น กระบวนการทางชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครที่ต้องการสถาปนาภาพตัวแบบ (stereotype) ความรู้ต่อวัฒนธรรมชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครผ่านการใช้เครื่องมือ ทางชาติพันธุ์ในการผลิตสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน และความกลืนไหลของ ‘ความ เป็นชาติพันธุ์’ ผ่านประสบการณ์ของหนุ่มสาวชาวผู้ไท

ความสำคัญของการหยิบบริบทท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ครั้งนี้จึงเป็นมุมมองอีกด้านที่มีส่วนในการผสานกันระหว่างวัฒนธรรมสมัยนิยมใน สังคมสมัยใหม่ วัยรุ่นในภาคอีสานระดับชาติพันธุ์ และบริบทท้องถิ่น ซึ่งมีส่วนใน การกำกับ ‘การเป็น’ วัยรุ่นผู้ไทเรณูนครอย่างมีนัยยะสำคัญ



2) ย้อนพินิจวัฒนธรรม ‘สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว’ การผลิตภาพแสดงแทนว่าด้วย ‘ความงาม’ ในชาติพันธุ์ผู้ไทเรณู

ส่วนนี้จะเป็นการย้อนพินิจพิจารณาบริบทชาติพันธุ์เพื่อชี้ให้เห็นเงื่อนไขทางวัฒนธรรมที่เป็นบริบทท้องถิ่นเฉพาะของชาติพันธุ์ผู้ไทเรณู ในบทความวิจัยชิ้นนี้เรียกว่าเป็นวัฒนธรรม ‘สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว’ ซึ่งเป็นการประกอบสร้างภาพแทนชาติพันธุ์ที่เน้น ‘เล่า’ ภาพความสวยงามของผู้คนในพื้นที่ มิติชาติพันธุ์ในแบบดังกล่าวถูกประกอบสร้างอย่างเป็นพลวัต แนวทางนี้เป็นยุทธวิธีสำคัญเฉพาะของชาวผู้ไทในพื้นที่อำเภอเรณูนคร

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา ชาวผู้ไทเรณูนครอาศัยอยู่ในอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครถูกจัดในฐานะเป็นกลุ่มชนที่มีภาษาพูดเป็นเอกลักษณ์ และมีประเพณีการฟ้อนรำที่เป็นรูปแบบเฉพาะหรือที่เรียกว่า ‘ฟ้อนผู้ไท’ ซึ่งเป็นประเพณีการแสดงสำคัญที่ชาวผู้ไทใช้เป็นกิจกรรมชาติพันธุ์สำคัญของชาติพันธุ์ ชุมชนผู้ไทเรณูถูกจัดให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวประจำจังหวัด และเป็น ‘ชื่อ’ สำคัญกระทั่งเป็นส่วนหนึ่งของคำขวัญประจำจังหวัดนครพนม

ต่อประเด็น ‘ความงาม’ ของคนในพื้นที่ หากสืบค้นเกี่ยวกับเรื่องเล่าลักษณะรูปร่างของชาวผู้ไทเรณูนคร งานของข้อเขียนของสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ในเรื่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ภาคที่ 4 ปี พ.ศ. 2449 เป็นงานชิ้นแรกที่บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร “เมืองเรณูนครนี้เดิมชื่อบ้านดงหวาย ตั้งเป็นเมืองขึ้นเมืองนครพนมในรัชกาลที่ 3 สังเกตดูผู้คนแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยดีกว่าทุกแห่งที่ได้ผ่านมาแล้ว” (Damrong Rajanubhab, 1923, p. 46) ข้อเขียนของกรมพระยาดำรงราชานุภาพถือว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้าใจชาวผู้ไทเรณูนครอย่างมาก เนื่องจากเป็นมุมมองของผู้ปกครองกรุงเทพฯ ฉะนั้น เมื่อ “เจ้า” ขึ้นชมพวกเขา ชาวผู้ไทชนชั้นนำจึงหยิบประเด็นนี้มาทำให้เป็นอัตลักษณ์ของตน



ความเข้าใจในแบบดังกล่าว ก็ถูกผลิตซ้ำโดยนักประวัติศาสตร์ท้องถิ่น งานชิ้นสำคัญในช่วงทศวรรษ 2510 คือ งานของถวิล เกสรราช ซึ่งเป็นลูกหลานเจ้าเมืองเรณูนคร ผู้ที่เขียนหนังสือเรื่อง*ประวัติผู้ไทย* งานเขียนชิ้นนี้อ้างอิงงานของกรมพระยาดำรงราชานุภาพพอสมควร หลายข้อความเป็นอ้างอิงจากหนังสือเล่มอื่น หรือแม้กระทั่งอ้างอิง ‘คำบอกเล่า’ ต่าง ๆ เช่น “มีท่านผู้หนึ่งกล่าวถึงประวัติเมืองเรณูนครไว้ดังนี้ ‘เรณูนครอยู่ในอำเภอธาตุพนม แยกจากถนนใหญ่เข้าไปประมาณ 7 กิโลเมตร เป็นดินแดนแห่ง*คนงามผิวดี*’ ” (Kaesonrat, 1969, p. 356) หรือ “ชนเผ่านี้มี*สีผิวโดยมากก็ขาว* คณะเชื้อสาย สุกภาพสะอาด ฉลาดเฉลียวชอบสังคมกับชนทั่วไป เอาใจใส่ต่อการปฏิสังขณต้อนรับแขกเป็นอันดี” (Kaesonrat, 1969, p. 358) ข้อน่าสังเกตคือ งานของถวิล เกสรราช ที่เขียนในปี พ.ศ. 2512 เขียนถึงชาวผู้ไทกลุ่มอื่น ๆ ในภาคอีสาน แต่เขาก็ไม่เขียนชื่นชม ‘ลักษณะรูปร่าง’ ของชาวผู้ไทกลุ่มอื่นว่าเป็นกลุ่ม ‘คนงามผิวดี’ หรือ ‘ขาว’ เหมือนชาวผู้ไทเรณูนคร ในแง่นี้ ถวิล เกสรราช ก็ยึดคำอธิบายจากข้อเขียนของกรมพระยาดำรงฯ ที่ชื่นชมชาวผู้ไทเรณูนคร ว่าเป็น ‘*ผู้คนแต่งตัวสะอาดเรียบร้อยดีกว่าทุกแห่งที่ได้ผ่านมาแล้ว*’ ในขณะที่ชาติพันธุ์อื่น ๆ ไม่ชื่นชม ในทางตรงกันข้าม บางกลุ่มถูกตำหนิด้วยน้ำเสียงเชิงลบด้วยซ้ำ

ในทางวิชาการ ความเข้าใจในแบบดังกล่าวถูกต่อยอดเรื่อยมา งานเขียนที่ศึกษาชาวผู้ไทเกือบจะทั้งหมด มักจะอธิบายชาวผู้ไทเรณูนครในฐานะเป็นกลุ่มคนที่มี ‘ผิวพรรณดี’ ‘ขาว’ ‘คนงาม’ หรือแม้สำนัก*ชาวผู้จัดการรายวัน* ประจำวันที่ 17-18 กุมภาพันธ์ 2531 ก็ชี้ว่า “*หากสาวป่าซาง คือตำนานของหญิงงามเมืองเหนือ สาวเรณูนครก็คือผู้ขีดหน้าชุดสาวอีสาน*” การผลิตซ้ำความเข้าใจแนวนี้เองกลายเป็นภาพแทนทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับปฏิบัติการในพื้นที่

ในพื้นที่สังคมชาวเรณูนคร ปฏิบัติการการนำเสนอมิติความสวยความงามของผู้คนในวัฒนธรรมชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครสองคล่องไปกับกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของพวกเขา ปรากฏการณ์ดังกล่าวเริ่มต้นขึ้นใน



ราว พ.ศ. 2500 ภายหลังจากการได้พ้อนรำผู้ไทถวายประมุขของชาติ อัตลักษณ์ความเป็นผู้ไทในมิติการพ้อนรำถูกดึงมาเป็นเนื้อหาสำคัญในการบอกเล่าตัวตนของชาวผู้ไทเรณูต่อผู้อื่น พ้อนผู้ไทถูกพัฒนาเรื่อยมาโดยกลุ่มคณาจารย์ท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2520 ถือได้ว่าเป็นยุคที่พ้อนผู้ไทเรณูเฟื่องฟูที่สุด เงื่อนไขประการสำคัญมาจากปัญหาคอมมิวนิสต์ที่เข้ามาบริเวณอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม และบริเวณเทือกเขาภูพานในจังหวัดสกลนคร เป็นผลให้รัฐบาลหันมาควบคุมพื้นที่บริเวณนี้เข้มข้น ในทำนองเดียวกัน ชาวผู้ไทเรณูขึ้นหน้าในช่วงนั้นก็กำลังสนใจกับการผลิตอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ประเทศไทยจึงไม่ปฏิเสธการแสดงอัตลักษณ์ด้านการพ้อนรำ เนื่องจากไม่ได้มีเกี่ยวข้องกับคอมมิวนิสต์ มากกว่านั้น ยังสนับสนุนให้ชาวผู้ไทเรณูนครใส่ใจกับการพ้อนผู้ไทเพื่อเปี่ยมเบนให้คนในชุมชนต่างไกลภัยคอมมิวนิสต์ที่เป็นปัญหาของรัฐบาลในยุคนั้นด้วย

พ้อนรำผู้ไทเรณูนครถือว่าได้รับความนิยมจากกลุ่มคนหลายระดับ จุดเด่นอีกประการของพ้อนผู้ไทคือการคัดเลือกคนร่ายอย่างพิถีพิถัน ดังที่ปราชญ์ท่านเดิมกล่าวว่า “คัดเลือกเอาแต่ ชื่นต่อนหน้า ปลาต่อนไทย เอาคนหล่อคนงาม ประวัติดีดี ยังมีได้ลูกได้ไฟไปรำ” สืบสาน (นามสมมุติ) (สัมภาษณ์, 9 เมษายน 2564) การคัดเลือกนางรำโดยการเลือกหญิงสาวหน้าตาดี ยังไม่แต่งงานหรือสาวบริสุทธิ์ ด้านหนึ่งทำให้การประกอบสร้างความเป็นชาติพันธุ์ในมิติการพ้อนรำผูกโยงอยู่ตัวมันเองอยู่กับความสวยงามแบบอุดมคติ ภาพแสดงแทนที่ถูกผลิตซ้ำเรื่อยมา ได้กลายเป็นส่วนสำคัญของการนำเสนอตัวตนชาวผู้ไทเรณู ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญของชาวผู้ไทชั้นนำที่ต้องการนำเสนอ ‘สาวผู้ไท’ ให้เป็นภาพตัวแบบ (stereotype) ของชุมชนชาวผู้ไทเรณู

ผลจากการขบเน้นภาพลักษณ์ตามแนวทางดังกล่าว เป็นผลสำคัญต่อความนิยมและสร้างความประทับใจต่อแขกบ้านแขกเมืองทั้งหลาย ซึ่งรวมไปถึงศิลปิน นักร้อง และผู้ที่เคยมาเยี่ยมชมชาวผู้ไทต่างก็มีความประทับใจและสะท้อนความรู้สึกออกมาผ่านการประพันธ์บทเพลงหรือไปถึงบทกลอนที่เกี่ยวกับความ



งดงามของสาวเรณู เช่น เพลงหนาวลมที่เรณู ร้องโดยศรศิรี ศรีประจวบ ที่ขับร้องครั้งแรกเมื่อปี 2513 ในท่อนแรกของเพลง

“เรณูนคร ถิ่นนี้ช่างมีมนต์ขลัง ได้พบนางสาวนาง ดังเหมือนต้องมนต์แนมึง

น้องนุ่งขึ้นใหม่ ไฉนมมวยสวยเพริดพริ้ง

ที่รักเจ้าแล้วแท้จริง สาวเวียงพิงค์แห่งแดนอีสาน”

เพลงอาลัยสาวเรณู ร้องโดยเทพพร เพชรอุบล แต่งในช่วงปี 2518

“เสียงเพลงนี้เศร้า ส่งถึงสาวชาวเมืองเรณู จากไกลเจ้าไปสุดกู่

คิดถึงสาวเรณูนครพนม คิดถึงพลับพลึงบ้านป่า

อยากเห็นหน้าผินหาแว้งจ่ม คิดขอดอ้อคิดขอดอ้อเวลกลม”

หรือแม้แต่เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ก็ยังเขียนบทกวีในทำนองชื่นชมความงามของชาติพันธุ์ผู้ไท กระทั่ง “ขอเลือกเป็น เขยอยู่ เรณูนคร” (Chaiyakhunt, 2013, p. 40)

เพลงและบทกวีที่ถูกแต่งแต้มโดยศิลปินคนอื่นนอกชาติพันธุ์เหล่านี้ มีอิทธิพลอย่างมากในแง่ของการตอกย้ำภาพตัวแบบความงามของสาวผู้ไทเรณูตามแนวทางการนำเสนอชาติพันธุ์ของผู้ไทชั้นนำทั้งหลาย และเมื่อตัวบทวรรณกรรมเหล่านี้แพร่กระจายไปสู่ผู้ฟังอื่น ๆ และมีการผลิตซ้ำจากศิลปินรุ่นใหม่เรื่อยมา ‘ความงามของสาวผู้ไท’ จึงค่อย ๆ พาตัวมันเองยกระดับไปสู่การเป็นภาพแทนชาติพันธุ์ที่บอกลอยอยู่ในความรับรู้ของคนบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ชาวผู้ไทเรณูนคร ดังที่ชาวในปี 2531 เสนอไว้ว่า “ความงามของสาวเรณูนครถูกส้าบบปากต่อว่าเนื้อร้องของบทเพลงนั้นไม่ได้เกินเลยจากความจริง !!!” (Daily Manager, 1988, p. 12)

ในช่วงแรก ๆ การนำเสนอความงามของคนผู้ไทถูกติดต่อกับ ‘ผู้หญิง’ กระทั่งในช่วงปี 2540 ภายหลังจากที่ครูประจำโรงเรียนเรณูนครก่อตั้ง ‘วันผู้ไทเรณูนคร’ ขึ้น ความสำคัญในยุคนี้คือการประดิษฐ์สร้างชุดคำอธิบายวัยรุ่นในพื้นที่นั้น คือ “สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว” เพื่อใช้เป็นชุดคำที่สื่อถึงภาพแทนคนในชาติพันธุ์ ในช่วง



นี้พื้นที่ของผู้ชายชาวผู้ไทเริ่มถูกดึงมาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอความงามของชาติพันธุ์

เป้าหมายหลักของการก่อตั้งวันผู้ไทเรณูนคร นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่เยาวชน แต่ด้านหนึ่งก็นำไปสู่การเปิดพื้นที่สำหรับ ‘หนุ่มเมืองเว’ ซึ่งไม่เคยถูกให้ความสำคัญเลยในช่วงที่ผ่านมา ฉะนั้นในช่วงหลังปี 2540 เป็นต้นมา การสร้างภาพความงดงามประจำชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูไม่เพียงแต่การนำเสนอ ‘สาวผู้ไท’ เท่านั้น ในด้าน ‘บ่าวผู้ไท’ หรือ ‘หนุ่มผู้ไท’ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นตัวแทนความงามกลุ่มใหม่ในความเป็นชาติพันธุ์ผ่านกิจกรรมการพ้อนรำ ฉะนั้นเมื่อการพ้อนรำต้องคัดเลือกหน้าตาและผิวพรรณของนายรำ ภาพลักษณ์นายรำและคำว่า ‘หนุ่มเมืองเว’ ‘บ่าวผู้ไท’ จึงพ่วงกับ ‘ความงามแบบชาย’ และกลายเป็นส่วนหนึ่งในความงามของวัฒนธรรมชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครไปโดยปริยาย

นอกจากนี้ยังมีการโหมประโคมจากส่วนราชการงานปกครองท้องถิ่น เอกสารราชการจากอำเภอหรือเทศบาลเว็บไซต์ของตำบลต่าง ๆ ในอำเภอเรณู เว็บไซต์โดยตรงของอำเภอเรณูนคร เว็บไซต์จากทางจังหวัดนครพนมหรือสื่อที่โปรโมทการท่องเที่ยว ต่างก็ ‘ขายซ้ำ’ ‘ความงาม’ ของชาวผู้ไทเรณูนครอยู่ตลอดเวลา

การทำให้เรื่อง ‘ความงามของคนผู้ไทเรณู’ เป็นอัตลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ เห็นได้ว่าถูกประกอบสร้างอย่างมีพลวัตและเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการพัฒนาชาติพันธุ์ในแต่ละยุคสมัย ในเชิงกระบวนการสร้างความรู้และปฏิบัติการทางสังคมก็ดำเนินการอย่างสอดคล้องกันเสมอ นำไปสู่การกลายเป็นภาพแทนวัฒนธรรมผู้ไทเฉพาะพื้นที่อำเภอเรณูนครที่ซึมลึกไปสู่ผู้ใหญ่ในชุมชน อย่างที่ไมค์ (นามสมมุติ) บอก



“บ่าวผู้ไทเขาดูแลเจ้าของเต๊ะหมอ ไทเรณูขาวแต่น้อย ไท
เขื่อนเขามักแก้ว ‘เยอะไปเลาะหลายมันละฮิม’ (อย่าไปเที่ยวเล่นเยอะผิว
มันจะดำ)” ไมค์ (นามสมมุติ) (สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2564)

ในด้านความเชื่อมโยงไปสู่หนุ่มสาวผู้ไทเรณูนคร สำหรับวัยรุ่นผู้ไท พวก
เขาปรากฏตัวในพื้นที่ชาติพันธุ์ผ่านการบทบาทการเป็นนายร่ำพ่อนผู้ไท เด็กผู้ไทจะ
ถูกฝึกฝนการฟ้อนตั้งแต่ชั้นประถม หลายคนหยุดการฟ้อนตอนขึ้นมัธยม บางคนก็
ยังฟ้อนตามงานต่าง ๆ อยู่ แต่ยังมีส่วนน้อยที่ทำงานด้านการฟ้อนเป็นทีมประจำ
อำเภอ สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในบทความชิ้นนี้ หลายคนยังรับงานพ่อนรำ แต่
โดยมากมักจะรับงานเป็นคนต้อนรับแขกหรือปรากฏตัวในแบบบ่าวสาวในชุด
ประจำชาติพันธุ์ เนื่องจากในชุมชน ระยะเวลาตลอดทั้งปีจะมีแขกที่เป็นข้าราชการ
และนักท่องเที่ยวมาเยือนพื้นที่ชุมชน เทศบาลหรืออำเภอจะจ้างบ่าวสาวผู้ไทที่รูปร่าง
หน้าตาดีไปเป็นตัวแทนคนในชาติพันธุ์ ด้านหนึ่งก็เป็นการตอกย้ำการนำเสนอ
ภาพความงามของคนในชาติพันธุ์ และเป็นการดึง ‘หนุ่มสาม’ ในพื้นที่เข้าสู่ ‘ความ
งาม’ เป็นชาติพันธุ์ บ่าวสาวผู้ไทที่ชีวิตประจำวันวนเวียนอยู่กับการสร้างสรรค์ ‘ความ
งาม’ จึงสอดคล้องกับแนวทางของความเป็นชาติพันธุ์ หลายคนยอมรับอย่างเต็มใจ
ว่าตนเป็น ‘บ่าว’ ‘สาว’ ผู้ไทเรณูนคร เช่น ในตอนที่พวกเขาเพิ่มรูปภาพตนในสื่อ
ออนไลน์ หากรูปนั้นเป็นรูปภาพในชุดประจำชาติพันธุ์ พวกเขาจะเขียนบรรยายตน
ว่าเป็น “บ่าวสาวผู้ไทเรณูนคร” “สาวงามผู้ไท เมิงเวเรณู” หรือ “หนุ่มผู้ไท
เรณู” เป็นต้น

นอกเหนือจากการยืนยันอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่อยู่ในตัวหนุ่มสาวผู้ไท
ในระดับปรากฏการณ์แล้ว สิ่งที่จะต้องสะท้อนให้ถึงความเชื่อมโยงในระดับปัจเจก
คือ มุมมองว่าด้วย ‘ความงาม’ ของ ‘พวกเรา’ (ความเป็นชาติพันธุ์และคนในพื้นที่)
กับ ‘พวกเขา’ (วัฒนธรรมอื่นและวัยรุ่นแบบอื่น) ผ่านปฏิสัมพันธ์ของวัยรุ่นผู้ไทและ
คนอื่น รูปแบบ ‘ความเป็นชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนคร’ ที่มีปฏิบัติการทางการเมืองแบบ
รัฐราชการ การแสดงตนเป็นผู้ภักดีกับรัฐไทย วัฒนธรรมชาวผู้ไทจึงเติบโตและมี



พื้นที่ทางสังคมมากกว่าชาติพันธุ์อื่นในภาคอีสาน ทำนองเดียวกันกับวัยรุ่นผู้ไทเรณู พวกเขาก็ถือว่ากลุ่มของตนเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีแนวทางที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่า กลุ่มวัยรุ่นคนอื่น ๆ สำนึกและวิถีคิดแนวนี้ปรากฏเมื่อตอนที่วัยรุ่นผู้ไทเปรียบเทียบตนเองกับวัยรุ่นไทบ้าน ดังเช่นที่ปรากฏบทสนทนาในวงเหล้าในคืนหนึ่งในช่วงปลายปี

“อยู่ร้านเหล้า ผู้สาวเอ็ด (ทำ) มาด้อย (สะกิด) หลัง ไ้ว
คิดว่ามันถึก (ทำแบบไม่ได้ตั้งใจ) ตะซ้อ (เฉยๆ) บาดแล้วเอาอีก
บัดๆละเอา พัดบั๊กไทบ้านเอาไปสะละละ”

บทสนทนานี้ชี้ให้เห็นการแบ่งแยกวัยรุ่นผู้ไทออกจากเป็นวัยรุ่นไทบ้านได้อย่างชัดเจน สำหรับวัยรุ่นผู้ไทแล้วพวกเขาก็ถือว่าตนว่าเป็นคนที่มีแบบแผน ‘ความงาม’ สูงกว่าวัยรุ่นกลุ่มอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงเสมอ วิถีคิดนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่ ตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา มีกระแสที่เรียกว่า ‘วัยรุ่นสายป่า’ คล้ายกับการเป็น ‘วัยรุ่นไทบ้าน’ ในยุคนี ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งเล่าว่า

“ไ้เรณูมิ(ไม) คือไทบ้าน สมัยนั้นสายป่าหลายไ้เรณู
เขาเว้าเซอ(พูดนิทาน) แต่งโตมิเป็น เฮ็ดคำคี่ลือ(ผิวดำ)อยู่” หรือ
“พวกที่เหยียดคือพวกสไตล์เห็นอยู่ในนั้นละ(ชุมชน) มักเว้าใส่ไ้
บ้านเว้าใส่สายป่า”

สำหรับการมีมุมมองเชิงลบต่อคนที่ ‘แต่งตัวไม่เป็น’ แม้ว่าจะเป็นวิถีคิดที่ออกมาจากกลุ่มวัยรุ่นชาวผู้ไทเรณูนคร (ในยุคนีการ ‘เว้าใส่’ น้อยลงมาก) แต่การอธิบายผ่านมุมมองปัจเจกก็ดูจะละเลยโครงสร้างชาติพันธุ์ที่มีส่วนในการกำกับชุดความคิดดังกล่าว สำนึกความงามของ ‘พวกเรา’ และ ‘พวกเขา’ ในแนวทางนี้เชื่อมโยงโดยตรงกับโครงสร้างชาติพันธุ์ผู้ไทเรณู ‘ความเป็นชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนคร’ ซึ่งเป็นชาติพันธุ์ที่มีปฏิบัติการทางการเมืองแบบรัฐราชการ การแสดงตนเป็นผู้ภักดีกับรัฐไทย แนวทางนี้ทำให้สังคมวัฒนธรรมชาวผู้ไทเติบโตและมีพื้นที่



ทางสังคมมากกว่าชาติพันธุ์อื่นในภาคอีสาน สำนึกที่สะท้อนจากตัวปัจเจกเรื่องการ ‘เว้าไส้’ หรือการแสดงสถานะของตนให้สูงกว่าไทบ้านหรือสายป่าในยุคนั้นจึงเป็น สำนึกชุดเดียวกันกับโครงสร้าง หรือแบบแผน ‘ความชาติพันธุ์’ ในเรื่องการถือตน ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรม ‘ความงาม’ สูงกว่าคนอื่น

อัตลักษณ์ชาติพันธุ์เกี่ยวกับ ‘ความงาม’ ของคนในท้องถิ่นนอกจากจะ ปรากฏผ่านการรู้จักสร้างสรรค์และรักษาความงามของหนุ่มสาวเพื่อการเข้าไปเป็น ส่วนหนึ่งของกิจกรรมชาติพันธุ์ และปรากฏผ่านสำนึกการแบ่งแยกตัวเองออกจาก วัยรุ่นแบบอื่น ๆ แล้ว ยังปรากฏในรูปของเสียงสะท้อนจากประสบการณ์ส่วนตัว ของวัยรุ่นผู้ไทหลายคนที่ถูกชื่นชมจากคนอื่น เช่นยอช (นามสมมุติ) เล่าให้ฟังว่า

“คนเรณูนะ ยอมรับเยอะว่าหน้าตาดี เพราะว่าไปसार คาม (จังหวัดมหาสารคาม) พวกบักนิก บักสอง บักอะไร แล้วใคร อีก เรา บอสก็หล่อเนาะ บักปากขาวไม่ได้อ้วนขนาดนี้ แล้วก็บัก นินเพื่อนศรีสะเกษเรียนการตลาด วันนั้นรวมตัวกันจะไปร้านเหล้า มั่น(บักนิน)เห็นพวกเราไป โอ๊ะ พวกมึงหล่อจังวะคนเรณู มีแต่คน สูง ๆ ขาว ๆ แล้วพวกเพื่อนมันหรือใครเห็นว่า คราวหน้าไม่ต้อง เอาพวกมัน (หนุ่มผู้ไทเรณู) มาเด้อ ไปที่ไหนก็มีแต่คนว่า(ชม)” (สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2564)

หรือตัน (นามสมมุติ) เล่าประสบการณ์จากคนอื่น ๆ ที่พูดถึงหนุ่มสาว ชาวผู้ไทเรณูให้ฟังว่า

“เขาบอกว่าหน้าเราเหมือนลูกครึ่งมาก ไม่เหมือนคน อีสาน อันนี้เขาพูดนะ ทำไมคนหล่อขนาดนี้มาอยู่ที่นี่นะ อันนี้เขา พูดนะ ก็เลยตอบไปว่า หล่อ ๆ แบบนี้ที่นี้มีเยอะ ช่างเผือกอะ ” “เฮ้อ ดูแต่ละคน เดียวนี้หนักรึ่กกว่าคนในเมืองนะ ดูไฮท์ (high)



กว่า อันนี้ส่วนตัวเขานะ เทียบกับในเมือง” (สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2564)

ประสบการณ์รูปแบบต่าง ๆ ระหว่าง ‘ความเป็นชาติพันธุ์’ กับ ‘วัยรุ่นผู้ไท’ ในพื้นที่เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การสร้างความรับรู้ให้ ‘ความงาม’ เป็นส่วนหนึ่งของความเป็นชาติพันธุ์ได้นำไปสู่สำนึกและความใส่ใจของคนในท้องถิ่น จะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ด้านหนึ่งคนในพื้นที่ชาติพันธุ์ รวมถึงวัยรุ่นผู้ไทเรณูก็กำลังตกอยู่ใน ‘มนต์สะกด’ ของภาพแสดงแทนชาติพันธุ์ ในขณะที่ ‘คนนอก’ ชุมชน ชื่นชมพวกเขา ทำนองเดียวกันพวกเขาต้องใส่ใจรักษา ‘ความงาม’ เพื่อบอกคนอื่นว่าเขาเป็น ‘ชาวผู้ไทเรณู’ อยู่เสมอ เบื้องหลังรายละเอียดปลีกย่อยในประเด็นนี้เองล้วนแล้วแต่ชี้ให้เห็นนัยยะสำคัญของความเกี่ยวโยงสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่นคนหนุ่มสาวกับมิติ ‘ความเป็นชาติพันธุ์’ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตาม ต่อประเด็นการส่งเสริมการพัฒนาชาติพันธุ์มิตินี้ ในสังคมเรณูนครมีชาวผู้ไทคนหลายกลุ่มใน ‘สนามชาติพันธุ์ผู้ไทเรณู’ แต่กลุ่มที่เป็นสายการพัฒนาชาติพันธุ์เพื่อการท่องเที่ยวโดยมากก็ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ไทชั้นสูง (elite) คนใหญ่คนโตในชุมชนอำเภอเรณูนคร หากไล่เรียงตั้งแต่ยุคต้น ยุคที่การพ่อนรำเฟื่องฟู (ช่วงปีพ.ศ. 2510-2530) ถูกผลักดันโดยหัวหน้าคณะรำหรือปราชญ์ท้องถิ่นชาวผู้ไท ช่วงนี้จะเน้นประกอบสร้าง (constructive) ความงามของสาวผู้ไทเป็นหลัก และช่วงที่ข้าราชการท้องถิ่นเข้ามามีบทบาท (ช่วงพ.ศ. 2540) บทบาทของคณะพ่อนรำก็ลดลง หัวหน้าคณะพ่อนรำถูกเบียดขับออกจากสนามชาติพันธุ์ ยุคนี้เป็นยุคที่ ‘หนุ่มเมืองเว’ หรือ ‘บ่าวผู้ไทเรณู’ เริ่มถูกดึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมชาติพันธุ์มากขึ้น ในทำนองนี้ การนำเสนอภาพ ‘ความงามของคนหนุ่มสาวผู้ไทเรณู’ ที่ถูกผลักดันมาตลอดจึงเป็นมุมมองที่อยู่ภายใต้กรอบความต้องการของชาวผู้ไทชั้นนำเสียโดยมาก

เมื่อหันมาดูวัยรุ่นผู้ไทเรณูในข้อมูลภาคสนาม ปฏิเสธไม่ได้ว่า บทบาทของชนชั้นนำผู้ไทเรณูมีผลต่อวัยรุ่นในพื้นที่ กล่าวคือ การทำให้ ‘ความงาม’



เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ผ่านการสร้างเรื่องเล่าของ ‘คนนอก’ ในนาม ศิลปิน นักร้อง นักเขียน นักวิชาการ ตลอดจน ‘เจ้า’ ในอดีต และ ‘คนใน’ นักประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และผู้ไทชั้นนำ ได้ก่อให้เกิดการใช้เครื่องมือทางชาติพันธุ์ (instrument) ในการประกอบร่าง สรรค์สร้าง คัดเลือก และนำเสนอวัฒนธรรมใน มิติดังกล่าวอย่างซ้ำ ๆ ผ่านกิจกรรมทางชาติพันธุ์ ชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครจึงอยู่ใน สภาวะที่ยืดหยุ่น (fluid) (Cornell and Hartman, 1998) ตามกระบวนการ ประกอบสร้างชาติพันธุ์เพื่อความมั่นคงระยะยาว (long-run stickness) (Varshney, 2007, p. 288) ของความเป็นผู้ไทเรณูนคร กระบวนการนี้เองส่งผลให้ เยาวชนชาวเรณูนครต้องเตรียมตัวรับมือและใส่ใจกับการดูแลตนเองให้ใกล้เคียงกับ รูปแบบดังกล่าวเพื่อการเป็นส่วนหนึ่งของ ‘การเป็นวัยรุ่นผู้ไทเรณู’ อยู่เสมอ ฉะนั้น ในด้านหนึ่ง มิติวัฒนธรรม ‘ความงาม’ ของชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูที่ ‘คนใหญ่คนโต’ ปั้นแต่งขึ้นมีผลต่อชีวิตประจำวันของวัยรุ่นผู้ไท ด้วยเหตุนี้ความเป็นชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครจึงไม่ได้กระจายตัวอยู่เพียงแต่ผู้ไทชั้นนำ สภาวะชาติพันธุ์ผู้ไทยืดหยุ่น ไหลเวียน (fluid) ข้ามช่วงอายุ (generation) ไปสู่คนหนุ่มสาวชาวผู้ไทอีกด้วย แต่ อย่างไรก็ตาม บริบทท้องถิ่นชาติพันธุ์ก็ไม่อาจแยกขาดกับวัฒนธรรมสมัยนิยม (pop culture) ในปัจจุบัน เนื่องด้วย ‘ตัวตน’ วัยรุ่นผู้ไทเรณูเกี่ยวกับการมีวิถีชีวิตและ รสนิยมการบริโภคตามแนวทางสังคมสมัยใหม่ ความงามตามแบบท้องถิ่นนิยมหรือนิยามวัยรุ่นในแบบเดิม ๆ ที่ผู้ไทชั้นนำหามั่นป็นมืออยากให้เป็นจึงไม่ใช่ทั้งหมด ของการเป็นวัยรุ่นผู้ไทในสังคมสมัยใหม่ ‘สนามชาติพันธุ์’ ตามแนวทางการจัดวาง ของผู้ไทชนชั้นนำจึงไม่ใช่สิ่งที่วัยรุ่นผู้ไทสมทานและคงไว้ให้เป็น ‘ตัวตน’ ของพวกเขาทั้งหมด หนุ่มสาวชาวผู้ไทพวกเขาฉวยใช้ประโยชน์จากมิติวัฒนธรรมชาติพันธุ์ บางส่วนเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแต่งเติมและ/หรือสร้างสรรค์ ‘ตัวตน’ ของพวกเขาใหม่อย่างมีชั้นเชิงเพื่อให้สอดคล้องและเป็นส่วนหนึ่งกับวัฒนธรรมสมัยนิยม (pop culture) ด้วยเหตุนี้จึงนำไปสู่การปรากฏตัวของกลุ่มวัยรุ่นพิตเนส และกลุ่มวีเจ (VJ) หญิง



3) สีลาของวัยรุ่นผู้ไทเรณู การผันแปรอัตลักษณ์ชาติพันธุ์สู่ปฏิบัติการทางเศรษฐกิจ

การทำงานเกี่ยว ‘ความงาม’ ของคนรุ่นใหม่เป็นการสะท้อนปฏิบัติการการสร้างเรือนร่างที่สอดคล้องไปในแนวทางเดียวกับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ แต่มีความแตกต่างในแง่ของพื้นที่การนำเสนออยู่ในสังคมผู้ไทเรณูนคร คนหนุ่มสาวเข้าสู่พื้นที่ชาติพันธุ์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ แนวทางของชาติพันธุ์ที่พยายามสถาปนา ‘ความงาม’ ให้เป็นอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ การคัดเลือกคนหนุ่มสาวที่มีหน้าตาและเรือนร่างเหมาะสมดูดีเป็น ‘ตัวแสดง’ ในการจัดแสดงวัฒนธรรมชาติพันธุ์เป็นการ ‘ดึง’ คนหนุ่มสาวเข้าสู่เป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ความชาติพันธุ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในรณานี้เป็นความสัมพันธ์แบบเส้นตรงที่มีมติความเป็นชาติพันธุ์เป็นฝ่ายกระทำการต่อคนหนุ่มสาว ในขณะที่ป่าวสาวผู้ไทเป็นเพียงตัวแสดงที่ต้องปฏิบัติตามแบบแผนทางกิจกรรมชาติพันธุ์เท่านั้น

นับตั้งแต่ปรากฏการณ์การร่วมกลุ่มชาวผู้ไทข้ามพรมแดนรัฐชาติ (trans-nation) ของชาวผู้ไทเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีชาติพันธุ์ผู้ไทเรณูนครเป็นหัวหอกสำคัญในช่วงปี 2555 สะท้อนความเป็นชาติพันธุ์ผู้ไทในภาคอีสานกำลังปรับตัวตนชาติพันธุ์ให้ ‘ทันสมัย’ ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นผลโดยตรงต่อชาติพันธุ์ผู้ไทที่ถูกทำให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (commoditization) เกิดการจัดระบบระเบียบทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ให้สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่สังคมสมัยใหม่ไม่ได้มีเพียงด้านที่ ‘ความเป็นชาติพันธุ์’ เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ต่อภาวะสมัยใหม่ หากแต่คนพื้นที่ โดยเฉพาะคนหนุ่มสาวที่เติบโตมาในยุคปัจจุบัน พวกเขามิจินตนาเกี่ยวกับการบริโภค รสนิยม แฟชั่น วิถีชีวิตแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อสมัยใหม่เป็นผลให้วัยรุ่นผู้ไทรู้จักฉวยใช้กระแสความงามในแนววัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ ในแง่นี้ปฏิเสธไม่ได้ว่า การปรากฏตัวของวัยรุ่นผู้ไทได้อยู่นอกเหนือจากกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่จัดขึ้นในพื้นที่ ปฏิบัติการของคนหนุ่ม



สาวที่สะท้อนให้เห็นว่า พวกเขาได้พยายามขยับขยาย ‘ตัวตน’ ข้ามพ้นออกจากโครงสร้างชาติพันธุ์ บทบาทของวัยรุ่นผู้ไทด้านหนึ่งพวกเขายังนำเสนอตัวตนตามแบบแผนชาติพันธุ์ แต่ในอีกด้านหนึ่งพวกเขาก็หลุดจาก ‘การเป็น’ ‘สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว’ ในแบบเดิมและกลายเป็นผู้กระทำการใหม่ ๆ โดยการใช้ ‘ความงาม’ จากส่วนผสมของวัฒนธรรมสมัยนิยมในการสร้างสรรค์ความงามต่อการเป็นวัยรุ่นยุคใหม่

ในแง่การทำงานเกี่ยว ‘ความงาม’ ของหนุ่มสาวผู้ไทจึงเป็นการยกระดับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไปสู่ปฏิบัติการ โดยมีปัจจัยเรื่อง ‘ความงาม’ ตามแนวทางการบริโภคสมัยใหม่เป็นส่วนผสมทางวัฒนธรรม บ่าวสาวผู้ไทจึงไม่ได้เป็นเพียงตัวแสดงที่ต้องปฏิบัติตามแบบแผนกิจกรรมชาติพันธุ์ หากแต่พวกเขารู้จักการนำเสนอตัวตนในพื้นที่ใหม่ ๆ ซึ่งสะท้อนแนวทางการเป็นผู้กระทำการ (actor) ทางสังคม แนวทางการยกระดับอัตลักษณ์ชาติพันธุ์สู่ปฏิบัติการที่ปรากฏอย่างชัดเจน คือการผันจากการเป็น ‘ตัวแทน’ ‘สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว’ หนุ่มสาวที่ปรากฏตัวในชุดประจำชาติพันธุ์ไปสู่การเป็นนายแบบ และวีเจ (VJ) ในสื่อออนไลน์

ยอช (นามสมมติ) และตัน (นามสมมติ) สองหนุ่มนี้น่าจะ ‘ฮอต’ หรือเป็นที่รู้จักมากที่สุดในชุมชนชาวผู้ไทเรณูนคร ทั้งสองเป็นหนุ่มผู้ไทเรณูนครโดยกำเนิด และปัจจุบันยังอาศัยอยู่ในชุมชน

ยอช หลังจากที่เรียนจบมหาวิทยาลัยได้มีโอกาสดำรงตำแหน่งกับบริษัทซีพี (CP) แต่ด้วยปัญหาในการทำงานหลายอย่าง เป็นผลให้ตัดสินใจกลับมาอยู่บ้าน กิจวัตรประจำวันของยอชนอกจากงานเล็ก ๆ น้อย ๆ ในบ้านแล้ว ช่วงเย็นเขามักจะไปออกกำลังกายที่ฟิตเนส (Renu Gym) บ่อยครั้งที่ผู้เขียนไปพบยอชที่นั่น เขามักเล่าให้ฟังว่าจะดูแลตัวเองให้มั่งคั่ง ไม่ใช่เพียงการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นเรื่องการควบคุมอาหารด้วย ในเย็นวันหนึ่งของต้นฤดูหนาว ผู้เขียน ยอช และมอส นัดเจอกันที่ร้านบุฟเฟต์หมูกระทะที่ในชุมชน จึงมีโอกาสดำเนินการถ่ายแบบเมื่อไม่กี่เดือนที่ผ่านมา ยอชเล่าว่า ในช่วงประมณ เขาเป็นคนอ้วน เข้าสู่วัย



มัธยม เขาทำการลดหุ่นอย่างหนักเป็นเวลาหลายปี จวบจนช่วงมัธยมปลาย ยอชกลายเป็นคนที่มีเรือนร่างสมส่วน ดูดี และด้วยความที่หน้าตาดีเป็นทุนเดิม ยอชมักถูกชักชวนให้เป็นไปคอน ‘รับแขก’ ซึ่งมีการแต่งกายในชุดประจำชาติพันธุ์เพื่อเป็นตัวแทนคนหนุ่มสาวในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองที่เข้ามาเที่ยวชมชุมชนชาวเรณูนคร ยอชจึงรู้จักการวางตนหรือการทำท่าทางให้เหมาะในการถ่ายภาพอยู่บ้าง กระทั่งในช่วงมหาวิทยาลัย ยอชได้มีโอกาสดำเนินการถ่ายแบบอยู่เสมอ ในแง่การหาบหามาให้เป็นนายแบบผู้นำเสนอสินค้า (presenter) ให้กับ Fast Delivery ในปัจจุบัน เห็นได้ว่า พัฒนาการในช่วงชีวิตของยอชเกี่ยวข้องกับ ‘ความงาม’ ในแต่ละช่วง ประสบการณ์ของเขาไม่เพียงแต่เป็นเรื่องของการใส่ใจดูแลร่างกายของเด็กหนุ่มธรรมดา ในแต่ละช่วงชีวิต เช่น ช่วงมัธยมนอกจากปัญหาเรื่องสุขภาพ ยอชยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนหนุ่มสาวบ่าวผู้ไท ต้นทุนประสบการณ์จากการปรากฏตัวจากกระแสการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ส่งผลให้เขามีโอกาสในการเป็นนายแบบ (model) ให้กับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามอีกด้วย

ด้านต้น บ่าวผู้ไทที่ ‘ออกงาน’ ชาติพันธุ์ตั้งแต่เด็ก ช่วงประถมต้นเป็นคนพ่อนำให้กับทางโรงเรียน กระทั่งช่วงมัธยมก็รับงานพ่อนำน้อยลง และผันตัวเป็นคนที่ต้องแต่งกายด้วยชุดชาติพันธุ์เพื่อรับ ‘แขกบ้านแขกเมือง’ ต้นเป็นลูกหลานเจ้าเมืองเรณูนคร ปัจจุบันทำงานที่โรงงานเหล้าไห ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวของเขา แต่ก็มีรับงานแสดงบทบาทเป็น ‘บ่าวผู้ไท’ ในชุดชาติพันธุ์อยู่บางครั้ง ชีวิตประจำวันของต้นในช่วงกลางวันจะทำงานกับครอบครัว ช่วงเย็นเกือบทุกวันจะไปออกกำลังกายที่ฟิตเนส และบางครั้งเขาจะเดินทางไปทำงานเกี่ยวกับการถ่ายแบบตามจังหวัดต่าง ๆ ต้นบอกว่าเคยได้งานถ่ายแบบเป็นพรีเซนเตอร์ (presenter) ให้กับ Jiin Clinic สาขาสกลนคร ซึ่งเป็นคลินิกเสริมความงามแห่งหนึ่งในจังหวัดสกลนคร แม้จะไม่ได้เป็นเงินสด แต่ก็ได้รับสิทธิประโยชน์ในการใช้บริการอย่างยาวนาน

“เราไม่ได้เงิน แต่เขาดูแลเราตลอดชีวิต คือนิดผิว
กระปุกหนึ่งก็ 800 แล้ว ดีกว่าเราได้เงินมาแล้วก็จบ แต่เราได้ไป



ทำกับเขาดลอด คือหนานี้ ทรีทเม้นท์(treatment) หน้าครึ่งหนึ่ง
นี้ 1500 ฉีดผิว 1800 อะ วันหนึ่งตกไปแล้ว 2000 กว่าบาท
ช่วงแรก ๆ เราไปอาทิตย์ละครั้ง อะ อาทิตย์ละ 2000 กว่าบาท
คุ้มกว่าเราได้เงินมาซักหมื่น” (สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2564)

งานนายแบบ เป็นสายงานที่ติดต่อนำมาหาต้นอยู่เรื่อย ๆ เช่น งานถ่ายแบบ
เมื่อต้นเดือนที่ผ่านมา งานนี้ “อยู่กรุงเทพฯ อันนี้เขาซัพพอร์ตค่าใช้จ่ายทุกอย่าง
ค่าที่พักค่าเครื่องบิน แล้วกะค่าเวย์ (เครื่องดื่มน้ำมันเวย์) ให้มาเพาะกายปั้นหุ่นไป
ถ่ายแบบ ส่วนค่าถ่ายแยกได้หนึ่งหมื่น เยอะนะสำหรับโนเนมอย่างเรา”

สำหรับต้นแล้ว ใน งานเกี่ยวกับ ‘ความงาม’ ของเขาไม่ได้มีแต่ถ่ายแบบ
เท่านั้น ต้นยังเป็นวีเจ (VJ) สตรีมในแอปไลฟ์ต่าง ๆ ด้วย ต้นให้ความหวังว่า “เฮ
เคยเป็นวีเจจากแอปหนึ่งเมื่อสองปีก่อน เหน่าจะเป็นคนแรก ๆ ที่ทำพวกนี้ ตอน
นั้นเราได้เงินเยอะนะ แต่เรารู้สึกว่าเราเหนื่อย 2 เดือนเราทำเงินได้ 70,000 บาท
แต่เราเหนื่อยตรงที่เราต้องคอยเอาใจยูส (User) แบบต้องเอาใจคนที่มาเบย์เรา มัน
เหนื่อยนะ เงินเยอะ แต่เหนื่อยอึดอัด” (สัมภาษณ์, 29 พฤศจิกายน 2564)

นอกจากวีเจ (VJ) บ่าวผู้ไทแล้ว สาวผู้ไทหลายคนก็เป็นวีเจในสังกัด
เฉพาะคนผู้ไทเรณูด้วย เป็นที่น่ายกย่องคือ คนที่เป็นดีเจสาว ทุกคนล้วนแล้วแต่เป็น
อดีต ‘นางรำฟ้อนผู้ไท’ ทีมประจำโรงเรียน ซึ่งพวกเธอต้องควบคุมน้ำหนักของ
ร่างกายให้สมส่วนอยู่เสมอ เพราะการฟ้อนผู้ไทเรณูต้องคัดเลือกหุ่นของนางรำ และ
การฟ้อนทำให้พวกเธอเป็นคนกล้าแสดงออกต่อหน้าคนอื่น ประสบการณ์เกี่ยวกับ
เรื่องร้อง และผิวหน้า ตลอดจนความกล้าแสดงออกเพื่อการทำงานในชาติพันธุ์นี้เอง
มีในการฝึกให้สาวผู้ไทหลายคนรู้จักใส่ใจกับความงาม หรือการรักษาตัวเองเพื่อการ
เป็น ‘สาวผู้ไท’ ผู้ที่ถูกเชื่อว่าเป็นคนสวย มีผิวพรรณดี เป็น “สาวเยี่ยงฟิงค์แห่ง
ดินแดนอีสาน” เห็นได้ว่า ‘ความเป็นชาติพันธุ์’ มีผลต่อ ‘ปฏิบัติการ’ ความงามของ
สาวผู้ไทอยู่พอสมควร สาวผู้ไทหลายคนก็รู้จักฉวยใช้ประสบการณ์ที่เคยทำงานใน



ชาติพันธุ์มาปรับปรุงการนำเสนอตัวตนใหม่ในการเป็นดีเจ (DJ) สาวเพื่อทำมาหากินในพื้นที่แพลตฟอร์มออนไลน์

ภาพรวมในตอนการทำให้ความบันเทิงตอนทีวี่เจไลฟ์สด(live) ไม่ใช่การแสดงโชว์ไปเปลี่ยนแต่อย่างใด วีเจสาวจะเน้นให้ความบันเทิงสายตลกหรือ ‘สายฮา’ เน้นพูดคุยสนุกสนุก อย่างก็ฟ ฝน เป็นคนเสียงเพราะ ทั้งสองมักจะร้องเพลง บางครั้งเมื่อ ‘จอย’ (join) กัน ก็จะร้องเพลง*รักควรมีสองคน* โดยตกลงกันใครจะเป็นทีมเมียหรือทีมชู้ หรือในบางครั้งจะเป็นการ ‘เ็นเตอร์เทน’ โดยการใช้คำจำลองเวทีหมอลำ การพูดเชิญเชิญแขก ‘วันนี้มาจั่วด้วยกันนะ’ พร้อม ๆ กับบอกให้แขก(user) มาจับจองด้านหน้าเวที หมอลำจะเริ่มตอนสองทุ่มครึ่ง เป็นต้น ด้านวีเจหนุ่มอย่างต้น จะเน้นหล่อ มักจะใส่เสื้อกล้ามเพื่อโชว์เรือนร่าง ได้ไม่ถึงขั้นการถอดเสื้อ แต่จะเน้น ‘โชว์กล้าม’ โชว์สัดส่วนร่างกายซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มเพศทางเลือก เช่น เกย์ เป็นต้น

ผู้เขียนได้มีโอกาสพูดคุยกับก็ฟ ซึ่งเป็นสาวผู้ไทอีกหนึ่งที่อยู่ในแวดวงการพ่อนรำผู้ไทมาตั้งแต่สมัยมัธยม ก็ฟมีรายได้จากงานกิจกรรมชาติพันธุ์ตั้งแต่เรียนมัธยม เนื่องจากการพ่อนรำแต่ละครั้งได้รับค่าตอบแทนอยู่พอสมควร “ตอนนั้นพอได้เงินใช้นะ เป็นเด็กน้อยมัธยมเนาะ ตอนนั้นมันกะหลาย ไปรำเทื่อ(ครั้ง)หนึ่ง ได้ สามร้อยห้าร้อย เอกชนได้เป็นพัน (1000 บาท)”

เมื่อก็ฟเป็นนางรำแล้ว เธอต้องดูแลรูปร่าง ผิวพรรณให้พร้อมสำหรับการรำเสมอ ในแง่หนึ่งการเป็นนางรำผู้ไทจึงมาพร้อมกับสำนึกการใส่ใจดูแลเรือนร่างของตัวเองอยู่ตลอดเวลา ความงามสำหรับผู้หญิงซึ่งดูจะเป็นเรื่องที่นิยมทั่วไป แต่สำหรับสาวผู้ไทต้องให้ความสำคัญมากขึ้น เพราะด้านหนึ่งเป็นรักษา ‘ภาพลักษณ์ชาติพันธุ์’ สาวผู้ไทจึงต้อง ‘สวย’ เสมอเมื่อต้องแสดงตนในสนามชาติพันธุ์

ในด้านการเป็นวีเจ (VJ) สาวผู้ไทที่เป็นวีเจ พวกเขาอยู่สังกัดเดียวกัน ซึ่งผู้จัดการสังกัดก็เป็นคนผู้ไท สำหรับก็ฟ งานวีเจเป็นงานรองของเธอ



“สำหรับก๊อฟ จะใช้วิธีย้ายแอปเอา หมากรันที่สอง เดือนกะย้ายแอปอื่น เพราะคนที่ทำนานได้ต้องมียูส(User) ประจำ ขอยมาเอา การันตีก็ย้าย เดือนหนึ่งกะพอได้ใช้ กะงานรองเนาะ เดือนมะก็กะได้หมื่นสองหมื่นสาม...ส่วนคนอื่น ต้นได้เยอะ เพราะ ต้นมียูส(User) ประจำ เดือนหนึ่งสองหมื่นมั้ง มะก็ต้นได้สองหมื่นสี่ อยู่ใกล้กันเดียวกัน ต้น ไย ข่อย สกายพร้อม” “บางคนกะไม่ได้ทำงาน อย่างสกาย(นามสมมุติ) มียูสประจำอยู่ได้ เดือนหนึ่งมีมิต้า กว่าสองหมื่น” (สัมภาษณ์, 6 ธันวาคม 2564)

การทำงานเกี่ยวกับ ‘ความงาม’ ดูจะเป็นเรื่อง ‘ทั่วไป’ ในสังคมไทย โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองใหญ่ อย่างไรก็ตาม หากอธิบายในระดับสังคมชาติพันธุ์ภาคอีสาน ปรากฏการณ์นี้สะท้อนความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์กับคนในพื้นที่ผ่านปฏิบัติการทางเศรษฐกิจ สำหรับบ่าวสาวผู้ไทแล้ว การทำงานให้กับชาติพันธุ์ เช่น การเป็นคนพื่อนรำ การเป็นคนต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง บ่าวสาวผู้ไทต้องถูกฝึกฝน คัดเลือก และต้องควบคุมตัวเองเรื่องน้ำหนักรวมทั้งการหมั่นใส่ใจกับการดูแลผิวพรรณ ใบหน้า เรือนร่าง จวบจนถึงลักษณะการวางตัว การพูดจา เพื่อรับบทบาทการเป็น ‘สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว’ หนุ่มหล่อสาวสวยผู้เป็นภาพลักษณ์ของชาติพันธุ์ในแง่นี้เอง เรือนร่าง หน้าตา ตลอดจนอุปนิสัยที่ในด้านหนึ่งถูกหล่อหลอมจากวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่พวกเขาเติบโตมาจึงเป็นเหมือนทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ใน ‘ตัวตน’ ของหนุ่มสาวผู้ไท ผนวกกับการเติบโตในสังคมสมัยใหม่ การมีจินตนาการ ‘ความงาม’ ผ่านสื่อสมัยใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์เป็นผลให้พวกเขากลายเป็นผู้ฉวยใช้กระแสวัฒนธรรมสมัยใหม่อย่างตื่นรู้ บ่าวสาวผู้ไทมิได้เฉื่อยชา หลงใหลไปกับกระแสโลกาภิวัตน์ ในขณะเดียวกันก็ไม่ได้จมอยู่กับการต้องรับใช้งานกิจกรรมวัฒนธรรมตามคำสั่งของผู้พัฒนาชาติพันธุ์เสมอ พวกเขาพลิกผันตัวเองให้กลายมาเป็นผู้กระทำการทั้งในพื้นที่บริบทวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้ที่รู้จักปรับใช้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไปสู่ปฏิบัติการเรือนร่างเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจตามแนวทางของตน



เรือนร่าง (body) ที่ถูกแสดงออก นอกจากจะสะท้อนการเป็นเจ้าของเรือนร่าง (own body) ที่รู้จักสร้างสรรค์ ‘ความงาม’ เรืองร่างยังกลายเป็นทุน (capital) และสิ่งที่เป็นของขลัง (fetish) ในการเป็นวัตถุสำหรับผู้บริโภค ปฏิบัติการเรือนร่างของวัยรุ่นผู้หญิงมีทั้งมิติการผลิต (production) และการบริโภค (consumption) ซึ่งเป็นตัวผู้กระทำการที่มีคู่ปฏิบัติการใน 2 แบบ (Baudrillard, 1999, p. 129)

ฉะนั้น เรื่อง ‘ความงาม’ ซึ่งดูจะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้น ‘ทั่วไป’ ในสังคมไทย แต่สำหรับหนุ่มสาวในพื้นที่ชาติพันธุ์แห่งนี้ เรื่องของ ‘ความงาม’ สะท้อนสิ่งที่เรียกว่าลีลาชีวิต (lifestyle) หรือพลวัตของคนหนุ่มสาวที่มีความซับซ้อนและมี ‘สีสัน’ ของความสร้างสรรค์ และการช่วงชิง ฉวยใช้เรื่องของ ‘ความงาม’ ต่อพวกเขา ในแง่นี้เรื่องของ ‘ตัวตน’ ‘อัตลักษณ์ชาติพันธุ์’ ‘วัฒนธรรมการบริโภคสมัย’ ‘กระแสโลกาภิวัตน์’ ‘ผลประโยชน์เศรษฐกิจจากชาติพันธุ์’ และ ‘การทำมาหากิน’ ที่วนเวียนอยู่ในวัยรุ่นชาวผู้ไทเรณูนครเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สะท้อนนัยยะสำคัญว่าด้วยความสัมพันธ์ของ ‘คนหนุ่มสาว’ กับ ‘ความเป็นชาติพันธุ์’ ในสังคมสมัยใหม่

5. บทสรุป

บทความชิ้นนี้เป็นการศึกษากลุ่มคนอีสานระดับชาติพันธุ์ เพื่อชี้ให้เห็นความแตกต่างของ ‘การเป็น’ วัยรุ่นที่หลากหลาย จึงเป็นที่มาของการหยิบปรากฏการณ์ ‘วัยรุ่นไทบ้าน’ ภาพวัยรุ่นภาคอีสานที่ถูกนำเสนออย่างเป็นล่ำเป็นสันในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ผู้เขียนไม่ได้ปฏิเสธการเป็นวัยรุ่นไทบ้าน เพียงแต่การเสนอภาพวัยรุ่นในแนวดังกล่าวอย่างซ้ำ ๆ นำมาสู่การสร้างภาพเหมารวมที่ปกปิดภาพวัยรุ่นอีสานในแบบอื่น ทำนองเดียวกัน เมื่อทบทวนงานวิชาการที่เกี่ยวกับการศึกษาวัยรุ่นในไทยก็มีข้อจำกัดอยู่ ด้วยปัญหาสองประการนี้ นำไปสู่การหาคำอธิบายเกี่ยวกับวัยรุ่นอีสานในระดับที่ต่างไป

เมื่อพิจารณาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษา การสังเกตการณ์ในภาคสนามทำให้เห็น ‘ตัวตน’ และ ‘การเป็น’ วัยรุ่นผู้ไทภาคอีสานในแบบอื่น แต่



การอธิบายตัวตนของพวกเขาที่ไม่อาจเพียงทำความเข้าใจตามแนวทางวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่เพียงด้านเดียว จึงเป็นที่มาของการย้อนพินิจบริบทชาติพันธุ์เพื่อสืบสาวหาความหมายและเนื้อหาของชาติพันธุ์ผู้ไท ในสังคมชาวเรณูนครให้มีความสำคัญกับการนำเสนอความสวยงามของคนที่ กระทั่งพยายามให้เรื่องของ ‘ความงาม’ เป็นอัตลักษณ์ประจำชาติพันธุ์ มิติวัฒนธรรมด้านนี้เองมีผลสำคัญต่อการดูแลและการเอาใจใส่ต่อรูปลักษณ์ของชาวผู้ไทเพื่อแสดงออกและตอกย้ำถึง ‘การเป็น’ คนในชาติพันธุ์นี้ ด้วยบริบทนี้ ‘ตัวตน’ (self) ของหนุ่มสาวชาวผู้ไทเรณูนครจึงต่างไปจากชาติพันธุ์หรือวัยรุ่นในภาคอีสานอื่น ๆ ตัวตนของวัยรุ่นในภาคอีสานภายใต้บริบทชาติพันธุ์ ดังเช่น กลุ่มหนุ่มสาวชาวผู้ไทสะท้อนให้เห็นว่าแม้ว่าพวกเขาจะไม่ใช่วัยรุ่นในเมือง (urban) พื้นที่ที่อุดมด้วยวัฒนธรรมการบริโภคสมัยใหม่ตามแบบ ‘เด็กในเมือง’ แต่การเติบโตในสังคมยุคใหม่ การมีจินตนาการ ‘ความงาม’ ผ่านสื่อสมัยใหม่ และบริบทท้องถิ่น ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมและสร้างสำนึกภายใต้การประกอบสร้างภาพแสดงแทนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ‘สาวผู้ไทหนุ่มเมืองเว’ บริบทสังคมเหล่านี้ได้เปิดโอกาสให้พวกเขา ‘รู้จัก’ ‘ใส่ใจ’ และ ‘สร้างสรรค์’ ว่าด้วยความงามทั้งในด้านการบริโภค สีสันชีวิต และปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของพวกเขา

References

- Baudrillard, Jean. (1999). *The Consumer Society: Myths & Structures*. London: SAGE publication.
- Chaiyakhunt, S. (2013). *Phu-Tai Lug Tan*. Bangkok: Heart Health. (in Thai)
- Cornell, Stephen and Hartmann, Douglas. (1998). *Ethnicity and Race: Making Identities in a Changing World*. Thousand Oaks, California: Pine Forge Press.



- Cohen, A. (2010). Northern Thai Youth and “Subcultural Capital” in Chiang Mai City. *Journal of Social Sciences*, 22(1). p. 55-85. (in Thai)
- Daily Manager. “loss of Renu Girl Love Story”. *Daily Manager* (17-18 February 1988): p. 12. (in Thai)
- Damrong Rajanubhab. (1923). *A variety of Travel section 4: A story of Monton NakhonRatchasima, Udon and Roi Et*. Bangkok: Sophonphipanthanakon. (in Thai)
- Kaesonrat, T. (1969). *Phu-Tai History*. Bangkok: N.p. (in Thai)
- Kitiarsa, P. (2003). *Pop(ular) People: Self of Thai People in Popular Culture*. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre. (in Thai)
- Laungaramsi, P. (2010). Youth Culture. *Journal of Social Sciences*, 22(1). p. 25-52. (in Thai)
- Varshney, A. (2007). Ethnicity and Ethnic Conflict. In Boix, C. and Stokes, S. (eds.), *The Oxford Handbook of Comparative Politics* (p. 274-294), Oxford: Oxford University Press.
- Yuenyao, S. (2017). Isan Construction on the Film: A case Study of ‘Thai Ban The Series’. *Wiwitwannasan Journal*, 1(2). p. 77-98. (in Thai)
- Wachanasara, K. (2003). CenterPoint with “Preteen”: Construction of Preteen Culture. In Pattana Kitiarsa (eds.), *Anthropology with Nostalgia Study in Contemporary Thai Society*. p. 183-222. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre. (in Thai)