

รายการเกมโชว์กับพลังท้องถิ่นนิยมในประเทศไทย¹⁰

พิมพ์ชญา พักเปี่ยม¹¹

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, Ph.D.¹²

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นงานด้านวัฒนธรรมศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอทัศนคติของพลังท้องถิ่นนิยม จิตวิญญาณของท้องถิ่นที่ยังคงฝังรากลึกในสังคมไทย ผู้ศึกษาสังเกตเห็นการเกิดปรากฏการณ์ท้องถิ่นนิยมในรายการเกมโชว์ซึ่งเป็นพื้นที่ของสื่อสารมวลชนระดับชาติ รายการโทรทัศน์ไม่เพียงแค่มีอิทธิพลในแง่ความบันเทิงสำหรับผู้ชม แต่หลังม่านมลายาเต็มไปด้วยการสื่อสารของพลังท้องถิ่นที่พยายามแสดงตัวตนให้คนทั่วไปได้รับรู้ถึงความสามัคคี ความรู้สึกร่วมของความเป็นท้องถิ่น และการรวมพลังเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการที่จะกระตุ้นเตือนให้สาธารณชนเล็งเห็นถึงความสำคัญของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อเป็นการสืบสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่เป็นมรดกของแต่ละท้องถิ่นต่อไป

คำสำคัญ : รายการเกมโชว์, พลังของท้องถิ่นนิยม

¹⁰ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่องการสื่อสารเพื่อเสริมพลังท้องถิ่นผ่านรายการกึ่งคู่สงครามเพลงเงินล้าน

¹¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขานิติศาสตร์และนิติการ

คณะนิติศาสตร์และนิติการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹² ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาเอก สาขานิติศาสตร์และนิติการ

คณะนิติศาสตร์และนิติการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Game Show with Localism Empowerment in Thailand

Abstract

This is a cultural study aiming at exposing the concept of the power of localism which has remained being deep-deep-rooted in Thailand's society. Regarding this, the researcher observed the emergence of localism on a so-called "Game Show" which is a national broadcasting. In the respect of entertainment, television program does not only play a role as an influencer on the audience, it is also a channel that several of "Power of Localism" have been communicated and delivered constantly. Related to this mentioned, solidarity, mutual spirit of localism and integrity of the local are reflected to the public. Accordingly, the researcher expects to stimulate the public concern on existing local cultures. This is, further, to preserve the identity of the local as a local heritage.

Keywords: Game Show, Power of Localism

บทนำ

เมื่อกล่าวถึงคำว่า ท้องถิ่น หลายคนมักคิดถึงชนบทที่ห่างไกลความเจริญ พื้นที่ห่างไกลจากเมืองหลวง พื้นที่ล้าหลัง ขาดความทันสมัย ต้องได้รับการพัฒนาให้เจริญ ภาพที่ปรากฏความเป็นท้องถิ่น ได้แก่ อาหารพื้นถิ่น ถ้าอาหารภาคอีสานก็คือส้มตำ ภาคเหนือก็ต้องข้าวซอย หรือการแต่งกายประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะตัว ยกตัวอย่างเช่น ภาคใต้ มีการแสดงโนราห์ ภาคเหนือก็มีการฟ้อนเป็นวัฒนธรรมของชาวล้านนา การแข่งกระติบเป็นวัฒนธรรมของชาวอีสาน เป็นต้น

การที่สังคมไทยมีวัฒนธรรมที่หลากหลายเพราะว่าพื้นที่ในอดีตมีความหลากหลายของชาติพันธุ์เชื้อชาติอยู่ บ้านเรือนในสมัยก่อนส่วนใหญ่ตั้งอยู่ริมน้ำ มีแต่เพียงเส้นแบ่งเขตแดนโดยใช้สันปันน้ำเท่านั้น ผู้คนจึงมีวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่เมื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่เกิดขึ้น รัฐต้องการรวมศูนย์อำนาจเพื่อให้ง่ายต่อการปกครอง จึงกำหนดอาณาเขตด้วยแผนที่ ซึ่งแบ่งเป็นภาคต่างๆ ก่อเกิดเป็นชาติและประกอบสร้างวาทกรรม ใส่อุดมการณ์ของชาตินิยมให้คนทั่วไปได้รับรู้และฝังรากลึกในสังคมไทยตลอดมา

28 กันยายนของทุกปี เป็นวันพระราชทานธงชาติไทยซึ่งเพิ่งจะครบรอบ 101 ปี ในปี พ.ศ. 2561 แสดงว่า คำว่าชาติมีมาเพียงร้อยกว่าปีเท่านั้น แล้วพื้นที่ก่อนคำว่าชาติ คืออะไร แล้วใครเป็นคนที่สร้างคำว่าชาติขึ้นมา สิ่งนี้นึกถึงอันดับแรกของคำว่าชาติ ก็คือ เพลงชาติ ธงชาติ พระมหากษัตริย์ อัตลักษณ์ตัวตน ทำให้รู้ว่าเราเป็นคนในอาณาเขตประเทศใด แล้วนิยามคำว่าชาติคืออะไร

ชาติไม่ใช่สิ่งที่เป็นอย่างจริงแต่คือกระบวนการกลายมาเป็นที่มิลักษณะเคลื่อนไหวและไม่หยุดนิ่งตลอดเวลา แม้แต่ธงชาติ ถือเป็นสื่อสารเรื่องความเป็นชาติเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย การเกิดขึ้นของธงชาติไทยในสมัยรัชกาลที่ 6 รัชสมัยใหม่ใช้ธงเพื่อเป็นสื่อเพื่อสร้างสำนึกความเป็นชาติและเปลี่ยนความหมายอีกครั้งเมื่อมีการสร้างธงไตรรงค์เพื่อให้ยึดอุดมการณ์รัฐตามสัญญาที่ลงไว้ในสรีรหส์ของธง (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561)

ชาตินิยมก่อเกิดมาพร้อมกับการสร้างชาติ ชนชั้นนำในประเทศต้องการรวบรวมกำลังคนให้เป็นปึกแผ่นเพื่อต่อการปกครองแบบรวมศูนย์ การสร้างตำราเรียนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของชาติที่มาจากเลือดเนื้อและความเสียสละของวีรบุรุษ วีรสตรีชนชั้นนำแห่งชาติ ชาติไทยต้องเหนือกว่าชาติอื่นๆ ส่งผลต่อวัฒนธรรมประจำชาติ ศาสนา ภาษา วัฒนธรรมของชาติต้องมีเพียงวัฒนธรรมเดียว ไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลงชาติ การใช้ภาษาไทยเป็นภาษากลาง สิ่งต่างๆเหล่านี้นำไปสู่การกดทับและทำลายอัตลักษณ์ นำไปสู่อคติของชาติพันธุ์ คนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างออกไปจะถูกเรียกว่าคนอื่น การสร้างภาพเหมารวม เช่น ชาวเขาทำลายป่า ค้ายาเสพติด การสร้างวาทกรรมให้ท้องถิ่นดูต่ำต้อย น่าสงสาร ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ รัฐต้องเข้าไปช่วยเหลือและดูแล

เมื่อรัฐชาติได้กดทับหรือพยายามกลืนท้องถิ่นให้เป็นหนึ่งเดียวกับรัฐชาติ ด้วยการปกครองแบบรวมศูนย์การแยกเป็นภาค ย่อยลงมาเป็นจังหวัดมีการปกครองโดยผู้ว่าราชการจังหวัด มีการกระจายงบประมาณพื้นที่และจำนวนประชากร รัฐชาติสร้างวาทกรรมให้ท้องถิ่นน่าสงสาร ดูต่ำต้อยไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ นับเป็นชนนี้มาเรื่อยๆ

แต่เมื่อปี พ.ศ. 2540 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ทำให้อุตสาหกรรมต่างๆล่มสลาย สังคมไทยหันกลับมาให้ความสำคัญกับท้องถิ่นมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะเปิดพื้นที่ให้กับท้องถิ่น ชุมชนมีการพึ่งตนเองในด้านต่างๆ วัฒนธรรมของชุมชน ภูมิปัญญาพื้นบ้าน คนหันกลับมาทำอาชีพภาคเกษตรกรรม รูปแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวกระแสพระราชดำริของ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การเกิดวาทกรรมท้องถิ่นนิยมทำให้ภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับภาคชนบทไทยเพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

ท้องถิ่นกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง พลังของท้องถิ่นเริ่มเผยให้เห็นจากสิ่งต่างๆ ตัวอย่างของพลังของท้องถิ่นที่เห็นได้ชัดเจนผ่านความบันเทิงในรูปแบบกีฬาฟุตบอล สโมสรฟุตบอลจะมีแฟนคลับที่เกิดจากสำนึกจากคนในท้องถิ่นสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับจังหวัดนั้นเพิ่มขึ้น ยกตัวอย่างเช่น สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด สโมสรชลบุรีเอฟซี เป็นต้น แต่ความบันเทิงในรูปแบบอื่นที่ผู้ศึกษาค้นพบก็คือ ความบันเทิงผ่านรายการเกมโชว์ รายการบันเทิงที่คนทั่วไปมองว่า ให้แต่เพียงความสนุกสนาน เสียงหัวเราะแต่ในความเป็นจริงแล้วมีรายการเกมโชว์หนึ่งที่แสดงปรากฏการณ์ให้เห็นพลังของท้องถิ่นนิยมที่เกิดขึ้น นั่นก็คือรายการกิกิคู่สงครามเพลงเงินล้าน

เมื่อโทรทัศน์คือสื่อมวลชนทำหน้าที่ถ่ายทอดอุดมการณ์ของชาติ และนำเสนอข่าวสารต่างๆ จากส่วนกลางไปยังประชาชนเป็นหลัก แต่เหตุใดจึงเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นให้แสดงพลังผ่านรายการเกมโชว์ที่เป็นรายการประกวดร้องเพลงในรายการกิกิคู่สงครามเพลงเงินล้าน ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสนใจในประเด็นความเป็นท้องถิ่นนิยมในรายการเกมโชว์ระดับชาติ

พัฒนาการของท้องถิ่นนิยม

“โลก” และ “ท้องถิ่น” เป็นคำคู่ขนาน กระแสทางวิชาการบ้างก็มองโลกาภิวัตน์ในแง่ดี บางกระแสก็มองว่าโลกาภิวัตน์มีอิทธิพลต่อการครอบงำความคิดของโลกให้เป็นหนึ่งเดียวกันทั้งหมด แต่มีกระแสที่ได้แย้งและต่อต้านโลกาภิวัตน์และได้หยิบยกเอาท้องถิ่นขึ้นมาเป็นตัวแทนของการต่อสู้ทางอุดมการณ์ จุดยืนในการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง “ความเป็นโลก” กับ “ความเป็นท้องถิ่น” (สมสุข หินวิมาน, 2548)

กระแสโลกาภิวัตน์เชื่อมร้อยโลกทั้งโลกให้มาอยู่อย่างใกล้ชิดกัน การเสพวัฒนธรรมที่เหมือนกันทั่วโลก เราใช้การติดต่อสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล เราสามารถดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในเวลาเดียวกันได้ แม้จะอยู่ต่างเวลาและต่างพื้นที่กัน เราสามารถรับรู้ข่าวสารจากสำนักข่าว ที่มีเนื้อหาไปทางเดียวกันทั่วโลก การไหลของความบ้าของความจริงจากโลกตะวันตกไปยังโลกด้อยพัฒนาทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมขึ้น ก่อให้เกิดความล่มสลายของชนบท เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจน กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมโดยใช้วัฒนธรรมครอบงำความคิดของประเทศชายขอบ

แต่วัฒนธรรมมีความเป็นพลวัตไม่หยุดนิ่ง ปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นๆอยู่เสมอ ทั่วทุกภาคในประเทศไทยจะใช้ภาษาไทยในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะมีทั้งภาษาไทยสำเนียงอีสาน สำเนียงเหนือ วรรณกรรมหรือวรรณคดีไทย เนื่องจากโครงสร้างทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเดิมยังคงฝังรากลึกอยู่ไม่ได้ถูกกลืนไปทั้งหมดแต่มีบางส่วนที่ยังถูกรักษาไว้ในบริบทวัฒนธรรมลูกผสมแบบใหม่ เช่น หมอลำซิ่ง ที่เกิดการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ โดยมีการใช้แคนผสมกับดนตรีสากลเพื่อความทันสมัยแบบตะวันตกและเอาใจวัยรุ่นยุคใหม่

ดังนั้นไม่ว่าจะมองแบบใดก็ตาม “ความเป็นโลก” กับ “ความเป็นท้องถิ่น” ก็ไม่อาจจะแยกขาดออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง ท้องถิ่นนิยม เป็นชุมชนทางวาทกรรมที่เป็นผลผลิตของปฏิสัมพันธ์และพลวัตระหว่างผู้คนในท้องถิ่นกับธรรมชาติคนในท้องถิ่น โดยเฉพาะรัฐและกระแสโลกาภิวัตน์กับท้องถิ่นไม่เคยดำรงอยู่อย่างโดดเดี่ยว เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองในระดับภูมิภาค ระดับประเทศและโลกมาโดยตลอด ท้องถิ่นจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระแสโลกอย่างปฏิเสธไม่ได้ เราจึงไม่อาจจะตัดขาดกระแสท้องถิ่นวิวัฒน์ออกจากกระแสโลกาภิวัตน์ได้เลย เพราะทั้งสองกระแสคือสองด้านของเหรียญเดียวกันที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด (พัฒนา กิตติอาษา, 2546)

อรชุน อัมปาคุไร มองท้องถิ่นที่อยู่ในกระแสของการเคลื่อนไหวและการข้าม พรมแดนทางวัฒนธรรมอย่างเข้มข้นในยุคโลกาภิวัตน์ในลักษณะของการท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น โดยท้องถิ่นเป็นพื้นที่ที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ถูกแทรกเชื่อมทับ พาดและพาดทับท้องถิ่นอื่นและส่วนอื่นของโลก สิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นจึงไม่ใช่ของท้องถิ่นโดยสมบูรณ์ ทั้ง ภูมิปัญญา การเมืองและวัฒนธรรม แต่คือสิ่งที่ถูกแทรกและได้รับผลกระทบจากข้างนอก ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบไปสู่ข้างนอกเช่นกัน การศึกษาท้องถิ่นนิยมในฐานะที่ท้องถิ่นเป็นพื้นที่เปิดรับความขัดแย้ง มีการต่อสู้ ช่างชิง และการประนีประนอม จากปัจจัยต่างๆ ของโลกที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ (ธนิกาญจน์ จินาพันธ์, 2552)

โลก ชาติ ท้องถิ่น สามคำนี้เป็นคำที่ไม่สามารถแยกขาดออกจากกันได้ มีความซ้อนทับกันอยู่ เราจะมองภาพอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ เมื่อมองภาพโลกก็จะเป็นชาติปรากฏอยู่ด้วย เมื่อมองลงไปที่ชาติ ก็จะเป็นท้องถิ่นอยู่ภายในนั้น ในการศึกษาเรื่องโลกาภิวัตน์นั้น คำว่า ชาติ เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่สำคัญและซ้อนอยู่ ขณะที่แนวคิดโลกาภิวัตน์เชื่อว่าโลกไร้พรมแดนจะทำให้ความเป็นโลกาภิวัตน์เข้าสู่ความเป็นท้องถิ่นและดูกลืนส่านึกเรื่องความเป็นชาติให้เลือนหายไป แต่ยัง

มีแนวคิดอีกมากที่แย้งว่าความหมายของชาติ มีความซับซ้อนกว่านั้นและไม่น่าจะถูกทำให้เลือนหายไปด้วยพลังแห่งโลกาภิวัตน์(อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561)

ทัศนะของผู้ศึกษาเชื่อว่าโลก ชาติ และท้องถิ่นซ้อนทับและอยู่ด้วยกันมาโดยตลอด ท้องถิ่นคือพื้นที่อิสระที่เกิดขึ้นมาก่อนทั้งชาติและโลก เพื่อการปกครองประชากรได้โดยง่ายจึงกำหนดแผนที่ขึ้นมาในการแบ่งเขตแดน กำหนดอาณาเขตความเป็นชาติของเรา และชาติของคนอื่นขึ้นมา เมื่อชาติหลายๆชาติได้ก่อกำเนิดขึ้นรวมตัวกันเป็นโลกที่กว้างใหญ่ ดังนั้นท้องถิ่นที่ถูกกำหนดว่าให้เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดในการประกอบสร้างขึ้นมาเป็นชาติและโลกจึงเปรียบเสมือนรากของต้นไม้ใหญ่ ถ้าท้องถิ่นแข็งแรงก็จะทำให้ชาติแข็งแรงขึ้นตามไปด้วย

โลกาภิวัตน์หรือชาตินิยมล้วนส่งผลต่อท้องถิ่นนิยมทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ศึกษาพบการสื่อสารระหว่างโลก ชาติ และท้องถิ่นผ่านการสื่อสารปรากฏในรูปแบบของรายการเกมโชว์ระดับประเทศ นั่นก็คือ รายการกิกิคู่สงครามเพลงเงินล้าน จึงนำไปสู่ประเด็นในการศึกษาความเป็นชาติและความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏในรายการเกมโชว์

ปรากฏการณ์ท้องถิ่นนิยมผ่านรายการเกมโชว์ “กิกิคู่สงครามเพลงเงินล้าน”

สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยเริ่มต้นตั้งแต่สมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ให้มีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ขึ้นในประเทศไทย เพื่อให้เป็นสื่อเพื่อการศึกษาการแพทย์ สาธารณสุขและเป็นเครื่องมือทางการเมือง เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ.2498 จอมพล ป.พิบูลสงครามได้เปิดสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมขึ้นเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย ออกอากาศในระบบขาวดำ และต่อมาก็แพร่ภาพระบบสีเมื่อปี พ.ศ. 2510 ทุกสถานีต่างแข่งขันกันเพื่อปรับปรุงคุณภาพและเสนอความบันเทิงแก่ผู้ชม ทุกครัวเรือนจึงจำเป็นต้องมีโทรทัศน์เอาไว้ใช้งาน เห็นได้จากสำรวจสำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ.2553 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในครัวเรือนทั่วประเทศมีโทรทัศน์ร้อยละ 94.5 แสดงให้เห็นว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อสังคมไทยอย่างมาก (สุหทัย ปิโยบล, 2556)

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย ในอดีตใช้การส่งสัญญาณด้วยระบบอนาล็อกมาหลายสิบปี แต่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงระบบโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปเป็นระบบดิจิทัลเพราะการส่งสัญญาณด้วยระบบอนาล็อกไม่ทันสมัย ต้องใช้ช่องคลื่นสัญญาณกว้างมาก ทำให้จำนวนช่องทีวีนั้นมีจำกัด และไม่สามารถพัฒนาประสิทธิภาพให้รองรับเทคโนโลยีการใช้งานได้ในอนาคต และอีกสาเหตุอีกประการก็คือข้อตกลงตามมติที่ประชุมรัฐมนตรีสารสนเทศอาเซียน หรือAMRI (ASEAN Ministers Responsible for Information) ว่า

ทุกประเทศจะต้องแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลได้ และต้องยุติการออกอากาศระบบอนาล็อกในช่วงปี พ.ศ.2558-2563 ดังนั้น ประเทศไทยก็ต้องเร่งผลักดันให้ทีวีดิจิทัลเกิดขึ้นด้วยเช่นกัน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ (ประกายกาวิล ศรีจินดา, 2558)

ย้อนไปเมื่อประมาณ 70 ปีที่แล้ว โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทรงพลังและมีอำนาจมากที่สุด เพราะสื่อโทรทัศน์ถูกยกย่องได้ว่าเป็นสื่อมวลชนระดับชาติ ซึ่งโทรทัศน์อยู่ในโครงสร้างอำนาจของรัฐและทำหน้าที่ส่งเสริมความเป็นชาติ เมื่อภูมิทัศน์เปลี่ยนแปลงไประบบโทรทัศน์เปลี่ยนจากระบบอนาล็อกเข้าสู่ระบบดิจิทัล ทำให้มีช่องสัญญาณออกอากาศมากขึ้นส่งผลให้จำนวนรายการเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านนโยบาย ด้านการผลิตรายการ หรือด้านพฤติกรรมผู้รับสาร ดังคำกล่าวที่ว่า “Medium is the message” สื่อคือสาร ของ มาร์แชล แมคลูฮัน นักคิดแห่งสำนักโทรอนโตใช้แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด กล่าวว่าการเทคโนโลยีเป็นตัวขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป ซึ่งตรงกับสถานการณ์ปัจจุบันในเรื่องเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้คนในสังคม การปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่ทำเพื่อความก้าวหน้าในการรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆที่กำลังจะเข้ามาหรือความเจริญก้าวหน้าขององค์กรระหว่างประเทศเท่านั้นแต่โทรทัศน์ยังเปิดเผยให้ท้องถิ่นได้มีโอกาสแสดงพลังบนพื้นที่สื่อมวลชนระดับชาติอย่างโทรทัศน์ได้อีกด้วย

รายการต่างบนหน้าจอโทรทัศน์ล้วนแล้วแต่นำเสนอเรื่องราวที่ประชาชนทั่วไปต้องการรับรู้ข่าวสาร แม้แต่รายการบันเทิงมีมากมายหลายรายการเพื่อเรียกเรตติ้งและดึงดูดผู้รับสารในยุคดิจิทัล

ตัวอย่างที่พบในรายการที่คนทั่วไปนิยมก็คือ รายการประกวดร้องเพลงซึ่งกำลังเป็นที่นิยม ไม่ว่าจะเป็นรายการเดอะสตาร์ เดอะวอยซ์ คนดูก็เชียร์ให้กำลังใจนักร้องที่ชื่นชอบ แต่รายการประกวดร้องเพลงที่ได้รับความนิยมไม่แพ้กันก็คือ รายการประกวดเพลงลูกทุ่ง เพราะเพลงลูกทุ่งซึ่งแสดงถึงความเป็นท้องถิ่นซึ่งพบอยู่หลายช่อง เช่น ช่อง 23 ของเว็พพ้อยท์ทีวี มีรายการไมค์ทองคำเด็ก รายการไมค์ทองคำนี้ รายการชิงช้าสวรรค์ไอทีท็อป รายการชิงช้าสวรรค์คอนเทสต์ รายการชิงช้าสวรรค์ก็เป็นรายการที่ประกวดเพลงลูกทุ่งและมีรูปแบบของท้องถิ่นนิยมอยู่แต่เมื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการแล้วก็มีส่วนที่เหมือนกับรายการกิ๊กคู่ตรงที่มีการแข่งขันประกวดร้องเพลงระดับจังหวัด แต่ก็มี ความต่างตรงที่รายการชิงช้าสวรรค์เป็นการประกวดแข่งขันเป็นการประกวดวงดนตรีลูกทุ่งเยาวชนไทย ซึ่งเงินทุนการศึกษาระหว่างโรงเรียนของแต่ละจังหวัดเท่านั้นไม่ได้ครอบคลุมคนทั้งจังหวัดแบบรายการกิ๊กคู่ สงครามเพลงเงินล้านที่เป็นการประกวดร้องเพลงโดยรวม

ของคนทั้งจังหวัดที่แสดงถึงพลังของคนทั้งจังหวัดมากกว่า ผู้ศึกษาจึงเห็นถึงพลังของท้องถิ่นที่แสดงออกมาได้ชัดกว่ารายการประกวดร้องเพลงแบบรายการอื่นๆ

ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมารายการกิกี้กูดี้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการหลายครั้ง ในปีพ.ศ. 2554 เดิมใช้ชื่อว่า รายการกิกี้กูดี้ ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้เกมโชว์ที่มีความหลากหลาย ต่อมา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการใหม่ โดยใช้ชื่อรายการว่า กิกี้กูดี้สงครามเพลง เป็นการแข่งขันประกวดร้องเพลงชิงเงินรางวัล 50,000 บาท และตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 ถึงปัจจุบัน เปลี่ยนชื่อมาเป็น รายการกิกี้กูดี้สงครามเพลงเงินล้าน เพราะผู้ผลิตเพิ่มเงินรางวัลในการแข่งขันให้มากขึ้นเป็น 1,000,000 บาท ซึ่งแบ่งรายการเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเงาเสียง ค้นหาคนที่มีความสามารถในการร้องเพลงให้เหมือนศิลปินต้นฉบับ และช่วงที่ 2 สงครามเพลงเงินล้าน เป็นการแข่งขันร้องเพลงระหว่างชุมชนต่อชุมชน เพื่อหาผู้ชนะประจำสัปดาห์แบ่งเป็น 2 ช่วง ช่วงแรกเงาเสียงและช่วงที่สองคือช่วงสงครามเพลงเงินล้าน เป็นการประกวดร้องเพลงระหว่าง ตัวแทน 2 จังหวัด ชิงเงินรางวัล 1 ล้าน ไปพัฒนาจังหวัดของตนเอง รายการนี้มีพิธีช่ายคู่อย่างชูโม้กิก (คุณเกียรติ กิจเจริญ) และดู่ (คุณสัญญา คุณากร) รายการจึงชื่อตามพิธีกร รายการกิกี้กูดี้ โดยยังคงคอนเซ็ปต์ในการให้โอกาสคนที่มีความสามารถ เสริมสร้างความสามัคคีและนำเงินรางวัลไปสร้างประโยชน์ให้ชุมชน ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2553 จากเดิมออกอากาศทุกวันวันอาทิตย์เวลา 15.45-17.30 น. ปัจจุบันออกอากาศทุกวันอังคารเวลา 22.30 - 00.10น.ทางช่อง 7 นอกจากนี้รายการกิกี้กูดี้สงครามเพลงเงินล้านยังได้รับรางวัลนาฏราช ประจำปี 2557 - 2558 วาไรตี้ยอดเยี่ยมประเภทรายการโทรทัศน์ถึง 2 ปีซ้อน รายการกิกี้กูดี้สงครามเพลงเงินล้านที่เป็นเกมโชว์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม จากการจัดระดับความเหมาะสมซึ่งเป็นรายการทั่วไปเหมาะกับผู้ชมทุกวัย จากสถานีโทรทัศน์ยอดนิยมมากที่สุดคือ ช่อง 7HD (น้ำทิพย์ พรหมเพชรและบุหงา ชัยสุวรรณ, 2560)

กระบวนการผลิตเนื้อหาของรายการกิกี้กูดี้มีความน่าสนใจอย่างมาก เพราะเป็นรายการเกมโชว์ที่เปิดพื้นที่ขึ้นและเป็นการปะทะระหว่างความเป็นชาติและความเป็นท้องถิ่น ระหว่างครั้งแรกกับครั้งหลัง เริ่มตั้งแต่กระบวนการก่อนการผลิต ผู้ผลิตได้ลงพื้นที่ไปตามตำบลต่างๆเพื่อเลือกตัวแทนของนักร้องประจำจังหวัด จุดเด่นของรายการนี้เป็นการแบ่งรูปแบบรายการเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเงาเสียงที่แสดงความเป็นชาติ เพราะมีศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของคนทั้งประเทศมาเป็นต้นฉบับเงาเสียง แข่งขันเพื่อหาคนที่มีเสียงเหมือนกับศิลปินต้นฉบับ และช่วงเงาเสียงเป็นที่นิยมของคนดูทั่วประเทศ และช่วงครั้งหลัง คือ ช่วงสงครามเพลงเงินล้าน จะเป็นการ

แข่งขันประกวดร้องเพลงระหว่างตัวแทนนักเรียนของทั้ง 2 จังหวัดเพื่อชิงเงิน 1 ล้านบาทนำไปพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ผู้ชมมีส่วนร่วมในการช่วยลุ้นและช่วยส่งกำลังใจให้กับตัวแทนนักเรียนที่อยู่ในจังหวัดของตน ถ้าจังหวัดไหนมีผลโหวตจากการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์มากที่สุดก็จะได้รับเงินล้านไป ทำให้เป็นแรงกระตุ้นให้แต่ละจังหวัดแสดงพลังสามัคคีในการโหวต กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ต่างๆ การเชียร์นักเรียนตัวแทนจังหวัดของตนเอง

เงินและชื่อเสียงจึงเป็นสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจที่ทำให้ท้องถิ่นแสดงพลังสามัคคีกันเพื่อรวมกันโหวต ส่งตัวแทนนักเรียนของจังหวัดที่มีความสามารถร้องเพลงเก่งมาโชว์ให้คนทั่วประเทศได้รับรู้ถึงท้องถิ่นตำบลของตนเอง ส่วนคนรับชมรายการทั่วไปก็มีทัศนคติที่ดีต่อท้องถิ่นเพราะได้เห็นการแสดงพลังของท้องถิ่นอย่างเข้มข้น เห็นความสามัคคีกันของคนในท้องถิ่น ในการสร้างกิจกรรมร่วมกันของท้องถิ่น การรับรู้รายการก็กระตุ้นส่งผลให้พฤติกรรมของคนดูรายการโหวตเพื่อเชียร์นักเรียนที่มีความสามารถ ร้องเพลงเพราะ และท้องถิ่นเองก็มีพฤติกรรมในการแสดงออกเพื่อแสดงพลังท้องถิ่นออกมาเพื่อชิงเงินล้านนำกลับมาพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้เงินรางวัล 1 ล้านบาทจากคะแนนโหวตทางโทรศัพท์ ได้แก่ การหาเสียงทั่วจังหวัด ใช้ขบวนรถแห่หาเสียง การเดินประชาสัมพันธ์ในตลาดเพื่อขอความอนุเคราะห์สนับสนุนทางการเงิน การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน การติดป้ายประชาสัมพันธ์รอบตำบลและจังหวัด การพูดเสียงตามสายของทางตำบล แต่ละท้องถิ่นกระทำอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่ได้รับเพิ่มเติมก็คือ ความมีชื่อเสียงของท้องถิ่นของตนเอง ทำให้คนทั่วประเทศรู้จักตำบลของตนเองมากขึ้น ดังนั้นรายการนี้จึงแสดงพลังของความเป็นท้องถิ่นนิยมได้อย่างชัดเจน

บทสรุปของท้องถิ่นนิยมในรายการเกมโชว์

ห้องดูโทรทัศน์หรือห้องนั่งเล่นเป็นพื้นที่ซึ่งความเป็นโลกพบกับความเป็นท้องถิ่นมีวัฒนธรรม 4 แบบที่มาพบกัน โดยมีระดับครัวเรือน ระดับท้องถิ่น ระดับชาติไปจนถึงระดับวัฒนธรรมข้ามชาติ ห้องนั่งเล่นคือการจำลองความแหล่งรวมความเป็นโลก ความเป็นไทยและความเป็นครัวเรือนเอาไว้อย่างดี ดังนั้นโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนระดับชาติที่มีอิทธิพลต่อคนในสังคมและยังเป็นเครื่องมือของรัฐ เนื้อหาหรือการนำเสนอเรื่องราวต่างๆล้วนแล้วแต่อยู่ในสายตาของรัฐบาลเพราะโทรทัศน์สามารถผลิตซ้ำความเป็นชาติเพื่อให้เข้าไปในจิตสำนึกของคน (Moley David, 1992)

โทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงข่าวสารกับผู้คนในทุกพื้นที่เพื่อการรับรู้ข่าวสารในแบบเดียวกันทั่วโลก ตามหลักการของ H.D. Lasswell ได้กล่าวถึงหน้าที่หลักของสื่อมวลชนทั้ง 4 ประการ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การประสานส่วนต่างๆทางสังคม ให้การศึกษา และให้ความบันเทิง ทั้งหมดเหล่านี้นั้นล้วนแล้วแต่หน้าที่ของสื่อมวลชนที่ผูกติดกับสื่อโทรทัศน์ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร เช่น การรายงานข่าวสารต่างๆที่ประชาชนควรรับรู้ ภาพของท้องถิ่นในรายการข่าวส่วนใหญ่มักจะนำเสนอภาพชนบทที่ขาดความเจริญ ถนนหนทางขรุขระ ขาดน้ำประปาหรือไฟฟ้า ต้องร้องเรียนให้ภาครัฐเข้ามาดูแล ภาพท้องถิ่นในรายการข่าวจึงเป็นท้องถิ่นที่อ่อนแอ ต้องพึ่งพางบประมาณจากส่วนกลางเท่านั้น ส่วนภาพท้องถิ่นในรายการบันเทิงอย่างละครโทรทัศน์มักจะปรากฏเป็นฉากประกอบในการดำเนินเนื้อเรื่อง เช่น ภาพวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม พระเอกนางเอกยืนอยู่ในทุ่งทานตะวัน แต่ไม่ได้มีการระบุชื่อจังหวัดในฉาก แต่จะขึ้นเครดิตให้ตอนท้ายหลังละครจบ โดยไม่ได้เน้นความสำคัญของท้องถิ่นแห่งนั้น แต่เมื่อมีรายการเกมโชว์อย่างรายการกิกิคู่สงครามเพลงเงินล้านได้ฉายภาพท้องถิ่นอย่างชัดเจน เพราะมีการแข่งขันประกวดร้องเพลงระดับจังหวัดโดยแต่ละจังหวัดก็ได้แสดงพลังของท้องถิ่นกันอย่างเต็มที่

แม้ว่าในประเทศไทยจะรับกระแสโลกาภิวัตน์มาหลายสิ่ง แต่ในความเป็นจริงแล้วมีบางสิ่งบางอย่างที่แฝงความเป็นท้องถิ่นนิยมอยู่ได้แก่ อาหาร กีฬา การแต่งกายและเพลงลูกทุ่ง ยกตัวอย่าง อาหารไทย เช่น จังหวัดนครราชสีมาจะมีอาหารท้องถิ่นก็คือ ผัดหมี่โคราช หรือถ้าจังหวัดสิงห์บุรีก็ขึ้นชื่อเรื่องปลาเผา จังหวัดเพชรบุรีของฝากขึ้นชื่อคือ ขนมหม้อแกง ข้าวซอยก็เป็นอาหารประจำถิ่นของภาคเหนือ ถ้าภาคอีสานก็ต้อง ส้มตำ มีชื่อเสียงเป็นอาหารที่ทั่วโลกรู้จักเป็นอย่างดี กีฬาที่ได้แก่ ฟุตบอลไทยที่ปรากฏคำว่าพลังของท้องถิ่นนิยมชัดเจนที่สุดเพราะพลังท้องถิ่นสามารถสร้างแฟนบอลของจังหวัดได้อย่างแท้จริง ดังนั้น คำว่า ท้องถิ่นนิยมในฝ่ายผู้ชมรายการเกิดจากความรู้สึกที่ว่าเราเป็นสมาชิกของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เราเป็นคนอีสาน คนพัทลุง คนเหนือ เป็นต้น

พลังของท้องถิ่นนิยมปรากฏในกีฬาฟุตบอลเพราะฟุตบอลเกิดจากคนในท้องถิ่นร่วมกันสร้างทีมขึ้นมา จะใช้ชื่อจังหวัดเป็นชื่อทีม เช่น บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ชลบุรีเอฟซี เชียงรายยูไนเต็ด พลังท้องถิ่นสามารถสร้างแฟนบอลของจังหวัดได้อย่างเหนียวแน่น ตัวอย่างงานวิจัยแฟนคลับฟุตบอลของกุลวิชัย ลำแดงเดช (2551) เรื่อง การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอลจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า แฟนทีมชลบุรีส่วนใหญ่เป็นคนชลบุรี คนท้องถิ่นมีแรงจูงใจในการเข้ามาเชียร์ คือเป็นทีมบ้านเกิด ส่วนลักษณะความเป็นแฟน คนท้องถิ่น

คนต่างถิ่นมีส่วนร่วมกัน คือ การอุทิศเพื่อทีม การมีอารมณ์ร่วมการแข่งขัน สามารถสร้างสื่อ และพื้นที่ขึ้นมาใช้เองเพื่ออำรงวัฒนธรรมของตน แฟนทีมฟุตบอลชลบุรีเกือบทั้งหมดเป็นคนท้องถิ่น ดังนั้นจึงสนับสนุนทีมเพราะเป็นทีมท้องถิ่น มีความรู้สึกเป็นเจ้าของทีมมีความเป็นท้องถิ่นนิยมเกิดขึ้นอย่างเข้มข้น

สโมสรฟุตบอลทำให้คนในชุมชนมาเจอกัน แล้วสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน สโมสรฟุตบอลเป็นเหมือนกาที่เชื่อมคนในชุมชนเข้าไว้ด้วยกัน ถ้ามองฟุตบอลในแง่ความบันเทิงชนิดหนึ่ง อาจพิเศษกว่าสื่อบันเทิงชนิดอื่น ฟุตบอลเป็นกิจกรรมที่ใช้ความกระตือรือร้นในขณะที่การดูหนังเป็นกิจกรรมที่ผู้ดูถูกกระทำเพราะการดูหนังนอกคือการนั่งดูเฉยๆ ขณะที่ดูฟุตบอลต้องมีส่วนร่วมตลอด เสียงเชียร์ กระโดดดีใจเมื่อทีมยิงเข้าประตู ทั้งการมีส่วนร่วมกับแฟนบอล สร้างความสัมพันธ์ สร้างตัวตนขึ้นมา มันทำให้เกิดอัตลักษณ์หรือสำนึกร่วมกันอีกแบบหนึ่งที่ไม่ใช่ชาติ เป็นศูนย์กลางที่ก่อให้เกิดสำนึกที่ผูกตัวเองเข้ากับท้องถิ่น หรือชุมชนที่ไม่ใช่ชาติ เราไม่จำเป็นต้องคิดถึงผลประโยชน์แห่งชาติอย่างเดียว เพราะเวลาพูดถึงผลประโยชน์แห่งชาติมักจะมีผลประโยชน์อีกหลายชนิดที่ถูกกดทับถูกทำให้มองไม่เห็น (ชาลินี สุนพลาย, 2561)

ตัวอย่างสื่อบันเทิงอย่างเพลงก็มีความเป็นท้องถิ่นนิยมเช่นกัน ตระกูลของเพลงมีมากมายหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นเพลงร็อค เพลงสากล เพลงอินดี้ เพลงลูกกรุง แต่เพลงที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นนิยมได้อย่างดีคือ เพลงลูกทุ่ง กล่าวถึง เพลงลูกทุ่งว่า เป็นเพลงที่สะท้อนภาพของสังคมและเป็นเครื่องแสดงถึงเอกลักษณ์ไทยที่สำคัญ แสดงความเป็นท้องถิ่นนิยมได้ดีเนื่องจาก นักร้องเพลงลูกทุ่งส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด สำเนียงของนักร้องพื้นถิ่นต่างจังหวัด สะท้อนอัตลักษณ์ของเพลงได้อย่างดีเนื้อหาของเพลงเป็นการบรรยายเกี่ยวกับธรรมชาติท้องถิ่นบ้านเกิด สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนแต่ละท้องถิ่น ภูมิภาคที่กำลังเกิด มีเครื่องดนตรีและภาษาเฉพาะถิ่นตามแต่ละภูมิภาค เพลงลูกทุ่งจากภาคอีสานจะเป็นจังหวะเร็ว สนุกสนานใช้เครื่องดนตรีเช่น แคนในการเป่า เพลงลูกทุ่งได้สะท้อนความเป็นท้องถิ่นนิยมในสังคมไทย (ศิริพร กรอบทอง, 2547)

เพลงลูกทุ่งมีวิวัฒนาการมาจากเพลงพื้นบ้านหรือเพลงชาวบ้าน ซึ่งซึมลึกอยู่ในสายเลือดของคนไทยมาตั้งแต่อดีต เพราะสังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม บางเพลงเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ บางเพลงเป็นที่รวมของภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีของชนบท หนุ่มสาวบ้านนา ความยากจน ชาวบ้านเรียกเพลงกลุ่มนี้ว่า เพลงตลาด หรือเพลงชีวิต ส่วนเพลงลูกกรุง เรียกว่า เพลงผู้ดี (วิทยา เกษตรพรหม, 2554)

เพลงลูกทุ่งสื่อถึงความเป็นวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีแสดงความเป็นอยู่สุดแท้รออยู่
ในเนื้อหาของเพลง โดยมีท่วงทำนอง คำร้อง สำเนียง และลีลาการร้องการบรรเลงที่เป็นแบบแผน
มีลักษณะเฉพาะซึ่งให้บรรยากาศ ความเป็นลูกทุ่ง และเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยแล้วแต่บริบท
ทางสังคมของยุคนั้นๆ (ทัศนวิศิน ฐิตราพันธ์ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร, 2560)

รายการกึ่งคู่สงครามเพลงเงินล้านเป็นรายการโชว์ที่มีการบันทึกเทปล่วงหน้าแต่
นำเสนอเหมือนรายการสด ลักษณะรายการเกมโชว์ค่อนข้างมีธรรมชาติที่คลุมเครือ มีลักษณะ
ของเรื่องจริง ตัวบุคคลเข้ามาร่วมในรายการไม่ว่าจะเป็นดารานักแสดงหรือผู้ชมทางบ้าน ต่างมี
ฐานะที่เป็นตัวเองจริงๆ รายการเกมโชว์ได้หยิบเอารูปแบบของการเล่าเรื่องมาใช้ มีการเปิดเรื่อง
ดำเนินเรื่อง และมีการลงท้ายจะมีการดึงความสนใจของผู้ชมให้เข้ามามีส่วนร่วมกับทางรายการ
อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นรายการกึ่งคู่จึงเป็นรายการประกวดประเภทเกมโชว์ ที่มีบทบาทกำกับใน
รายการอยู่ด้วย ทุกอย่างถูกกำกับขึ้น ซึ่งแตกต่างจากกีฬาฟุตบอลที่ลุ้นเชียร์ในสนามจริง
(กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

รายการกึ่งคู่สงครามเพลงเงินล้านได้ปลุกความเป็นท้องถิ่นนิยมขึ้นมาอีกครั้ง โดย
ผู้ผลิตรายการใช้กลยุทธ์ท้องถิ่นนิยมเพื่อดึงดูดให้คนมาชมรายการเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตได้ลงพื้นที่
ไปตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศเพื่อหาตัวแทนนักร้องประจำจังหวัดมาแข่งขัน โดยได้รับความ
ร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบลและจังหวัดในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อหานักร้อง
ตัวแทนจังหวัดไปแข่งขันชิงเงินล้านนำเงินมาพัฒนาท้องถิ่น ผู้รับสารหรือท้องถิ่นมีความ
กระตือรือร้นในการประชาสัมพันธ์และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีกับผู้ผลิตรายการ เหตุผลที่
ท้องถิ่นสามารถปรากฏตัวบนพื้นที่ของโทรทัศน์ระดับชาติได้นั้น เนื่องมาจากลักษณะของ
รายการประกวดเพลงเป็นพื้นที่อิสระเปิดกว้างสำหรับคนที่มีความสามารถได้เข้ามาแสดงออกได้
อย่างเต็มที่ ทำให้ท้องถิ่นสามารถก้าวข้ามมาในพื้นที่ของชาติได้

รายการเกมโชว์ที่ให้ความบันเทิง คนทั่วไปอาจจะมองว่ารายการเหล่านี้ไม่มีสาระมอง
ไม่เห็นคุณค่าที่แท้จริง แต่มักจะมีอำนาจที่แอบแฝงไปด้วยอุดมการณ์อยู่เบื้องหลัง เพราะ
อุตสาหกรรมโทรทัศน์ถูกครอบครองโดยอำนาจรัฐและทุนนิยม อำนาจทำหน้าที่อย่างไรในพื้นที่แห่ง
ความบันเทิงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายการเกมโชว์ที่ถูกเจือไปด้วยความสนุกสนาน รอยยิ้มและ
เสียงหัวเราะราวกับว่า ไม่มีได้อำนาจอะไรกับผู้ชมเลย ทั้งที่จริงแล้ว อำนาจแฝงตัวอยู่ในสื่อ
บันเทิงได้ทุกที่ทุกเวลา การใช้อำนาจในการประกอบสร้างความเป็นจริงโดยใช้กลยุทธ์ท้องถิ่น
นิยมเพื่อเรียกเรตติ้งในรายการประเด็นที่น่าสนใจจากการศึกษารายการกึ่งคู่ก็คือ กระบวนใน

การผลิตรายการนั้นเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมมากขึ้นน้อยเพียงใด เบื้องหลังรายการเกมโชว์ ถูกโยนโยนด้วยสิ่งใด การปะทะกันระหว่างความเป็นชาติและความเป็นท้องถิ่นในรายการก็ดูนั่น เป็นอย่างไร พลังของท้องถิ่นนิยมในรายการนั้นอยู่ในระดับไหน

รายการก็ดูส่งความเพลงก็ก่อให้เกิดสำนึกของความเป็นท้องถิ่นนิยมเช่นกัน เพียงแต่ ความต่างกันก็คืออารมณ์ร่วมในการแข่งขัน รายการประกวดเพลงจะใช้อารมณ์หรือสุนทรีย์ะในการฟังเพลงแบบหนึ่งมากกว่าการแข่งขันฟุตบอล สิ่งที่เหมาะสมกันก็คือ การแข่งขันของแต่ละ จังหวัดทำให้เกิดสำนึกร่วมกันของท้องถิ่นที่เชียร์บ้านเกิด ถิ่นกำเนิดของตนเอง มีการจัดกิจกรรม กระตือรือร้นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อหาเสียงป่าวประกาศให้คนทั่วจังหวัดได้รู้ถึงการ การแข่งขัน กลายเป็นกิจกรรมท้องถิ่น เรียกร้องการมีส่วนร่วมจากคนท้องถิ่น มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ จังหวัด เชื่อมสัมพันธ์ของแฟนคลับจังหวัดเข้าไว้ด้วยกัน ดังคำสัมภาษณ์ของรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช กล่าวว่า “อบต. หูล่อง ไม่มีใครเคยได้ยินชื่อ เพราะเราเป็น อบต. เล็กๆ แต่เราออกรายการโทรทัศน์เพื่อให้คนรู้จักเรามากขึ้น ออกรายการ 4 ครั้งเพื่อมาชิงเงินล้าน แต่ไม่ได้เงินกลับไปได้ชื่อเสียงกลับไปก็ยิ่งดี รายการก็ดูทำให้คนใน ท้องถิ่นมีกิจกรรมทำร่วมกันหลังจากกริดยงไม่มีอะไรทำก็ช่วยกันหาเสียง ช่วยกันวิธีเพิ่มคะแนน โหวตให้นักร้องตัวแทนอบต. และไปเป็นตัวแทนของจังหวัดนครศรีธรรมราช” (พรเทพ เสง้งรักษา, สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2561)

ดังนั้น ท้องถิ่นจึงต้องผลักดันตัวเองขึ้นมาเพื่อแสวงหาเงินไปพัฒนาท้องถิ่นของตัวเอง เนื่องจากงบประมาณสนับสนุนจากรัฐลงไปไม่เพียงพอ ยิ่งท้องถิ่นที่มีจำนวนคนน้อย ยิ่งไม่รับ การสนใจจากภาครัฐ ดังคำสัมภาษณ์ของรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลำโพ จังหวัด นนทบุรี กล่าวว่า “ทางอบต. ทำเรื่องของบประมาณจากส่วนกลางเพื่อจะมาพัฒนาศูนย์สุขภาพ ให้กับผู้สูงอายุ ขอไปนานมาก 4 ปีแล้วแต่ไม่มีการตอบรับ พอเห็นรายการก็ดูแข่งขันชิงเงินล้าน จึงสนใจที่จะเข้าร่วม เรารวมพลังกันจนชนะและได้รับเงินมาพัฒนาตำบล แข่งเสร็จก็ได้รับเงินมา พัฒนาเลยรวดเร็วว่าการรอคอยจากรัฐ ได้ทั้งเงินและได้ทั้งชื่อเสียงคนทั่วไปก็รู้ว่าอบต. เรา เข้มแข็งมาก” (พรเทพ เสง้งรักษา, สัมภาษณ์ 30 เมษายน 2561)

การปกครองส่วนท้องถิ่นโดนรัฐชาติ และสำนึกชาตินิยมกดทับอยู่หลายร้อยปี จนไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ต้องคอยขอความช่วยเหลือจากส่วนกลางเสมอมา ไม่ว่าจะเป็นงบ พัฒนากนของหมู่บ้าน โรงเรียน โรงพยาบาล สาธารณูปโภคไม่ทั่วถึง ตำบลยิ่งเล็กลงยิ่งไม่ได้รับ การเหลียวแลจากทางภาครัฐ โอกาสน้อยมากที่ท้องถิ่นจะสามารถแสดงตัวตนหรือปลุกสำนึก

ความเป็นท้องถิ่นขึ้นมา ทั้งที่ท้องถิ่นคือพลังจิตวิญญาณที่เป็นรากเหง้าของสรรพสิ่งบนโลกใบนี้ ต้นไม้จะยืนต้นได้ดีต้องมีรากที่แข็งแรงเปรียบได้กับการพัฒนาท้องถิ่น ก้าวไปสู่ชาติ และโลกอันกว้างใหญ่ไพศาล การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านรายเกมโชว์อย่างรายการกิกิดูสงคราม เพลงเงินล้านก็จะช่วยทำให้เห็นพลังของท้องถิ่นที่กำลังก่อตัวขึ้นมาได้อย่างเต็มที่

สำนึกของท้องถิ่นนั้นอยู่ในจิตวิญญาณของมนุษย์ทุกคนในสังคม ซึ่งเป็นจุดเล็กที่สุด และสำคัญที่สุด ความเป็นท้องถิ่นนิยมในจิตวิญญาณของมนุษย์ที่ฝังรากลึกอยู่ในความรู้สึกนึกคิด เราต้องทำให้เกิดความร่วมมือของท้องถิ่นและส่วนกลาง ในการรวมตัวกันต้องมาจากท้องถิ่นก่อนเสมอ การพูดเรื่องท้องถิ่นนิยมเพื่อรื้อฟื้นหน่วยที่เล็กที่สุดเพื่อสร้างชาติบ้านเมืองของเรา เพื่อรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทุกท้องถิ่นและทุกภูมิภาค ทุกคนต้องช่วยกันสร้างความเป็นท้องถิ่นเพื่อมาประสานให้เกิดประโยชน์โดยรวมของชาติที่จะสู้กับโลกภายนอกได้ เมื่อสื่อสารมวลชนได้ปลุกพลังท้องถิ่นขึ้นมาจึงทำให้พลังนั้นดำรงอยู่และยอมรับมากขึ้นในอนาคต การทำความเข้าใจของปรากฏการณ์ท้องถิ่นนิยมจะช่วยในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคมได้อีกด้วย ข้อค้นพบนี้สามารถต่อยอดเป็นงานวิจัยและจะเป็นงานชิ้นแรกด้านการสื่อสารมวลชนที่จะเปิดพลังของท้องถิ่นให้ทุกคนได้ตระหนักถึงความสำคัญ

ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปก่อให้เกิดปรากฏการณ์ของสื่อโทรทัศน์ที่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนระดับชาติ ที่ได้นำกลยุทธ์ท้องถิ่นนิยมมาใช้ในรายการเกมโชว์ เพื่อเผยแพร่พลังของท้องถิ่นที่โดนกดทับมานานจากโครงสร้างของอำนาจรัฐหรือรัฐชาติ โดยรายการที่เห็นความเป็นท้องถิ่นเด่นชัดที่สุดก็คือ รายการกิกิดูสงคราม เพลงเงินล้านที่เป็นเกมโชว์ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม ไม่ว่า กระบวนการผลิตเนื้อหาของรายการกิกิดู การคัดเลือกตัวแทนของนักร้องจากจังหวัดต่างๆ หรือหลังม่านมายาของรายการเกมโชว์นี้อาจถูกโยงใยด้วยบริบทบางอย่าง

M.Napoli Phillip (2007) ได้แนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหาระหว่างรัฐและท้องถิ่น ว่าด้วยเรื่องวัฒนธรรมมีความหลากหลาย นโยบายของสื่อควรจะต้องประกอบด้วยพหุนิยมเป็นค่านิยมทางสังคมที่บ่งบอกความเป็นประชาธิปไตย รัฐควรใช้กลยุทธ์และนโยบายการยอมรับความหลากหลายของคนในชาติ ความเป็นสมาชิกในสังคม การใช้ดัชนีในการชี้วัดจากการเข้าร่วมทางการเมือง การศึกษา วัฒนธรรมหลักและสื่ออื่นๆ ดังนั้น รัฐชาติควรเปิดใจให้กว้างสำหรับท้องถิ่นและยอมรับในวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายของสังคมพหุนิยมการแก้ปัญหาในระดับโลกหรือระดับชาติได้ต้องเริ่มจากจุดที่ใกล้ตัวที่สุดนั่นก็คือ ท้องถิ่น

ทุกคนควรหันมาสร้างความทรงจำในอดีตร่วมกัน ก่อเกิดเป็นจินตนาการร่วมในท้องถิ่น และสร้างจุดแข็งในการต่อสู้กับบริบทใหม่ๆ ในสังคมปัจจุบัน การรื้อฟื้นท้องถิ่นขึ้นมาอีกครั้งจะทำให้คนในท้องถิ่นหวงกลับมาระลึกถึงพลังของการร่วมมือร่วมใจ ความสามัคคี สายใย ความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่น เพื่อสังคม ชาติ และโลกจะก้าวเดินไปข้างหน้าอย่างมีพลัง

ข้อเสนอแนะ

1. โครงสร้างเชิงนโยบายทุกภาคส่วนควรเน้นความหลากหลายแบบพหุนิยม การกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นอย่างแท้จริงให้อิสระทางด้านงบประมาณ บทบาทหน้าที่ สิทธิในการพัฒนาความเจริญด้วยตัวเองให้ตระหนักถึงพลังอำนาจและการมีส่วนร่วมกันปกครองและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ท้องถิ่นของตนเอง

2. บทความนี้สามารถนำไปต่อยอดเป็นงานวิจัยได้ เพราะเป็นงานชิ้นแรกในมุมมองด้านนิเทศศาสตร์ต่อท้องถิ่นนิยมและมีประโยชน์ต่อภาพรวมของวงการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยและมีความสำคัญต่อผู้ชมในระดับท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อให้เกิดพลังของท้องถิ่นในการเปลี่ยนแปลงระดับชาติและนานาชาติ นักวิชาการทางด้านสาขาอื่นๆ ที่มีความสนใจเรื่องท้องถิ่นสามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดทางการศึกษาการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นต่อไปได้

3. การแก้ปัญหาของชาติหรือของโลก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเริ่มหันมากลับมาสนใจท้องถิ่นมากขึ้นเพราะท้องถิ่นนิยมหรือภูมิภาคนิยมเป็นของโครงสร้างและบริบททางสังคม และประเทศชาติ ซึ่งทำให้เกิดคุณค่าทางนวัตกรรมในงานวิจัยทางสังคม ในสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ซึ่งจะทำหน้าที่บุกเบิกแนวทางการศึกษาแง่มุมอื่นๆ ในงานวิจัยขึ้นไปในอนาคต และจะช่วยวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เป็นจริงในสังคมได้ดี ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายเพื่อการนำไปใช้แก้ปัญหาที่เป็นจริงในสังคม ทำให้เข้าใจมนุษย์และสังคมเพิ่มมากขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กะรัตพลอย ถ้ำแก้ว. (2558). *กระบวนการผลิตการนำเสนอการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ในรายการ เดอะวอยซ์ไทยแลนด์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2545). *สื่อบันเทิงอำนาจแห่งความไร้สาระ*. กรุงเทพฯ: ออลอเน้าท์พริ้นท์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิด และเทคนิค*. กรุงเทพฯ: แบรนต์เอจ จำกัด.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2551). *การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

กุลวิชัย สำแดงเดช. (2551). *การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอล จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาลินี สนพลาย. (15 มิถุนายน 2561). *ท้องถิ่นนิยม ชาตินิยม เรียนรัฐศาสตร์ผ่านลูกกลมๆ ที่เรียกว่า ฟุตบอล*. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2561. สืบค้นจาก <https://waymagazine.org/a-little-ball-to-the-big-world-nation-people>

ทัศนวิศิน ฐิตานนท์ และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2560). *พัฒนาการในการสื่อสารของเพลงลูกทุ่งผ่านการเล่าเรื่องตามค่านิยมของสังคมไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน*. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 4(2), 1-30.

ธนิกาญจน์ จินาพันธ์. (2552). *โลกทัศน์วัฒนธรรม : สื่อกับท้องถิ่นในวรรณกรรมไทยร่วมสมัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

น้ำทิพย์ พรหมเพชร และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2560). *การนำเสนอเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง และภาพตัวแทนในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ดิจิทัล*. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 4(2), 25-36.

ประกายกาวิล ศรีจินดา. (10 เมษายน 2560). *การสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลออกระยะเริ่มต้นในประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://teacher.ssru.ac.th/prakaikavin_sr/file.php.

พรเทพ แซ่รักษา. *รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหูล่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. (30 เมษายน 2561). สัมภาษณ์.

- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- วิทยา เกษรพรหม. (2560). *พลวัตเพลงลูกทุ่ง: นวัตกรรมแห่งท้องถิ่น*. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2560. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/444978>.
- สมสุข หินวิมาน. (2548). *ทฤษฎีการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์ ปรัชญาวิทยาศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุขหทัย ปิโยบล. (2556). *การรับรู้และทัศนคติของผู้ชมรายการกึ่งคู่สงครามเพลงเงินล้าน*. งานวิจัยค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. คณะศิลปศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริพร กรอบทอง. (2547). *วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พันธ์กิจ.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2546). *สื่อสันนิบาต*. ปทุมธานี: นาครมีเดีย.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อสารศาสตร์*. ปทุมธานี: นาครมีเดีย.

ภาษาอังกฤษ

- Morley David. (1992). *Television Audiences and Cultural Studies*. New York: Routledge.
- Mitchell Leonard Jame. (2015). *Luk Thung :The Culture and Politics of Thailand's Most Popular Music*. Chiang Mai :Silkworm books.
- M.Napoli Phillip. (2007). *Media Diversity and Localism: meaning and metrics*. New York: Routledge.
- Metykova Monika. (2016). *Diversity and The Media*. New York: Macmillan Education Palgrave.