

การต่อรองความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล :
การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสาน
Negotiations with Isan-ness in the Digital Space:
Identity Politics of Isan Net Idols

อุกฤษฏ์ เฉลิมแสน*
chalermukrit@gmail.com

บทคัดย่อ

พื้นที่สื่อดิจิทัลได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสังคมไทย พร้อมทั้งดึงดูดให้วัยรุ่นไทยใช้สื่อดิจิทัลสร้างตัวตนของตนเองให้เป็นที่รู้จัก หรือที่เรียกว่า “เน็ตไอดอล” ผู้ศึกษาสนใจวัยรุ่นอีสานที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อรองและนิยามความเป็นอีสาน โดยศึกษาเน็ตไอดอลอีสานสามกลุ่ม ประกอบด้วย “เซ็กซี่ แพนเค้ก” “สี นานวล” และ “กัญญา สดุด” พร้อมกับการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) จากความหมายที่พบในบทสัมภาษณ์ ข่าว บทความ และสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบภาพแทนความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล

ผู้ศึกษาพบว่าเน็ตไอดอลอีสานเหล่านี้นำเสนอความเป็นอีสานหลายรูปแบบแตกต่างจากข้อตรงข้ามดั้งเดิมระหว่างความเป็นอีสาน (ชนบท) กับความเป็นเมือง อันเป็นมรดกตกทอดให้คนอีสานรู้สึกเป็นอันต้อัตลักษณ์ของตนเอง แม้เน็ตไอดอลอีสานบางกลุ่มนำเสนอความเป็นอีสานที่คนส่วนใหญ่รับรู้กันอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นความเป็นบ้านนอก ผูกพันกับธรรมชาติ และยังขาดความเจริญ แต่ก็สื่อความหมายว่าความเป็นอีสานไม่ได้ด้อยกว่าความเป็นเมือง ถือเป็นนิยามความเป็นอีสานในเชิงบวก ขณะที่เน็ตไอดอลอีสานอีกหนึ่งกลุ่มได้ผสมผสานความเป็นอีสานกับวัฒนธรรมต่างชาติ อัตลักษณ์อีสานจึงพ้นไปจากภาพแทนข้อตรงข้ามนี้

คำสำคัญ : ความเป็นอีสาน, สื่อสังคมออนไลน์, การต่อรอง, อัตลักษณ์, เน็ตไอดอลอีสาน

* อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

Nowadays, the digital space is widely popular in Thai society and attracts Thai youths to use digital media to present their online selves. Some Thai youths have become celebrities in the digital space, and are known as 'net idol'. The author is interested in Isan (Northeastern Thai) youths who use social media to negotiate their Isan-ness. Through a study of three categories of Isan net idols comprising a textual analysis of their interviews, news, feature articles, and associated-social media channels, the author investigates the representation of Isan-ness in the digital space.

The findings reveal how the representations of Isan-ness vastly differ from the traditional view of Isan as a rural backwater in contrast to sophisticated urban Bangkok. This oppositional representation has long made Isan youths feel alienated from their local identity. Interestingly, two well-known Isan net idols represent the general views of Isan-ness in terms of lacking development, remote and unrefined. At the same time, they also depict this Isan-ness as being preferable to urban living. Surprisingly, one of the Isan net idols studied demonstrates how to mix Isan culture with other (non-Thai) cultures thereby taking Isan identity beyond the basic oppositional representation.

Keywords: Isan-ness, social media, negotiation, identity, Isan net idol

1. บทนำ

ปัจจุบันพื้นที่สื่อดิจิทัลเป็นหนึ่งในพื้นที่การต่อสู้ทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทย หลายคนกลายเป็นผู้มีชื่อเสียงจากการนำเสนอตัวตนบนโลกออนไลน์ หรือที่เรียกกันในชื่อ “เน็ตไอดอล” (net idol) สำหรับวัยรุ่นอีสานก็ได้กลายเป็นเน็ตไอดอลจากการใช้สื่อดิจิทัล (digital media) โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) นำเสนอตัวตนและภาพแทนความเป็นอีสานรูปแบบต่างๆ ผู้ศึกษาเสนอในบทความนี้ว่า เน็ตไอดอลอีสานใช้การเมืองเชิงอัตลักษณ์ (identity politics) บนพื้นที่สื่อดิจิทัล เคลื่อนไหวให้คนอีสานยอมรับอัตลักษณ์อีสานของตนเอง ด้วยการต่อรองและนิยามความหมายเชิงบวกให้กับความเป็นอีสาน โดยสลายข้อตรงข้ามแนวคิดที่มีลำดับต่ำสูงระหว่างความเป็นอีสาน (ชนบท) กับความเป็นเมือง อันเกิดมาจากการประกอบสร้างของรัฐไทยนับตั้งแต่รวมอีสานเข้าเป็นส่วนหนึ่ง ให้เป็นเพียงความแตกต่างในระนาบเดียวกันแทน

สื่อดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างมากต่อวัยรุ่นในคริสต์ศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ขยายวงเครือข่ายทางสังคม (social network) อีกทั้งผู้ใช้งานยังนำเสนอเนื้อหาของตนเองได้ บทความนี้จะเน้นศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และเว็บไซต์แชร์วิดีโอ เช่น ยูทูบ (Youtube) ซึ่งเน็ตไอดอลอีสานใช้นำเสนอและต่อรองความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดแรกที่วัยรุ่นใช้นำเสนอตัวตนและปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม แต่ปัจจุบันสื่อประเภทดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงชีวิตของวัยรุ่นทั้งกับเพื่อนที่คุ้นเคยและไม่เคยพบปะกันมาก่อน พื้นที่การปฏิสัมพันธ์นี้จึงเปิดโอกาสให้วัยรุ่นได้นำเสนอตัวตนอย่างแพร่หลาย บางคนกลายเป็นที่รู้จักในวงกว้างดังเช่นเน็ตไอดอล

การเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลให้วัยรุ่นหลายคนกลายมาเป็นเน็ตไอดอล แต่ผู้ศึกษาไม่ได้หมายความว่าเน็ตไอดอลคือกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น ดังเช่นที่มาของคำศัพท์ว่า Netto aidoru หรือเน็ตไอดอลในภาษาญี่ปุ่น ก็มาจากกลุ่มแม่บ้านชาวญี่ปุ่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตนำเสนอชีวิตประจำวันของพวกเธอ จนกลายเป็นที่รู้จักตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 2530 (ศุภมาส พะหุโล และภุริวัต บุญนิก, 2558) กระทั่งการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารในทศวรรษต่อมาจากการเข้ามาของสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เน็ตไอดอลก็ไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มแม่บ้านในประเทศญี่ปุ่น คนทั่วไปก็กลายเป็นเน็ตไอดอลได้ สำหรับบทความนี้จะเน้นกลุ่มวัยรุ่นอีสานที่สร้างตัวตนจากความเป็นอีสานของตนเองบนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ จนกลายเป็นเน็ตไอดอล

เน็ตไอดอลได้เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมผู้มีชื่อเสียงในสังคม ทั้งการสร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการปฏิบัติตัว (กรกมล แก้วเจียม และชาติรี ใต้ฟ้าพูล, 2560) ความแพร่หลายของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาไม่ได้หมายถึงสื่อมวลชนกระแสหลักเช่นในอดีต คนทั่วไปมีโอกาสนำเสนอเนื้อหาที่ตนเองสนใจได้มากขึ้น จึงทำให้ผู้มีชื่อเสียงมีความหลากหลายมากขึ้น แม้การเป็นเน็ตไอดอลจะเป็นกระแสความนิยมระยะสั้นๆ ทั้งยังเกี่ยวข้องกับการ

แปรเปลี่ยนชื่อเสียงมาเป็นทุนทางเศรษฐกิจให้กับตนเอง (สุวรรณ จันทิวาสารกิจ, 2559 ; ระชานนท์ ทวีผล และปริญญา นาคปฐม, 2560) แต่วัยรุ่นเน็ตไอดอลบางคนพยายามนำเสนอตัวตนจากการตอรองและช่วงชิงนิยามความหมายกับภาพแทนที่ไม่สอดคล้องกับตนเอง พื้นที่สื่อดิจิทัลจึงเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ทางวัฒนธรรมของวัยรุ่น ดังที่เน็ตไอดอลอีสานใช้พื้นที่นี้เคลื่อนไหวเรียกร้องการเมืองเชิงอัตลักษณ์ให้กับความเป็นอีสาน

ผู้ศึกษาเลือกศึกษาเน็ตไอดอลอีสาน 3 กลุ่มที่นำเสนอความเป็นอีสานรูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย “เซ็กซี่ แพนเค้ก” เน็ตไอดอลสาวประเภทสองที่โด่งดังจากการล้อเลียนวิถีชีวิตคนในชนบทอีสาน “สี นานวล” วัยรุ่นสาวอีสานที่นำเสนอวิถีชีวิตชนบทอีสานในรูปแบบชีวิตเรียบง่าย และวงดนตรี “กุ่มแคน สดุด” นักศึกษาสาขาวิชาดนตรีที่ร่วมกันสร้างสรรค์ดนตรีอีสานให้มีเอกลักษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เพื่อศึกษาความหมายของสัญลักษณ์จากการใช้ภาษาเล่าเรื่อง การแต่งกาย และการเลือกสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งจะเห็นถึงความพยายามของวัยรุ่นอีสานที่ต้องการตอรองและนิยามความเป็นอีสาน แทนที่จะยอมรับความเป็นอีสานที่คนภายนอกประกอบสร้างขึ้นมา

ลำดับเนื้อหาในบทความนี้แบ่งเป็น 3 หัวข้อ หัวข้อแรกคือ กรอบแนวคิด มาจากการนำแนวคิดผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่น และแนวคิดการเมืองเชิงอัตลักษณ์ (identity politics) มาใช้เป็นกรอบศึกษาการตอรองความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัลของเน็ตไอดอลอีสาน หัวข้อต่อมาจะเสนอการตอรองความเป็นอีสานที่ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะยุคที่มีสื่อดิจิทัล แต่การเคลื่อนไหวเรียกร้องการเมืองเชิงอัตลักษณ์ หรือการตอรองและนิยามความเป็นอีสานเกิดขึ้นมาโดยตลอด อันเป็นผลสืบเนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนอีสานกับรัฐไทยนับตั้งแต่ในอดีต เนื้อหาหัวข้อนี้อาจแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกจะชี้ให้เห็นว่ารัฐไทยประกอบสร้างความเป็นอีสานจนเกิดขัดแย้งกันข้ามในแนวคิดกับความเป็นเมือง แต่อีกด้านหนึ่งภาพแทนความเป็นอีสานนี้ก็ไม่ได้หยุดนิ่ง เพราะคนอีสานก็ตอรองภาพแทนความเป็นอีสานนี้ และนิยามความเป็นอีสานขึ้นใหม่เช่นกัน สำหรับเนื้อหาอีกส่วนจะแสดงให้เห็นถึงการตอรองและนิยามความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อยุคหลังสงครามเย็น โดยเน้นที่แฉวงดนตรีและภาพยนตร์ เพื่อชี้ให้เห็นการใช้สื่อเป็นพื้นที่ต่อสู้ทางวัฒนธรรม หัวข้อสุดท้ายจะนำเสนอการตอรองและนิยามความเป็นอีสานของเน็ตไอดอลอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล ซึ่งใช้สื่อผลิตเนื้อหาเองและเคลื่อนไหวเรียกร้องและนิยามความเป็นอีสานให้คนอีสานยอมรับอัตลักษณ์อีสานของตนเอง

2. กรอบแนวคิดที่นำมาศึกษา

บทความนี้สนใจวัยรุ่นอีสานซึ่งใช้สื่อดิจิทัลโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ผลิตเนื้อหาตอรองความเป็นอีสาน จนตนเองกลายเป็นเน็ตไอดอลอีสาน แนวคิดที่นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ได้แก่ แนวคิดการเป็นผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่น และแนวคิดการเมืองเชิงอัตลักษณ์ ซึ่งจะช่วยให้เห็นบทบาทของวัยรุ่นอีสานเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ตอรองและนิยามความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล

2.1 วิทยุในฐานะผู้กระทำการทางวัฒนธรรม

การเสนอความแตกต่างทางวัฒนธรรมของวิทยุรุ่นยากที่จะได้รับการยอมรับ เพราะคนทั่วไปมักมองวิทยุรุ่นเป็น “ปัญหา” และ “ความเสี่ยง” (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) แต่งานศึกษาวิทยุรุ่นชี้ให้เห็นว่าการสร้างความแตกต่างคือบทบาทของผู้กระทำการทางวัฒนธรรม (Bucholtz, 2002) ยกตัวอย่าง งานศึกษาวิทยุรุ่นในทางสังคมวิทยา มานุษยวิทยา วัฒนธรรมศึกษา และสื่อการศึกษา

ยุคเริ่มต้นของงานศึกษาวิทยุรุ่นมาจากนักสังคมวิทยา ถึงแม้จะมองวัฒนธรรมวิทยุรุ่นว่ามีความเปราะบาง เพราะได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีการหน้าที่นิยม (functionalist) แต่ก็ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมมากกว่าปัจจัยด้านฮอโรโมน (Buckingham, 2008) สำหรับงานศึกษาวิทยุรุ่นของนักมานุษยวิทยา ในระยะแรกก็ได้รับอิทธิพลของทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม ที่มีมุมมองวิทยุรุ่นเป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมและระบบคุณค่าหลักของสังคม (Mead, 1928; Benedict, 1934) รวมถึงการเปลี่ยนผ่านของวิทยุรุ่นไปสู่วิทยุผู้ใหญ่ (Turner, 1969) กระทั่งอิทธิพลของทฤษฎีดังกล่าวลดน้อยลง นักมานุษยวิทยาจึงสนใจประสบการณ์ของวิทยุรุ่น ซึ่งวิทยุรุ่นก็มีวัฒนธรรมของตนเอง และมีการต่อรองวัฒนธรรมอยู่ตลอด ไม่ใช่รับการถ่ายทอดวัฒนธรรมแต่เพียงอย่างเดียว (ดูเพิ่มเติมในปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2553; Bucholtz, 2002)

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาวิทยุรุ่นของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาสำนักเบอร์มิงแฮม (Centre for Contemporary Cultural Studies หรือ CCCS) ที่สนใจปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับอำนาจ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีมาร์กซิสต์ โดยนำมิติชนชั้นและการต่อต้านวัฒนธรรมหลักมาศึกษาวิทยุรุ่น (Buckingham & Kehily, 2014) งานศึกษากลุ่มนี้พิจารณาวัฒนธรรมเป็นเสมือนเวทีการต่อสู้ช่วงชิงความหมายของคนทุกกลุ่ม และมักให้ความสนใจวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน และดูเหมือนไม่ได้สำคัญนัก งานศึกษากลุ่มนี้เห็นว่าวัฒนธรรมประชานิยมเป็นพื้นที่การต่อรองและต่อต้าน (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) แม้ว่างานวัฒนธรรมศึกษาจะมีความหลากหลาย แต่งานศึกษากลุ่มนี้ให้ความสนใจ “การต่อสู้ทางวัฒนธรรม” (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น.61) ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาบทบาทผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของเน็ตไอดอลอีสาน ดังตัวอย่างงานศึกษาวัฒนธรรมประชานิยมในแวดวงเพลงลูกทุ่งไทยและหมอลำ ซึ่งมีการต่อรองสร้างความหมายใหม่ให้กับคนในชนบท ขณะเดียวกันบทบาทของวิทยุอีสานก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเพลงด้วย

สัญญา ชีวะประเสริฐ (2560) พบว่า เกิดภาพลักษณ์ใหม่ของวงการเพลงลูกทุ่งของไทยระหว่างกลางทศวรรษที่ 2520 กระทั่งต้นทศวรรษที่ 2530 โดยพุ่มพวง ดวงจันทร์ ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทำนองดนตรีและเนื้อเพลงดึงดูดกลุ่มผู้ฟังในเมือง ขณะที่เนื้อหาเพลงหลายเพลงสื่อถึงการเปลี่ยนแปลงในชนบท และความมั่นใจของ “คนชนบทรุ่นใหม่” ที่มีความหวังและความฝันคล้ายกับคนชั้นกลางในเมือง ภาพลักษณ์ใหม่ของวงการลูกทุ่งไทยโดยพุ่มพวง ดวงจันทร์ ในยุคหลังทศวรรษ 2520 ยังสร้างพื้นที่ให้กับอัตลักษณ์อีสานในวงการลูกทุ่ง

มากขึ้น เนื่องมาจากกลุ่มแฟนเพลงลูกทุ่งวัยหนุ่มสาวจากภาคอีสานที่มาทำงานในกรุงเทพฯ อุตสาหกรรมเพลงลูกทุ่งจึงต้องปรับตัวตามกลุ่มผู้ฟัง (Mitchell, 2015) บทบาทของวัยรุ่นอีสานต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเพลงยังพบในวงการเพลงหมอลำทั้งมาจากวัยรุ่นอีสานที่ทำงานในกรุงเทพฯ (Miller, 2005) และวัยรุ่นอีสานในหมู่บ้าน (สุรียา สมุทคุปต์ และคณะ, 2544) อาจกล่าวได้ว่าได้วางงานศึกษาวัฒนธรรมประชาชนิยมในเพลงลูกทุ่งไทยและหมอลำ แสดงให้เห็นถึงพื้นที่การต่อรองและการต่อต้านวัฒนธรรมหลักในวงการดนตรีในชนบทของไทย กล่าวคือมีทั้งการสร้างความหมายใหม่ให้กับชนบทไทยในเพลงลูกทุ่ง ขณะเดียวกันก็พบบทบาทผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นอีสานในฐานะผู้ฟังต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบดนตรีลูกทุ่งและหมอลำด้วย

งานศึกษาบทบาทการเป็นผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นยังพบในงานศึกษากลุ่มสื่อสารศึกษา (media studies) ซึ่งชี้ให้เห็นการต่อรองและต่อต้านวัฒนธรรมหลักของวัยรุ่น บทความนี้จะเน้นเฉพาะการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่ผู้ใช้ผลิตเนื้อหาของตนเองบนพื้นที่สื่อดิจิทัลได้ งานศึกษากลุ่มสื่อสารศึกษาชี้ให้เห็นว่าสังคมผู้ใหญ่วัยรุ่นและกลุ่มอำนาจนาในสังคมใช้สื่อเพื่อให้อำนาจเห็นพ้องต้องกันในระบบคุณค่าร่วมของสังคม เนื่องจากเห็นว่าวัยรุ่นมักต่อต้าน “อุดมการณ์หลัก” (Buckingham & Kehily, 2014) ตัวอย่างเช่น Paul Willis ที่สนใจการต่อต้านและต่อรองของวัยรุ่นในชีวิตประจำวัน ดังเช่นวัยรุ่นใช้สื่อเป็นทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์ต่อการครอบงำของสังคมผู้ใหญ่จากการคัดค้านต่อรองความหมายถือเป็น “กลุ่มคนที่ใช้สื่ออย่าง active เฉลียวฉลาด และซับซ้อนมากกว่าคนทุกกลุ่มในสังคม” (อ้างใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2557, น.524)

สื่อดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างสูงต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อในคริสต์ศตวรรษที่ 21 เพราะคนทั่วไปสามารถผลิตเนื้อหาของตนเองได้ อีกทั้งยังขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ที่มากขึ้น สื่อดิจิทัลเหล่านี้อาจเรียกในชื่อ “สื่อใหม่” (new media) ซึ่งเป็นการหลอมรวมระหว่างพัฒนาการของคอมพิวเตอร์และนวัตกรรมการสื่อสาร สื่อชนิดนี้เป็นได้ทั้งอุปกรณ์สื่อสาร โปรแกรมซอฟต์แวร์ และเครือข่ายการสื่อสาร (ฐิตินัน บัญญาภาพ คอมมอน, 2556) แต่ผู้ศึกษาไม่ได้หมายความว่าวัยรุ่นใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลได้สูงกว่าคนกลุ่มใด อีกทั้งไม่เห็นด้วยหากจะสรุปว่าวัยรุ่นใช้สื่อดิจิทัลสร้างสรรค์วัฒนธรรมแต่เพียงด้านเดียว (Buckingham, 2008) แม้บทความนี้จะให้ความสนใจต่อบทบาทของวัยรุ่นในฐานะผู้กระทำการวัฒนธรรม แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าผู้ศึกษาจะมองวัยรุ่นเฉพาะด้านสร้างสรรค์วัฒนธรรมใหม่แต่เพียงเท่านั้น เพราะวัยรุ่นอาจผลิตซ้ำวัฒนธรรมและตกเป็นเหยื่อของเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษายังเห็นว่าการศึกษากการใช้สื่อดิจิทัลซึ่งหมายถึงสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (new media) ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างเครือข่ายในวงกว้างและผลิตเนื้อหาได้เองนั้น จะช่วยให้เข้าใจบทบาทการเป็นผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นอีสานได้มากขึ้น

ประเด็นศึกษาที่นำมาพิจารณาเพิ่มเติมคือ ความเกี่ยวพันกันระหว่างการใช้สื่อกับการอำนาจบนพื้นที่สื่อดิจิทัล ดังที่กาญจนนา แก้วเทพ และคณะ (2554) กล่าวถึง “กระบวนทัศน์

ใหม่ของสื่อการศึกษา” ซึ่งเสนอแนวคิดเรื่อง “วาทกรรม” (discourse) มาประกอบการศึกษา “ตัวสาร” นั้นหมายถึงความสนใจคุณค่าและความหมายที่ประกอบสร้างความจริงจากการใช้สื่อ (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข ทินวิมาน, 2551) ดังเช่น การสร้างภาพแทน (representation) ภาพแทนไม่ได้เป็นภาพสะท้อนความจริง แต่เกิดจากการประกอบสร้างทางวัฒนธรรมด้วยอำนาจในการเลือกสรรและรวบรวมขึ้นมา (Barker, 2004) ดังที่ Hall (1997) อธิบายว่า ภาพแทนคือการใช้สัญลักษณ์สร้างความหมาย เพื่อเชื่อมโยงแนวคิดเข้ากับสัญลักษณ์ ภาพแทนจึงสามารถบรรจุความหมายใหม่ได้อยู่เสมอ สอดคล้องกับนักประวัติศาสตร์ด้านสื่อ Carey (1989) ให้ความเห็นว่า การสื่อสารคือการเลือกปฏิบัติ เพราะเป็นกระบวนการเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างความจริงด้วยการผลิต เก็บรักษา ซ่อมแซม และเปลี่ยนรูปได้ อาจกล่าวได้ว่าสื่อไม่ได้เป็นผู้ส่งสารอย่างตรงไปตรงมา ดังนั้นการใช้สื่อสร้างภาพแทนต่างๆ จึงเป็นการประกอบสร้างความจริงมากกว่าจะเป็นภาพของความจริง

จากงานศึกษาที่กล่าวมาจะเห็นว่าวัยรุ่นไม่ได้เป็นผู้รับวัฒนธรรมอย่างเฉื่อยเฉื่อย แต่ยังมีบทบาทการเป็นผู้กระทำทางวัฒนธรรมจากการต่อรองและนิยามวัฒนธรรมที่แตกต่าง ทั้งงานศึกษาทางสังคมวิทยา มานุษยวิทยา วัฒนธรรมศึกษา และสื่อการศึกษา งานศึกษาเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการปรับมาเป็นกรอบศึกษาบทบาทการเป็นผู้กระทำทางวัฒนธรรมของเน็ตไอดอลอีสาน ซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์ผลิตเนื้อหาให้ความเป็นอีสานมีความหมายเชิงบวก เป็นการเมืองเชิงอัตลักษณ์ที่ต้องการเคลื่อนไหวเรียกร้องพื้นที่ให้กับความเป็นอีสาน เพื่อปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างคนอีสานกับรัฐไทย

2.2 การเมืองเชิงอัตลักษณ์ (Identity politics)

แนวคิดการเมืองเชิงอัตลักษณ์ (identity politics) คือ การเมืองที่สนใจสิทธิทางวัฒนธรรมในการอ้างถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเอง เนื่องจากเคยได้รับการปฏิเสธ มองข้าม และตีตราสร้างความเป็นอื่น เช่น กลุ่มผู้หญิง คนผิวสี เกย์ เลสเบี้ยน และกลุ่มชาติพันธุ์ (Woodward, 1997) อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับกลุ่มคนด้อยอำนาจ ที่ต้องการสื่อสารให้สังคมเข้าใจในตัวตนที่แตกต่างของตนเอง เนื่องจากความแตกต่างมักนำไปสู่การกีดกันให้เป็นกลุ่มคนชายขอบ การเคลื่อนไหวการเมืองเชิงอัตลักษณ์จึงเป็นการส่ง “เสียงส่วนน้อย” ให้ “เสียงส่วนใหญ่” รับรู้ ถือเป็น การเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อขยายพื้นที่ทางสังคมให้กับความแตกต่างมากขึ้น (วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2560)

การแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างถือเป็นกระบวนการสถาปนาความจริงของกลุ่มคนที่มีอำนาจน้อยกว่า เพื่อท้าทายและต่อรองกับความเป็นจริงทางสังคมที่ตนเองไม่ได้สร้างขึ้นมา โดยใช้การเมืองเชิงอัตลักษณ์ ด้านหนึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์กับอำนาจ แนวคิดหลังสมัยใหม่ได้ขยายความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรม ไม่เพียงเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเชื่อมโยงปัจเจกไว้กับสังคม แต่วัฒนธรรมคือเครื่องมือของอำนาจจากการเป็นกรอบคิดที่นำมาใช้จำแนกแยกแยะคนในสังคม เพื่อสร้างความเป็นจริงให้กับสังคม เช่น กลุ่มสังคมใดมีอำนาจสูงหรือน้อยกว่ากัน คนกลุ่มใดคือพวกเรา/พวกเขา (อภิญา เพ็ญพัสกุล,

2546) แนวคิดการเมืองเชิงอัตลักษณ์จึงแยกไม่ออกจากความพยายามปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Buckingham, 2008) อีกทั้งยังเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่คนเล็กคนน้อยเข้ามาสร้างพื้นที่นิยามความจริง ซึ่งอาจใช้การผสมผสานองค์ประกอบหลากหลายชนิดสร้างเป็นวาทกรรมขึ้นมาทำลายและสถาปนาความจริง ดังที่นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษาเสนอแนวคิด “appropriation” หมายถึงการหยิบฉวยตัดแปลงทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้มีความหมายใหม่ของกลุ่มผู้ด้อยอำนาจ (วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2560)

บทความนี้นำแนวคิดผู้กระทำการทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นและแนวคิดการเมืองเชิงอัตลักษณ์มาเป็นกรอบศึกษาการต่อรองความเป็นอีสานของเน็ตไอดอลอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล ซึ่งสถาปนาความจริงขึ้นมาทำลายกับความเป็นอีสานที่ประกอบสร้างขึ้นจากคนภายนอก โดยจะพิจารณาจากการเลือกใช้กระบวนการทางวัฒนธรรมในการตัดแปลงความหมาย เพื่อต่อรองและนิยามความเป็นอีสาน พร้อมทั้งใช้การวิเคราะห์ข้อความ (textual analysis) มาประกอบการวิเคราะห์ความหมายของสัญลักษณ์ดังกล่าวถึงตอนต้น หัวข้อต่อไป ผู้ศึกษาจะนำเสนอการเมืองเชิงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่มีมาก่อนเน็ตไอดอลอีสาน อันเป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนอีสานกับรัฐไทยตั้งแต่ภาคอีสานได้ผนวกรวมเป็นส่วนหนึ่งเพื่อแสดงให้เห็นว่าคนอีสานก็เคลื่อนไหวเรียกร้องนิยามความเป็นอีสานมาก่อนแล้ว ขณะที่การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสานเป็นผลสืบเนื่องจากยุคก่อนหน้า โดยใช้พื้นที่สื่อในการเคลื่อนไหว

3. การช่วงชิงความเป็นอีสาน

เนื้อหาส่วนแรกจะอธิบายการประกอบสร้างอัตลักษณ์อีสานโดยรัฐไทยจนเกิดข้อตรงกันข้ามแนวคิดระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง นำไปสู่การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่เสนอแนวความคิด “อีสานนิยม” เนื้อหาส่วนหลังจะแสดงถึงการเมืองเชิงอัตลักษณ์ของคนอีสานที่ขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมมากขึ้น แต่ยังคงต่อรองและนิยามความเป็นอีสานจากการเปรียบเทียบกับข้อตรงข้ามเดิม

3.1 ความเป็นอีสาน : มรดกคู่ตรงกันข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง

การประกอบสร้างความเป็นอีสานจนเกิดเป็นข้อตรงข้ามแนวคิดกับความเป็นเมือง อาจพิจารณาจากสามยุคสมัย ประกอบด้วยยุคสยามเข้าครอบครองอีสานสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ยุคสร้างรัฐชาติในสมัยรัชกาลที่ 5 และยุคสงครามเย็น ขณะที่อิทธิพลของข้อตรงข้ามนี้ทำให้คนอีสานพยายามต่อรองกับภาพแทนความเป็นอีสานนี้ด้วยเช่นกัน

ยุคสยามเข้าครอบครองอีสานในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช พ.ศ.2322 ประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการประกอบสร้างความเป็นอีสานมากนัก อีสานเป็นพื้นที่ที่ห่างไกลจากศูนย์กลางของอาณาจักรสยาม ทั้งด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ และการเมือง ด้านภูมิศาสตร์ก็แยกตัวออกจากภูมิภาคอื่นของประเทศด้วยเทือกเขาสูงและป่าทึบด้านทิศตะวันตก ขณะที่ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของหมู่บ้านกับสังคมภายนอกก็ค่อนข้างจำกัด ถึงแม้จะมีการ

ลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริงระหว่างสยามกับอังกฤษ พ.ศ.2398 คนอีสานก็ยังเพาะปลูก เพื่อยังชีพ หาของป่าล่าสัตว์ และแลกเปลี่ยนสินค้ากันในท้องถิ่น (มณีนัย ทองอยู่, 2546) ด้าน การเมืองก็ไม่ได้ต่างกันนัก พื้นที่ภาคอีสานเคยเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรองครักษ์เมื่อ พุทธศตวรรษที่ 19 และรวมกับอาณาจักรสยามในสมัยกรุงธนบุรีราว 500 ปีต่อมา ระหว่างนั้น มีประวัติศาสตร์ของการแบ่งแยกทางการเมืองในอีสาน กล่าวคือ ดินแดนตามฝั่งแม่น้ำโขงได้ ผนวกเข้ากับลาวเมื่อพุทธศตวรรษที่ 19 - 24 แตกต่างจากบริเวณที่ราบสูงโคราชตอนใน ที่ ก่อนข้างมีเอกเทศทางการเมือง (ชาร์ล คายส์, 2556) การประกอบสร้างความเป็นอีสาน เวลา นี้จึงยังไม่มี ความสำคัญเท่ากับยุคของการสร้างรัฐชาติสมัยใหม่สมัยรัชกาลที่ 5

ยุคสร้างรัฐชาติสยามสมัยรัชกาลที่ 5 การประกอบสร้างความเป็นอีสานมีความสำคัญ ต่อความมั่นคงของชาติ ขณะเดียวกันภาพแทนความเป็นอีสานก็ส่งอิทธิพลอย่างสูงทั้งต่อคน อีสานและคนภายนอก รัชกาลที่ 5 ทรงปฏิรูปด้านการปกครอง การคลัง ระบบรักษาความ ปลอดภัย การศึกษา และการคมนาคมขนส่ง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการเมืองของอีสานให้ ใกล้ชิดกับกรุงเทพมหานครมากขึ้น (ชาร์ลส์ คายส์, 2556; มณีนัย ทองอยู่, 2546) ถือเป็นยุคที่ อีสานเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ขณะที่นักมานุษยวิทยาท่านหนึ่งอธิบายว่าเป็นการแผ่ขยายอำนาจ ของสยามเพื่อสร้าง “ระบบอาณานิคมภายใน” (internal colonialism) (สุเทพ สุนทรเกษม, 2548) เวลานั้นกลุ่มชนชั้นนำสยามประกอบสร้างความเป็นอีสานจากการเดินทางมาตรวจเยี่ยม ราษฎร โดยบันทึกเป็นเรื่องราว “ชุมชนในอุดมคติ” อยู่กันอย่างเรียบง่าย ทั้งที่ชาวบ้านเดือดร้อน ทุกข์ยาก เพื่อสร้างความกลมกลืนให้กับคนในชาติ (พัฒนา กิติอาษา, 2557) แต่อีกด้านหนึ่ง การประกอบสร้างอัตลักษณ์อีสานเวลานี้กลายเป็นอัตลักษณ์อีสานที่ผลิตซ้ำอยู่บ่อยครั้ง ดังที่ ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช (2555) อธิบายไว้ในบทนำหนังสือ *ฟ้าปกั้น* ฉบับพิมพ์ใหม่ ถึงอัตลักษณ์ อีสานที่ยึดกุมความคิด ความรู้สึก และจินตนาการของคนในเมือง ไม่ว่าจะ เป็น “คนเชื่อ งคนเถื่อน” รวมถึง “ความเป็นคนหัวอ่อนว่านอนสอนง่าย ล้าหลัง และโง่เขลา” การประกอบ สร้างความเป็นอีสานให้เป็นส่วนหนึ่งของรัฐสยามทำให้ความเป็นอีสานอยู่ชายขอบของอำนาจ อย่างชัดเจน หมายถึงความเป็นอีสานเป็นชั่วคราวกับข้ามแนวตั้งกับความเป็นเมือง (อำนาจ ศูนย์กลาง) ขณะที่ภาพแทนความเป็นอีสานดังกล่าวก็ผลิตซ้ำเรื่อยมา กระทั่งเป็นภาพที่ คนทั่วไปเข้าใจว่า ภาพแทนความเป็นอีสานดังกล่าวเป็นความจริงที่ไม่แปรเปลี่ยน

ยุคสงครามเย็น (ระหว่างทศวรรษ 2490 - 2520) การประกอบสร้างความเป็นอีสาน ด้วย “การพัฒนา” เวลานั้นภาคอีสานเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทางการเมืองระหว่างฝ่ายเสรี ประชาธิปไตยกับฝ่ายคอมมิวนิสต์ เห็นได้จากสมัยรัฐบาลจอมพล สฤษดิ์ เป็นต้นมา มี แผนพัฒนาภาคอีสาน 5 ปี พ.ศ.2504 เกิดเขื่อน ถนนสายสำคัญ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ โครงการพัฒนาด้านการเกษตรและอุตสาหกรรม นโยบายและโครงการพัฒนาภาคอีสานของ รัฐไทยส่งผลให้อัตลักษณ์อีสานเชื่อมโยงกับความต่ำต้อยทางเศรษฐกิจและสังคม (พัฒนา กิติอาษา, 2557) คล้ายกับทวิตลิปป์ สืบวัฒนะ (2554) กล่าวถึงนโยบายต่อต้านคอมมิวนิสต์ของรัฐไทย ส่งผลให้คนอีสานไม่อยากแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง เพราะรับรู้ว่าเป็นดินแดนแห่งความยากจน

กันดาร และคนภายนอกมักดูถูก ขณะเดียวกันอัตลักษณ์อีสานก็ยังสร้างระยะห่างกับความเป็นลาว ทั้งที่มีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม เนื่องจากลาวก็เชื่อมโยงไว้กับความด้อยพัฒนา (Phatharathananunth, 2007; Hesse-Swain, 2006; อนุชิต สิงห์สุวรรณ, 2553) กล่าวได้ว่า “การพัฒนา” เป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐไทยในการประกอบสร้างความเป็นอีสานให้เป็นชั่วคราวข้ามแนวตั้งกับความ เป็นเมืองชัดเจนมากขึ้น

จะเห็นว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐไทยกับคนอีสานข้างต้นนำไปสู่การประกอบสร้างความเป็นอีสานที่ล้าหลังและขาดความเจริญ จนกลายเป็นชั่วคราวกันข้ามแนวตั้งกับความ เป็นเมือง อย่างไรก็ตาม การสร้างอัตลักษณ์อีสานจากชนชั้นนำไทยที่ส่งอิทธิพลอย่างสูงต่อการรับรู้ของคนอีสานและคนภายนอก ก็ไม่ได้ดำเนินไปโดยไร้การทำทลาย จะเห็นจากการสร้างพื้นที่ ต่อรองและนิยามความเป็นอีสานจนเกิดแนวความคิด “อีสานนิยม” หรือ “ภูมิภาคนิยม”

สุริยา สมุทคุปดี และคณะ (2538) พบว่า การต่อรองความเป็นอีสานเกิดขึ้นตั้งแต่ยุค การรวมอีสานเป็นส่วนหนึ่งของสยาม ในสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ.2434-2435 เกิด “กบฏผู้มีบุญ อีสาน” ซึ่งชาวนาอีสานนำความเชื่อเกี่ยวกับพระศรีอาริย์มาใช้จัดความความทุกข์ยาก โดย ต่อต้านอำนาจรัฐสยามที่ต้องการรวมอำนาจเข้าสู่ศูนย์กลาง นอกจากนั้นภายหลังการ เปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 โดยเฉพาะหลังสงครามโลกครั้งที่สองจนสิ้นยุคจอมพล สฤษดิ์ ธารณะรัชต์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากภาคอีสาน เสนอปัญหาความเป็นอยู่ของคนอีสาน พร้อม ชูแนวความคิด “อีสานนิยม” ขึ้นมาท้าทายอำนาจรัฐไทย ขณะที่พัฒนา กิติอาษา ได้ประมวล งานศึกษาของนักมานุษยวิทยาอีสานศึกษาในยุคสงครามเย็น และพบว่าอัตลักษณ์ของคนอีสาน เป็น “กลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ภูมิภาคหรือท้องถิ่นนิยม และอุดมการณ์ทางการเมือง ที่โดดเด่นเฉพาะตัว” (2557, น.90) ซึ่งแนวความคิดอีสานนิยมไม่ได้ต้องการแยกอีสานจากรัฐ ไทย แต่เพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ของคนอีสานภายในกรอบของรัฐชาติไทย ดังที่คนอีสานมอง ว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของรัฐไทยโดยใช้วัฒนธรรมอีสานเมื่ออยู่ในท้องถิ่น และใช้วัฒนธรรมของ ชนชั้นนำสยามในสังคมระดับชาติ (ชาร์ลส์ คายส์, 2556) นอกจากนั้น แนวความคิด “อีสาน นิยม” ยังขยายพื้นที่สู่การศึกษาสังคมวัฒนธรรมอีสานโดยคนอีสาน แม้จะเป็นงานศึกษา ค่อนข้างโรแมนติกและไทยหาอดีต (พัฒนา กิติอาษา, 2546) จะเห็นว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน อีสานกับรัฐไทย ส่งผลให้คนอีสานพยายามช่วงชิงนิยามความเป็นอีสานโดยสร้างพื้นที่ทาง วัฒนธรรมจากการใช้แนวความคิด “อีสานนิยม” เคลื่อนไหวเรียกร้องนิยามความเป็นอีสาน แทนที่จะยอมรับการประกอบสร้างความเป็นอีสานจากคนภายนอก

3.2 การต่อรองความเป็นอีสานยุคหลังสงครามเย็น

ยุคหลังสงครามเย็นมีการขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อนิยามความเป็นอีสานมากขึ้น ดังที่มีการนำเสนอความเป็นอีสาน “ใหม่” ซึ่งสื่อถึงความแตกต่างจากอีสานแบบ “เก่า” (พฤกษ์ เกาถวิล, 2555; พัฒนา กิติอาษา, 2557) อย่างไรก็ตาม บทความนี้ไม่ได้มุ่งอธิบายความ “ใหม่” หรือ “เก่า” แต่เห็นด้วยกับการนำเสนอการเปลี่ยนแปลงของภาคอีสานที่มีมากขึ้นในยุค หลังสงครามเย็น จนขยายพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้คนอีสานเคลื่อนไหวการเมืองเชิงอัตลักษณ์

ภาคอีสานยุคหลังสงครามเย็นเกิดการต่อรองและนิยามความเป็นอีสานสูงขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรม Terry Miller (2005) กล่าวถึงการเปลี่ยนภาพลักษณ์อีสานจากความเป็นบ้านนอกมาเป็นความทันสมัยเมื่อต้น ค.ศ. 1970 เนื่องมาจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เฟื่องฟู ดังที่เกิดพื้นที่การนำเสนอความเป็นอีสานในแวดวงดนตรีและภาพยนตร์ สิริขญา คอนกรีต (2558) ได้ศึกษาการต่อรองความเป็นอีสานในเพลงลูกทุ่งอีสาน ซึ่งใช้ดนตรี เทคกาล และอาชีฟ เป็นตัวบ่งชี้ทางอัตลักษณ์ (identity marker) โต้ตอบกับ “มายาคติ” ของคนภายนอกที่มีต่อคนอีสาน เช่น การนำเสนออัตลักษณ์นี้ของผู้ของคนอีสานแทนการมองว่าเกียจคร้าน ขณะทำงานศึกษาภาพยนตร์ก็แสดงถึงการต่อรองความเป็นอีสาน โดยท้าทายข้อตรงข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง Pattana Kitiarsa (2012) กล่าวถึงความตลกขบขันของภาพยนตร์เรื่อง “แหยมยโสธร” และ “หนูทีนอินเตอร์” ที่นำเสนอความเป็นอีสานด้วยการล้อเลียนและการยั่วล้อทั้งความเขยและความล้นเกินพอดี ซึ่งเดิมนั้นเป็นการประกอบสร้างคนอีสานให้เป็นตัวตลกในสายตาของคนกรุงเทพฯ แต่เมื่อนำกรอบของการล้อเลียนและการยั่วล้อเข้ามาวิเคราะห์ ทำให้พบว่าตัวละครที่แสดงความเป็นอีสานออกมานั้นทำให้ทั้งคนอีสานหัวเราะให้กับตนเองและหัวเราะคนกรุงเทพฯ ที่อาจคาดหวังความเป็นอีสานอย่างที่เคยเข้าใจ แต่อาจไม่เข้าใจว่าคนอีสานคิดอย่างไรในเรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาภาพยนตร์นอกกระแสโดยชัยรัตน์ พลมุข (2558) ที่เสนอว่าการเดินทางกลับสู่ภาคอีสานของคนอีสานเป็นการต่อรองและทบทวนข้อตรงข้ามระหว่างความเป็นชนบทอีสานและความเป็นเมือง ซึ่งยุคสงครามเย็นรัฐไทยประกอบสร้างความศิวิไลซ์ของเมืองให้เป็นรูปแบบชีวิตที่ดีแก่ชาวชนบทอีสาน จะเห็นว่าการต่อรองนิยามความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อบันเทิงเป็นผลมาจากการประกอบสร้างความเป็นอีสานของรัฐไทย ตั้งแต่ในอดีต โดยตั้งคำถามต่อข้อตรงข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมืองที่เน้นลำดับขั้นต่ำสูงดังในอดีต มานิยามความเป็นอีสานเพื่อเปลี่ยนเป็นความแตกต่างในระนาบเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การต่อรองและนิยามความเป็นอีสานก็ส่งผลให้พื้นที่สื่อบันเทิงผลิตซ้ำความเป็นอีสานบางรูปแบบ อย่างภาพยนตร์ที่นำเสนอวิถีชีวิตวัยรุ่นอีสานในภาคอีสาน ที่มีชีวิตที่เรียบง่ายอยู่กับธรรมชาติ อันเป็นภาพความเป็นอีสานที่คนชั้นกลางในเมืองรับรู้ (นันทนัย ประสานนาม, 2556)

คนอีสานใช้การเมืองเชิงอัตลักษณ์ต่อสู้และต่อรองความเป็นอีสานนับตั้งแต่รัฐไทยประกอบสร้างความเป็นอีสานในอดีต (หัวข้อ 3.1) กระทั่งยุคหลังสงครามเย็น แสดงให้เห็นว่าคนอีสานไม่ได้ยอมรับภาพแทนนี้ เขา/เธอได้เปลี่ยนแปลงนิยามความเป็นอีสานกับความเป็นเมืองจากข้อตรงข้ามแนวดิ่งเหลือเพียงแนวราบ แต่อีกด้านหนึ่งการเมืองเชิงอัตลักษณ์ก็ยากที่จะพ้นจากการผลิตซ้ำความเป็นอีสานเพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หัวข้อต่อไปจะนำเสนอการต่อรองและนิยามความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นการเมืองเชิงอัตลักษณ์ของวัยรุ่นเน็ตไอศดอลอีสานที่ใช้สื่อใหม่ (new media) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ นำมาต่อรองและนิยามความเป็นอีสาน ผู้ศึกษาจะพิจารณาความเป็นอีสานเป็นไปในรูปแบบใด และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงข้อตรงข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมืองหรือไม่ อย่างไรบ้าง

4. การต่อรองและนิยามความเป็นอีสานของเน็ตไอดอลอีสาน

แม้งานศึกษาบางส่วนพบว่าวัยรุ่นอีสานชื่นชมความเป็นไทยซึ่งทันสมัยกว่า และมองคนกรุงเทพฯ ว่าเป็น “ผู้ดี” จนทำให้วัยรุ่นอีสานขาดความมั่นใจในความเป็นอีสาน (McCargo & Hongladarom, 2004) แต่ Mitchell (2011) เห็นต่างจากคำอธิบายดังกล่าว เขาอธิบายว่าคอนเสิร์ตลูกทุ่งเป็นเวทีของการแสดงความเป็นอีสานของผู้ฟัง ดังที่นักร้องลูกทุ่งอีสานสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดจากเสียงตะโกนตอบรับว่า “มีใครมาจากอีสานบ้าง” นั่นอาจหมายความว่า การแสดงความเป็นอีสานเกี่ยวพันกับพื้นที่เช่นกัน บริบทของสังคมไทยยุคที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้เอื้อให้มีการนำเสนอความเป็นอีสานมากขึ้น ดังที่พัฒนา กิติอาษา (2557) พบว่าชุมชนแรงงานและแม่บ้านอีสานในประเทศสิงคโปร์ใช้สื่อสังคมออนไลน์เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ของคนข้ามถิ่น นอกจากนี้ ยังมีรายงานการสำรวจบทบาทของวัยรุ่นอีสานในชนบทจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์นำเสนอความเป็นอีสานอย่างแพร่หลาย (อ้างในสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ม.ป.ป., น.48-54) อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เพิ่มพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้กับคนอีสานมากขึ้น ผู้ใช้งานจำนวนมากกลายเป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้เอง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่สื่อเรียกร้องการเมืองเชิงอัตลักษณ์ของคนอีสาน ขณะเดียวกันบทบาทของวัยรุ่นอีสานบนพื้นที่สื่อก็เพิ่มสูงขึ้น ดังจะเห็นจากการนำเสนอความเป็นอีสานของวัยรุ่นอีสานจนกลายเป็นเน็ตไอดอลอีสาน หัวข้อนี้จะวิเคราะห์การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสาน 3 กลุ่ม เพื่อพิจารณาการต่อรองและนิยามความเป็นอีสานในบริบทของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งหมดเป็นวัยรุ่นอีสานที่มีภูมิลำเนามาจากชนบทอีสาน และมีชื่อเสียงจากการใช้สื่อแนะนำความเป็นอีสานที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย “เซ็กซี่ แพนเค้ก” สาวประเภทสองที่นำเสนอความเป็นอีสานโดยการล้อเลียน “สี นานวล” วัยรุ่นสาวอีสานที่นำเสนอความเป็นอีสานด้วยชีวิตที่เรียบง่าย และ “กู่แคน สคูล” กลุ่มนักร้องจากมหาวิทยาลัยในภาคอีสาน ที่สร้างรูปแบบดนตรีอีสานให้เป็นเอกลักษณ์

4.1 เซ็กซี่ แพนเค้ก (Sexy Pancake)

“เซ็กซี่ แพนเค้ก” ชื่อที่ดูขัดแย้งกับบุคลิกหน้าตาของนางแบบชื่อดังบนเพจเฟซบุ๊ก เพราะชื่อแพนเค้กนั้นจะรับรู้กันว่าคือ เชมนิจ จามิกรณ์ นางเอกชื่อดังในวงการบันเทิงไทย ขณะที่ “เซ็กซี่ แพนเค้ก” เป็นนามแฝงของนิวัฒน์ แสงหม้อ หรือ “เหม่ง” สาวประเภทสองรูปร่างกำยำ ผู้ตั้งชื่อนี้ให้กับเหม่งคือ “สุ” (สุระ นารินทร์) สาวประเภทสองในหมู่บ้านเดียวกันที่ชักชวนเหม่งมาเป็นนางแบบ และเปิดเพจบนเฟซบุ๊กชื่อ “Sexy Pancake” สุเคยให้สัมภาษณ์ว่า “ตั้งชื่อให้ว่าแพนเค้กเพราะช่วงแรกๆ ที่เริ่มเล่นเฟซบุ๊ก แพนเค้ก-เชมนิจกำลังดัง จึงอยากตั้งชื่อให้เขาว่าแพนเค้ก เวลาที่ไปไหนกัน แล้วเรียกแพนเค้กๆ คนก็จะหันมามองแล้วตกใจที่หน้าแพนเค้กเป็นเช่นนี้” (เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์, 2556) ทั้งสุและเหม่งไม่ได้มีฐานะทางเศรษฐกิจและความรู้ทางเทคโนโลยีสูงมากนัก พวกเขาแนะนำความเป็นอีสานที่เข้าใจง่ายดังที่สุเคยให้สัมภาษณ์ถึงความเป็นมาของเพจนี้ว่า

“เธอจบ ม.6 โรงเรียนแถวบ้าน ไม่ใช่โรงเรียนในตัวเมือง ไม่มี
ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ไม่ได้ใช้ไอแพด ไอโฟน แต่ใช้โทรศัพท์โน
เกียที่สามารถถ่ายรูปและอัปเฟซบุ๊กได้ และหากอยากจะท่องเว็บ
เป็นจริงเป็นจัง เธอและเพื่อนๆ จะเข้าไปร้านอินเทอร์เน็ตเพราะ
สะดวกกว่าใช้โทรศัพท์มือถือ ปัจจุบันเธออาศัยอยู่ที่บ้านหนองม่วง
ตำบลทางขวาง อำเภอเวียงน้อย จังหวัดขอนแก่น ด้วยความเป็น
คนชอบถ่ายภาพ และสนิทกับ ‘แพนเค้ก’ หรือ ‘เหน่ง’ สาว
ประเภทสองรุ่นน้องวัย 25 ปี จึงทำเพจภาพถ่ายสนุกๆ ให้คนดูรู้สึก
ตกขบขันตามไปด้วย”

(ฟ้ารุ่ง ศรีขาว, 2556)

ย้อนกลับไปเมื่อปี พ.ศ.2556 - 2557 “เซ็กซี่ แพนเค้ก” (Sexy Pancake) เป็นเพจ
เฟซบุ๊กชื่อดัง สองปีแรกมีจำนวนยอดไลค์เพจมากถึง 1,032,883 ราย (วัชรวุฒิ ชื่อสัตย์, 2557)
ผู้ติดตามเพจจำนวนมากมีทั้งคนอีสานที่คิดถึงบ้าน และคนจากต่างภูมิภาค “บางคนบอกว่า
แถวบ้านดูอากาศดี มีน้ำแพนเค้กอารมณ์ดี ส่วนคนอีสานที่ไปอยู่ในเมืองบางคนบอกว่า คิดถึง
บ้าน ส่วนคนใต้บอกว่าแถวบ้านน่าอยู่ ที่ดินแพงไหม” (ฟ้ารุ่ง ศรีขาว, 2556) การนำเสนอความ
เป็นอีสานบนเพจนี้มักเน้นการล้อเลียน (parody) ชีวิตในชนบทอีสาน ขณะที่นางแบบมีรูปร่าง
กำยำ ผิวคล้ำ และผมหงอก แสดงออกด้วยความมั่นใจ จึงดูแปลกตาและขบขัน ดังเช่น แบก
กระสอบ เกี้ยวหญ้า เลี้ยงวัวควาย ถ่ายภาพคู่กับรถไถ หวานแหฮาปลา และขุดหาแย้กลางทุ่ง
อีกด้านหนึ่งการนำเสนอวิถีชีวิตในชนบทบนเพจเฟซบุ๊กได้กลายเป็นพื้นที่ให้คนอีสานได้
ปฏิสัมพันธ์กันด้วยเช่นกัน

เพจเซ็กซี่ แพนเค้ก (Sexy Pancake) มักใช้สถานที่ถ่ายทำในชนบทอีสาน เพราะ
สะดวก ประหยัดรายจ่าย และความผูกพันกับธรรมชาติ ขณะเดียวกันและเหน่งก็ระบุตำแหน่ง
แห่งที่ของตนเองว่าเป็นคนชนบทอีสาน การนำเสนอเรื่องราวความเป็นอีสานจึงพบเห็นได้ทั่วไป
ในชีวิตประจำวัน ดังที่ให้สัมภาษณ์ว่า “ทุกภาพเราไม่ได้มีทุนอะ มีเพียงค่าถ่ายเดียวหนึ่งชาม
เราเลยหาสถานที่แถวบ้านอะ ให้น้องแพนเค้กมุดลงไป ลงโถง หรือตามทุ่งนาที่ไม่ต้องลงทุน
อะไร ซึ่งเป็นวิถีชีวิตคนต่างจังหวัดทั่วไป” (เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์, 2556) คำอธิบายดังกล่าว
แสดงถึงการนำเสนอลักษณะเฉพาะของคนในชนบทอีสานหรือ “เด็กบ้านนอก” ดังที่สุเคย
เปรียบเทียบตนเองกับคนในเมืองไว้ว่า

“ถ้าถ่ายในห้างในเมืองก็ต้องมีความพร้อม แต่สำหรับเด็กบ้านนอกอย่างเรา เรามีแค่โทรศัพท์กับนางแบบ เราใช้โทรศัพท์โนเกียที่ถ่ายรูปและเล่นเฟซบุ๊กได้ ส่วนตัวไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านภาษาหรือคอมพิวเตอร์ ไม่ได้ใช้โน้ตบุ๊ก ไม่ได้ใช้อีแพ็ด ไม่ได้ใช้ไอโฟน”

(ฟ้ารุ่ง ศรีขาว, 2556)

การกล่าวถึงความแตกต่างของคนในชนบทอีสานกับคนในเมือง ไม่ได้หมายถึงตนเองด้อยกว่าคนในเมืองทุกเรื่อง แต่เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงชีวิตของคนในชนบทอีสานที่แตกต่างจากคนในเมือง โดยต่อรองและนิยามความเป็นอีสานให้เป็นข้อตรงข้ามแนวราบกับความเป็นเมือง สำหรับการเลือกใช้การล้อเลียนให้ตกลงขบขันนั้นทำให้คนในเมืองเข้าใจได้ง่าย แม้จะยังไม่เข้าใจถึงการสื่อความหมายของพวกเขาก็ตาม ผู้ศึกษาเห็นว่าการนำเสนอความเป็นอีสานบนเพจเฟซบุ๊ก แฟนเค้ก คล้ายกับงานศึกษาของ Pattana Kitiarsa (2012) ที่วิเคราะห์ภาพยนตร์สองเรื่องคือ “แหยมยโสธร” และ “หนูหิน อินเตอร์” โดยเสนอว่าอารมณ์ขันแบบล้อเลียนสามารถสลายอิทธิพลข้อตรงข้ามระหว่างความเป็นอีสาน (ความเป็นชนบท) กับความเป็นเมืองได้ เพราะการล้อเลียนตนเองของคนอีสานได้ทำลายภาพความเป็นอีสานลง ซึ่งเกิดจากการประกอบสร้างจากคนภายนอก การล้อเลียนจนตกลงขบขันจึงไม่ได้หมายถึงการผลิตซ้ำความด้อยกว่าระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมืองเสมอไป แต่อาจหมายถึงการนิยามข้อตรงข้ามจากแนวตั้งมาเป็นแนวราบ ที่พยายามทำให้คนในเมืองเข้าใจ อีกทั้งยังทำให้คนอีสานหันกลับมาเปิดเผยตัวตนความเป็นอีสานของตนเองมากขึ้น แม้จะเริ่มจากการหัวเราะตัวตนของตนเองพร้อมกับคนในเมืองก่อนก็ตาม

เน็ตไอดอลอีสานคนต่อไปได้ชื่อว่า “อิปสเตอร์อีสาน” หรือ “เน็ตไอดอลบ้านนา” ซึ่งสื่อถึงความเป็นตัวของตัวเองไม่ตามกระแสนิยม เห็นได้จากการผสมคำที่ไม่น่าจะเป็นความหมายในทางเดียวกัน ระหว่าง “อิปสเตอร์” กับ “อีสาน” หรือ “เน็ตไอดอล” กับ “บ้านนา” เธอแนะนำความเป็นอีสานแตกต่างจากเพจเฟซบุ๊ก แฟนเค้ก (Sexy Pancake) โดยเสนอความเป็นอีสานด้วยชีวิตชนบทอีสานที่เรียบง่าย

4.2 สีนานวล

“สี นานวล” หรืออ้อย จวงภูเขียว สร้างเฟซบุ๊กนำเสนอวิถีชีวิตคนอีสานเพื่อลดความคิดถึงบ้านระหว่างไปเรียนต่อในจังหวัดเชียงราย เธอเติบโตในหมู่บ้านแห่งหนึ่งในอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ โดยมีสายเลือดของชาวอีสาน การใช้ชีวิตต่างถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่อ้อยเลือกสร้างเพจเฟซบุ๊กชื่อ “เสียงแคน ฟากทุ่ง”

“มาจากที่ตอนเด็กๆ อ้อยชอบออกไปทุ่งนาท้ายหมู่บ้าน ซึ่งตอนคล้อยคำ ท้ายหมู่บ้านก็จะมองเห็นแต่ท้องทุ่งนาสุดสายตาเป็นทิวป่าซึ่งสวยงามมาก บางครั้งก็จะได้ยินเสียงพิณ เสียงแคน จากหมู่บ้านอื่นลอยมากับลมข้ามทุ่งนาเข้ามาอยู่ที่เราอยู่ คำว่าฟากทุ่ง

เลยมาจากตรงนี้ ซึ่งรวมๆ แล้วมันก็หมายความว่า เสี่ยงแคนจากอีก
ฟากฝั่งของทุ่งนา...ที่อยากให้เธอได้ยินอะไรทำนองนี้”

(เลดี้ แมเนเจอร์, 2558)

อ้อยนำเสนอบรรยากาศของชนบทอีสานร่วมกับวิถีชีวิตของคนอีสาน ทั้งคำพูด การ
แต่งกาย อาหารการกิน รวมถึงภาษิตคำพังเพยอีสาน อ้อยนำเสนองานของตนเองบนเฟซบุ๊กนี้
ด้วยการแต่งตัวสบายๆ บางครั้งก็ใส่หมวก ใส่ผ้าถุง ถ่ายคู่กับสิ่งที่พบเห็นตามทุ่งนาและบริเวณ
หมู่บ้าน จึงทำให้มีการให้สมญานามเธอว่า “อิปสเตอร์อีสาน”

ใส่เสื้อยืด กางเกงยีนส์ หรือบางทีก็เปลี่ยนนุ่งผ้าถุง ขึ้นกับภาพที่
ต้องการจะสื่อสาร แต่ที่ขาดไม่ได้เลยที่จะต้องมีในทุกภาพคือ
ผ้าขาวม้าและหมวก ส่วนฉากหลังในภาพนั้นจะเปลี่ยนโลเคชั่นไป
ตามแต่กิจกรรม เปลี่ยนไปเรื่อยๆ เช่น ทุ่งนา หนองน้ำ หรืออาจ
เป็นภาพถ่ายระหว่างทำกิจกรรมต่างๆ อาทิ ภาพตอนเลี้ยงควาย
หรือจูงควายไปกินน้ำ เป็นต้น

(ทีมข่าวเดลินิวส์, 2558)

อ้อยหยิบจับสิ่งของในชีวิตประจำวันมาดัดแปลงเป็นชุดแต่งกาย พร้อมเลือกสถานที่
ถ่ายทำให้เป็นสภาพแวดล้อมแบบชนบทอีสาน การแสดงออกแบบ “สบายๆ” ของเธออาจ
อธิบายได้ว่าวัยรุ่นอีสานได้ยอมรับตัวตนของตนเองมากกว่าจะยอมรับวัฒนธรรมภายนอก
นอกจากนี้เพจ “เสี่ยงแคน ฟากทุ่ง” ของอ้อยยังเป็นพื้นที่ให้คนอีสานได้มาปฏิสัมพันธ์กัน อ้อย
เคยให้สัมภาษณ์กับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ที่นำเรื่องราวของเธอไปทำสื่อบนหน้า 1 ว่า

“พยายามถ่ายทอดเรื่องราว ‘ชีวิตคนอีสาน’ ให้มากที่สุด เพราะ
น่าจะมีประโยชน์ ทำให้หลายๆคนคลายเหงา คลายเหนื่อย มีแรง
ฮึดสู้ชีวิตได้อีกครั้ง!! แพนเพจที่ติดตามส่วนใหญ่เป็นคนอีสาน หนู
จะเน้นใช้ภาษาอีสานเป็นหลัก อยากเป็นตัวของตัวเองด้วย ก็
กลายเป็นเรื่องสนุก เพราะคนที่เข้ามาเมนต์ก็ว่าอีสานใส่เหมือนกัน
จนเป็นชุมชนคนอีสานบนโซเชียล...”

(ทีมข่าวเดลินิวส์, 2558)

การใช้สื่อสังคมออนไลน์สร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม เพื่อเปิดเผยความเป็นอีสานของ
อ้อยวัยรุ่นจากชนบทอีสาน จึงเป็นแรงหนุนให้คนอีสานเปิดเผยตัวตนของตนเองมากขึ้น
ตั้งเช่นงานศึกษาของพัฒนา กิตติอาษา (2557) ที่อธิบายว่าแรงงานอีสานในสิงคโปร์ใช้สื่อสังคม
ออนไลน์สร้างเครือข่ายกับคนอีสานที่คิดถึงบ้านในลักษณะของการโยกหาความเป็นชนบท
อีสาน อ้อยก็ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้คนอีสานภูมิใจและไม่อายในตัวตน

ของตนเอง ดังที่เธอเคยกล่าวไว้ว่า “ภูมิใจในความเป็นคนบ้านนอก-คนอีสานมากขึ้น ทำให้มีกำลังใจ และมีประโยชน์ที่ทำให้มีกำลังใจมากขึ้น มีคนหนึ่งเขียนมาบอกว่า เพลงนี้ทำให้เขากลับเป็นตัวเองมากขึ้น ไม่ต้องคอยกลัวคนอื่นจะว่า ไม่ต้องกังวลว่าจะมีใครมองว่าเป็นคนบ้านนอกอีกต่อไป...” (ทีมข่าวเดลินิวส์, 2558) ความเป็นคนบ้านนอกของอ้อยไม่ได้หมายถึงความด้อยกว่า แต่เป็นความแตกต่างที่คนในเมืองหาไม่ได้ ดังที่เธออธิบายว่า “อยากบอกว่าเรายังโชคดีที่มีธรรมชาติ ท้องไร่ท้องนา สายลม แสงแดด และท้องฟ้าให้ได้สัมผัส สำหรับวิถีความเป็นอยู่น้องเชื่อว่าถ้าใครไม่เคยเกิดมาและได้ใช้ชีวิตแบบนั้นคงไม่สามารถรู้สึกได้ว่า มันคือความรู้สึกที่ดีและพิเศษสำหรับคำว่า ‘บ้านนอก’ ” (เลดี้ แมเนเจอร์, 2558) การต่อรองและนิยามความเป็นอีสานของอ้อยจึงหมายถึงการตั้งคำถามกับข้อตรงข้ามแนวตั้งระหว่างความเป็นอีสานกับความ เป็นเมือง คล้ายกับเพจเซ็กซี่แพนเค้ก (Sexy Pancake)

แม้อ้อยไม่ได้นำเสนอความเป็นอีสานด้วยการล้อเลียนให้ตลกขบขันดังเช่นเพจเซ็กซี่แพนเค้ก (Sexy Pancake) อ้อยใช้การนำเสนอวิถีชีวิตคนอีสานที่คุ้นชิน และดูเป็น “ธรรมชาติ” ความเป็นอีสานจึงดู “บ้านๆ” “เรียบง่าย” และ “บริสุทธิ์” พร้อมกับสื่อถึงความโหยหาอดีต นอกจากนี้ เธอยังหยิบจับสิ่งของใกล้ตัวมาปรับแต่งให้มีความหมายใหม่ กลายเป็นการสร้างสไตล์ของวัยรุ่นอีสานในชนบทอีสาน แต่เน็ตไอดอลอีสานทั้งสองกลุ่มก็คล้ายคลึงกันจากความพยายามสื่อถึงความแตกต่างของข้อตรงข้ามแนวราบระหว่างความเป็นอีสานกับความ เป็นเมือง มากกว่าการเปรียบเทียบความสูงต่ำในแนวตั้ง

สำหรับเน็ตไอดอลอีสานกลุ่มสุดท้ายเป็นวงดนตรีของวัยรุ่นที่ได้รับสมญานามว่า “อินดี้อีสาน” ซึ่งความหมายของอินดี้ก็สื่อถึงความเป็นอิสระ (independent) จากการนำดนตรีพื้นบ้านอีสานมาผสมผสานกับดนตรีสากลหลายประเภท เช่นเดียวกับชื่อวงดนตรี “กูแคน สคูล” (GooKhaen School) ที่หมายถึงโรงเรียน (สำนักดนตรี) ของตนเอง

4.3 กูแคน สคูล

“กูแคน สคูล” คือกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาดนตรีและการแสดงพื้นเมืองจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น รวมตัวกันทำเพลงที่เป็นเอกลักษณ์ในรูปแบบของวัยรุ่นอีสาน โดยใช้เนื้อเพลงเป็นภาษาลาวอีสาน ผสมเสียงดนตรีระหว่างดนตรีพื้นบ้านกับดนตรีสากล ถ่ายทอดความรู้สึกของ “ไต่บ้าน” (ก่อเขต จันทเลิศลักษณ์, 2558)

“พวกเราเรียนดนตรีพื้นบ้าน ตั้งคำถามตลอดว่า ช่างหน้าจะเอา ยังไง เพราะเราไม่รู้ทิศทาง หลายคนเรียนจบก็จบเลย น้อยคนที่จะทำงานต่อยอดด้านดนตรี เผลอๆ ออกไปแล้วไม่รู้จักกันด้วยซ้ำ คอยกันในกลุ่มว่า ตกลงเราจะเป็นนักดนตรี คิดแล้วก็ลงมือทำเลย ดูความสามารถว่าใครเล่นอะไรได้บ้าง ทุกคนถนัดดนตรีอีสาน แต่เรามีวิชาดนตรีสากลติดตัวมาด้วย ก็เลยเอามาประยุกต์เข้าด้วยกัน อย่างผมเล่นเบสเล่นกีตาร์ได้ เป่าแคน เขียน/ร้องกลอนลำได้...เราอยากแสดงพลังดนตรีอีสานว่าทำได้มากกว่าวงโปงลางหมอลำ

เป่าแคนแล้วเท เทไม่แพ้ดีดกีตาร์จีบสาว เริ่มแรกพวกเราลงประกวดวงดนตรีร่วมสมัยของ มข. ประกวดหมอลำกลอนในโครงการจิม ทอมป์สัน ฟาร์ม มหกรรมสินไซ ปี 55 ช่วงนั้นเริ่มเรียกตัวเองแล้วว่า ‘วงแคน’ แต่เราไม่หยุดแค่รางวัลตรงนั้น เพลงแรกของวงแคนคือยังฮัก มีแคนเป็นตัวนำขับเคลื่อน ไม่นึกว่านอกจากจะถูกใจเรา ยังถูกใจคนฟังอื่นๆ ด้วย”

(พิชชาณัฐ ตู้อินดา, 2558)

การทำเพลงเองของวงแคนๆ ไม่ใช่เพียงการนำเสนอดนตรีอีสานรูปแบบพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จักดังเช่นวงดนตรีพื้นบ้านอีสานกระแสหลัก แต่วงแคนๆ ยังหยิบจับดนตรีสากลที่สมาชิกของวงต่างมีทักษะเข้ามาผสมผสาน พร้อมกับขยายพื้นที่ทางดนตรีอีสานให้วัยรุ่นอีสานเข้าถึงได้มากขึ้น วงแคนๆ แต่งเพลงไว้กว่า 40 เพลง (ก่เขต จันทเลิศลักษณ์, 2558) โดยเน้นการนำเสนอความเป็นอีสานร่วมสมัยผ่านเนื้อร้องสำเนียงลาวอีสานและเสียงดนตรีอีสาน

“แนวดนตรีของเราไม่ย่ำซ้ำซากอยู่กับที่ ทำเพลงแนวไหนเราจะฟังเพลงแนวนั้นเยอะมาก ทั้งในและต่างประเทศ ‘เลิกกันสา’ เพลงร็อคที่ค่อนข้างฟังยาก หนวกหูสักหน่อย คืออีสานทำเพลงสไตล์ร็อคออกมาแล้วแต่ฟังแล้วไม่ใช่ร็อคอีสาน เพราะร็อคของคุณเอาภาษาไทยบ้าง อีสานบ้างมาปนกัน ร็อคของผมเป็นสำเนียงเอเชีย ไม่ใช่ร็อคที่ก๊อปปีใครเขามา ยืนพื้นด้วยภาษาอีสานบ้านผม ‘ยิ้มแหม่นเต๋อ’ เพลงนี้ยกระดับวงแคนอีกขั้น เพราะผสมเครื่องเป่าพุดถึงงานสตูดิโอ ไม่ใช่จังหวะที่วงแคนคุ้นเคย เป็นแนวเร็กเก้ แต่ฟังสบาย”

(พิชชาณัฐ ตู้อินดา, 2558)

จะเห็นว่าการนำเสนอความเป็นอีสานในบทเพลงของวงแคนๆ ต้องการเสนอความเป็นอีสานเป็นส่วนประกอบหลัก วงแคนๆ จึงสร้างบทเพลงโดยให้ภาษาลาวอีสานและดนตรีอีสานเป็นฐานหลักก่อน จากนั้นค่อยหยิบจับดนตรีจากต่างวัฒนธรรมมาผสมผสานให้แปลกใหม่ ดังที่สมาชิกของวงเคยให้สัมภาษณ์ว่า “การนำภาษาอีสานมาใช้ร้องทำให้ได้อุณหภูมิให้คนทั่วไปรู้จักภาษาอีสานมากขึ้น” (ก่เขต จันทเลิศลักษณ์, 2558) หรือ “ประยุกต์คอร์ดให้เข้ากับเสียงแคน ประยุกต์เอาสำเนียงบ้านเราไปใส่กับดนตรีสากล” (ก่เขต จันทเลิศลักษณ์, 2558)

วงแคนๆ ต่อรองความเป็นอีสานจากการดัดแปลงหยิบยืมวัฒนธรรมดนตรีอีสานพื้นบ้านมาผสมผสานกับดนตรีต่างวัฒนธรรม เพื่อให้คนอีสานเห็นคุณค่า

วัฒนธรรมตนเองและยอมรับในอัตลักษณ์อีสาน ดังที่นักร้องนำกล่าวว่า “เฮ็ดหยังไปได้แล้ว เพื่อสังคมบ้านเฮา ตอบแทนด้วยเสียงเพลง ให้คนบ้านเฮาเกิดความรักในชาติเฮา บ่อยลือพูดในภาษาของตนเอง บ่อยฟังดนตรี หรือเสพศิลปะของตนเอง” (ก่อเขต จันทเลิศลักษณ์, 2558) การชูความเป็นอีสานในบทเพลงของวงกุ่มแคน สดุด จึงเป็นการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมด้วยการเมืองเชิงอัตลักษณ์ในการต่อรองและนิยามความเป็นอีสาน เพื่อเป็นหลักสำคัญให้คนอีสานได้จับยึดไว้ เพราะหากไม่มีหลักยึดก็ยากที่คนอีสานจะก้าวเดินได้อย่างมั่นคง

“วงกุ่มแคนฯ ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการนำเสนอความเป็นอีสาน ทั้งจากเพจเฟซบุ๊กชื่อ ‘กุ่มแคน ไทบ้านผู้สร้างงานศิลป์’ มีผู้กดถูกใจเกือบ 8 หมื่นคน และช่องยูทูป (Youtube) ที่มีผู้ติดตามราวสองแสนคน หลายบทเพลงของวงกุ่มแคนฯ เป็นที่รู้จักของวัยรุ่นอีสาน อาทิ เพลง ‘ไปได้ฮัก’ และเพลง ‘ยังฮัก’ ซึ่งเป็นเพลงที่ได้รับเลือกประกอบภาพยนตร์วัยรุ่นอีสานชื่อดัง “ผู้บ่าวไทบ้าน อีสานอินดี้” วงกุ่มแคนฯ ไม่เพียงนำเสนอความเป็นอีสานผ่านบทเพลงบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ แต่ยังสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมให้คนอีสานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศมาปฏิสัมพันธ์กัน “มีน้องๆ หลายคนโคฟเวอร์เพลงกุ่มแคนลงยูทูป บางคลิปออกมาร้องกันทั้งครอบครัว เชิญยอดคนยูทูป ประเทศที่ส่งรองจากไทยคือ ไต้หวัน แล้วมาลาว...คนอีสานที่ไต้หวันร้อง ‘แคนฮ้างนางฟ้า’ ส่งมาให้ฟังเลยครับ ดีใจมาก”

(พิชชาณัฐ ตูจันดา, 2558)

อาจกล่าวได้ว่าเน็ตไอดอลอีสานกลุ่มสุดท้ายเคลื่อนไหวเรียกร้องการเมืองเชิงอัตลักษณ์ โดยใช้ดนตรีอีสานต่อรองและนิยามความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ และนำเสนอความเป็นอีสานที่เป็นได้มากกว่าเน็ตไอดอลอีสานสองกลุ่มที่กล่าวมา แม้จะมีความคล้ายคลึงกันบ้างจากการสร้างความมั่นใจและหนุนเสริมความภูมิใจในตัวคนอีสาน แต่ที่ต่างกันคือ วงกุ่มแคนฯ ต่อรองและนิยามความเป็นอีสานโดยไม่อิงอยู่กับข้อตรงกันข้ามกับความเป็นเมือง นั่นหมายถึงการไม่อิงอยู่ในบริบทของสังคมวัฒนธรรมไทย แต่เป็นการนำเสนอความเป็นอีสานให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมโลก

5. บทสรุป

การเมืองเชิงอัตลักษณ์ของเน็ตไอดอลอีสานเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนอีสานกับประเทศไทย การประกอบสร้างความเป็นอีสานของรัฐไทยนั้นทำให้เกิดข้อขัดแย้งข้ามแนวตั้งระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง ส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ทั้งคนอีสานและคน

ภายนอกมาอย่างยาวนาน ขณะที่คนอีสานก็ไม่ได้ยอมรับความหมายที่ประกอบสร้างความเป็นอีสานนี้ จะเห็นจากการเสนอแนวความคิด “อีสานนิยม” เพื่อต่อรองและนิยามความเป็นอีสานให้เป็นชั่วคราวข้ามแนวราบ ซึ่งเป็นความแตกต่างโดยไม่ได้มีลำดับขั้นสูงต่ำ นั่นหมายความว่าพื้นที่การต่อสู้ทางวัฒนธรรมระหว่างคนอีสานกับรัฐไทยในการช่วงชิงนิยามความเป็นอีสานเกิดขึ้นก่อนยุคที่มีสื่อดิจิทัลแพร่หลายแล้ว เพียงแต่การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ในเวลาต่อมา โดยเฉพาะเมื่อผู้ใช้สื่อผลิตเนื้อหาได้เอง ส่งผลให้พื้นที่สื่อกลายเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมในการต่อสู้เชิงอัตลักษณ์ของคนอีสานมากขึ้น ผู้ศึกษาเห็นบทบาทของวัยรุ่นเน็ตไอดอลอีสานจากการนำเสนอความเป็นอีสานบนพื้นที่สื่อดิจิทัล จึงเลือกศึกษาเน็ตไอดอลอีสานสามกลุ่ม ที่นำเสนอความเป็นอีสานที่แตกต่างกัน ผู้ศึกษาพบว่าเน็ตไอดอลอีสานเหล่านี้ใช้การเมืองเชิงอัตลักษณ์ต่อรองและนิยามความเป็นอีสานให้เป็นชั่วคราวข้ามแนวราบกับความเป็นเมืองคล้ายกับคนอีสานในอดีต ที่ใช้แนวความคิด “อีสานนิยม” โดยพวกเขาเลือกนำเสนอความเป็นอีสานจากการล้อเลียน และสื่อถึงชีวิตที่เรียบง่าย แต่ก็มีเน็ตไอดอลอีสานบางกลุ่มต่อรองและนิยามความเป็นอีสานโดยผสมผสานความเป็นอีสานกับวัฒนธรรมต่างชาติ ไม่ได้อิงอยู่กับอิทธิพลของชั่วคราวกันข้ามระหว่างความเป็นอีสานกับความเป็นเมือง ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความเป็นอีสานนอกบริบทของสังคมวัฒนธรรมไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรกมล แก้วเจียม และชาติรี ใต้ฟ้าพล. (2560). การสื่อสารตราบุคคลของผู้มีชื่อเสียงผ่านอินสตาแกรม. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 36(1), 89-111.
- ก่อเขต จันทเลิศลักษณ์. (2558). *ไทยบันเทิง ตอน กู๊แคน สดุด บทเพลงพอล์คของอีสาน*, [รายการโทรทัศน์]. กรุงเทพฯ: ไทยพีบีเอส.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2554). *สื่อเก่า-สื่อใหม่ : สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. กรุงเทพฯ : โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- เกรียงไกร เชษฐโชติศักดิ์. (2556). *ปากโป้ง ตอน “เซ็กส์ซี แพนเค้ก” แปลกแต่ฮาฮอตโดนใจวัยรุ่น*, [รายการโทรทัศน์]. กรุงเทพฯ: อาร์เอส จำกัด (มหาชน).

- ชาร์ล คายส์. (2556). *อีสานนิยม : ท้องถิ่นนิยมในสยามประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). แปลจาก *Isan: Regionalism in Northeastern Thailand*. แปลโดย รัตนา โตสกุล. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ชัยรัตน์ พลมุข. (2558). กลัพอีสาน : ภาพฝันอันหลอกหลอนและความรุนแรงของมหานครใน ภาพยนตร์เรื่องคีนพระจันทร์เต็มดวงและลุงบุญมีระลึกชาติ. *วารสารอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 44(2), 33-70.
- ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช. (2555). ฟ้ำบักัน หยั่งว่าให้ห่างกัน. ใน *ฟ้ำบักัน*. กรุงเทพฯ: ฟ้ำเดียวกัน.
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและ อัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ. (2554). *แนวคิดและแนวทางการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาสารคาม: อินทนิล.
- ทีมข่าวเคลนิวิสต์. (2558). 'เน็ตไอดอล' บ้านนา 'ฮิปสเตอร์อีสาน' สวยหวาน 'ชีวิตจริง!'. สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/article/335871>
- นัทธนาย ประสานนาม. (2556). *นิยายแห่งนิยาม : เรื่องเล่าสมัยใหม่ในปรัทัศน์การเมือง วัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โครงการสร้างสรรค์และพัฒนาเอกสารวิชาการทางวรรณคดี ภาควิชาวรรณคดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. (2553). วัฒนธรรมวัยรุ่น. *วารสารสังคมศาสตร์*, 22(1), 25-52.
- พฤกษ์ เกาถวิล. (2555). (ร่าง) อีสานใหม่ ความเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาในรอบศตวรรษ. ใน มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ อุบลวัฒนธรรม ครั้งที่ 2, วันที่ 27-29 มกราคม 2555.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *วิจัยอีสาน : วิจัยวิทยากับการศึกษาพลังทางสังคมในภาคอีสาน*. นครราชสีมา : สมบูรณ์พรินต์ติ้ง
- พัฒนา กิติอาษา. (2557). *สู่วิถีอีสานใหม่*. กรุงเทพฯ: วิชาษา
- พิชชาณัฐ ตูจินดา. (2558). 'กูแค้น สคูล' ไทบ้านผู้สร้างงานศิลป์ วงดนตรีอีสานพันธุ์ใหม่ขวัญใจอินดี้. สืบค้นจาก <http://kotavaree.com/?p=509>
- ฟ้ารุ่ง ศรีขาว. (2556). *อึ้งทั้งเสียใจ! เปิดใจแอดมินเพจ "เช็กซี แพนเค้ก" ลูกทุ่งนะยะ ดัง เพราะ "หิว" กลางท้องไร้อังนา*. มติชนออนไลน์, 11 มิถุนายน 2556.
- มณีนมัย ทองอยู่. (2546). *การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชาวนาอีสาน : กรณีชาวนาลุ่มน้ำพอง*. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์สร้างสรรค์ จำกัด.
- เลดี้ แมเนเจอร์. (2558). "ไม่ตามแฟชั่น เพราะเสียเงิน เสียเวลา ทั้งตัวตนของเรา" เปิดใจ "สี นานวล" เน็ตไอดอลสาวน้อยบ้านนา ความคิดลึกซึ้ง. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/CelebOnline/ViewNews.aspx?NewsID=958000083362>

- ระชานนท์ ทวีผล และปริญญา นาคปฐม. (2560). กระบวนการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ ‘เน็ตไอดอล’: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(ฉบับพิเศษ), 118-130
- วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2560). *วัฒนธรรมศึกษาเบื้องต้น*. เชียงใหม่: หจก. วนิดาการพิมพ์.
- วัชรวุฒิ ชื่อสัตย์. (2557). เพจเช็กส์ซี แพนเค้ก: วัฒนธรรมประชานิยมกับพื้นที่ที่เกเทยชนบทอีสาน. ใน *การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ เวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 8 “มนุษยศาสตร์ที่แปรเปลี่ยนในโลกที่เปลี่ยนแปลง”*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศุภมาศ พะหุโล และอุริวัต บุญนั้ก. (2558). *NET IDOL*. สืบค้นจาก <http://www.tcdc.or.th/articles/others/22115/#NET-IDOL>
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). *Urbanization: ธุรกิจยุคใหม่เจาะวิถีคนเมืองใหม่*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สัญญา ชีวะประเสริฐ. (2560). พุ่มพวง ดวงจันทร์ ปรากฎการณ์ของเพลงลูกทุ่ง. *วารสารภาษาและวัฒนธรรม*, 36(1), 133-153.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). *การสำรวจเด็กและเยาวชน พ.ศ.2551*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สิริชญา คอนกริต. (2558). ดนตรี เทศกาล และอาชีพในเพลงลูกทุ่ง: อัตลักษณ์และการต่อรองของคนอีสาน. *วารสารอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 44(2), 71-102.
- สุเทพ สุนทรเกสัช. (2548). *มานุษยวิทยากับประวัติศาสตร์ : รวมความเรียงว่าด้วยการประยุกต์ใช้แนวความคิดและทฤษฎีทางมานุษยวิทยาในการศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- สุรียา สมทคุปต์ และคณะ. (2538). *กรวด-หิน-ดิน-ทราย : รัฐ ทูนิยม และชาวนาอีสานในยุคโลกาภิวัฒน์*. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิตส์ก สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุรียา สมทคุปต์ และคณะ. (2544). *คนซึ่งอีสาน : ร่างกาย กามารมณ์ อัตลักษณ์ และเสียงสะท้อนของคนทุกขในหมอลำซิ่ง*. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิตส์ก สาขาวิชาศึกษาทั่วไป สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สุวรรณ จันทิวาสารกิจ. (2559). ปรากฎการณ์ “เน็ต ไอดอล” และอิทธิพลทางวัฒนธรรม. *วารสารคณิตศาสตร์*, 61(689), 37-46.
- อนุชิต สิงห์สุวรรณ. (2553). *ประวัติศาสตร์นิพนธ์อีสาน พ.ศ.2475 ถึงสิ้นทศวรรษ 2520*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- Barker, C. (2004). *The sage dictionary of cultural studies*. London: Sage Publications.
- Benedict, R. (1934). *Patterns of culture*. Boston, New York, Houghton Mifflin Company.

- Bucholtz, M. (2002). Youth and cultural practice. *Annual Review Anthropology*, 31: 525-552.
- Buckingham, D. (2008). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge (Mass.); London: MIT, cop.
- Buckingham, D., & Kehily, J. (2014). Rethinking youth cultures in the age of global media In David Buckingham & Sara Bragg & Mary Jane Kehily (eds.), *Youth cultures in the age of global media* (pp.1-18). Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as culture*. Routledge: New York and London
- Hall, S. (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Sage in association with the Open University.
- Hesse-Swan, C. (2006). Programming beauty and the absence of Na Lao: Popular Thai TV and identity formation among youth in Northeast Thailand, *Geo Journal*, 66, 257-272.
- Kitiarsa, P. (2012). Nostalgic parodies and migrant ironies in two Thai comedy films. In David C. L. Lim and Hiroyuki Yamamoto (eds.), *Film in Contemporary Southeast Asia*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- McCargo, D., & Hongladarom, K. (2004). Contesting Isanness: Discourses of politics and identity in Northeast Thailand. *Asian Ethnicity*, 5(2), 219-234.
- Mead, M. (1928). *Coming of age in Samoa: A psychological study of primitive youth for western civilisation*. New York: Morrow
- Mitchell, J. (2011). Khon ban diaokan or We're from the Same Village: Star/Fan Interaction in Thai "lukthung". *Perfect Beat*, 12(1), 69-89.
- Mitchell, J. (2015). *Luk Thung: The culture and politics of Thailand's Most popular music*. Chiang Mai Silkworm Books.
- Miller, T. (2005). From country hick to rural hip: A new identity through music for northeast Thailand. *Asian Music*, 36(2), 96-106.
- Phatharathananunth, S. (2007). *Civil society and democratization: Social movements in Northeast Thailand*. Copenhagen: NIAS.
- Turner, V. (1969). *The Ritual process: Structure and anti-structure*. New York: De Gruyter.
- Willis, P. (2001). *The Ethnographic imagination*. Malden, Mass: Polity Press.
- Woodward, K. (1997). *Identity and difference*. London: Sage.