

พื้นที่สถานบันเทิง “อีสานลำซิ่ง” พื้นที่แสดงตัวตน พื้นที่ของคนไกลถิ่น

An Entertainment Venue “Isan Lamsing”:
Space of Identity of Isan Migrants in Bangkok

อุกฤษฏ์ จอมยิ้ม

Ugrid Jomyim

บทคัดย่อ

บทความนี้พยายามอธิบายความสัมพันธ์ของคนอีสานกับพื้นที่สถานบันเทิงแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่นำวัฒนธรรมความบันเทิงอีสานที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมาเป็นจุดขาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงหมอลำซิ่ง และบทเพลงลูกทุ่งหมอลำ ความบันเทิงเหล่านี้ทำให้ความสัมพันธ์ของคนอีสานภายใต้บริบทของสังคมเมืองอยู่ภายใต้ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจกับกลุ่มทุนอุตสาหกรรมความบันเทิงที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของความเป็นอีสานให้เข้ากับกระแสของความทันสมัยของสังคมเมือง เพื่อให้เสพและเข้าถึงได้ง่าย นอกเหนือจากประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจกับกลุ่มทุนอุตสาหกรรมบันเทิงแล้ว บทความนี้ยังศึกษาความสัมพันธ์ของคนอีสานที่เข้ามาใช้แรงงานในกรุงเทพมหานครที่เป็นทั้งลูกค้าและแรงงานบันเทิงในพื้นที่สถานบันเทิงแห่งนี้

คำสำคัญ: พื้นที่สถานบันเทิง, คนอีสาน, ทุน

Abstract

The paper explains relationship between Isan people and one entertainment venue in Bangkok. This entertainment place employs Isan entertainment forms as its marketing strategy. This includes *morlam-sing* (northeastern-style singing) and *lukthung-morlam* (northeastern style of country music). The paper argues that these Isan entertainment forms offered in this venue have turned social relations between Isan migrant workers who came to enjoy music at this place into a form of economic relationship. In addition, the entire Isan music business has played an important role in shaping and modernizing Isan music. Hence, Isan identity performed through popular music has become easily consumed and accessed. This paper not only aims to explore political economic aspect of Isan music industry in shaping Isan identity but also examining social relations between Isan migrant workers who are workers and customers of this entertainment place.

Keywords: Entertainment space, Isan people, capital

บทนำ

ในงานศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาผู้คนในพื้นที่สถานบันเทิง “อีสานลำซิ่ง” ที่ตั้งอยู่ในชุมชนโรงปูน ใกล้กับแยกคลองตัน ริมนนเพชรบุรีตัดใหม่ซึ่งถือได้ว่าเป็นย่านชานเมืองของกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยไปใช้บริการสถานบันเทิงแห่งนี้ทำให้ทราบว่า สถานที่แห่งนี้เปิดดำเนินการมานานถึง 12 ปี ผู้วิจัยมองว่าการเกิดขึ้นและเติบโตของสถานบันเทิงแห่งนี้สอดคล้องกับการอพยพโยกย้ายถิ่นฐานของคนอีสานที่หลั่งไหลเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานครที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ผนวกกับกระแสของเพลงลูกทุ่งอีสานที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้คนที่นิยมความบันเทิงในแบบอีสาน ต่างแสวงหา

พื้นที่เพื่อเสพความบันเทิงในแบบที่ต้องตามรสนิยมของพวกเขาเอง โดยเฉพาะในปัจจุบันกำลังชื่อของคอนเสิร์ตมีเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้พวกเขาต่างก็มีทางเลือกในการเสพบทเพลงและการแสดงที่น่าเสนอความทรงจำ ความผูกพัน และการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นอีสานที่พวกเขาเคยได้สัมผัสมา

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าพื้นที่อีสานบันเทิงแห่งนี้ยังมีการนำเสนอสัญลักษณ์ของ “ความเป็นอีสาน” ผ่านภาพตัวแทน (representation) หลาย ๆ อย่าง ทั้งบรรยากาศการตกแต่งภายในร้านรวมถึงการแสดง โดยเฉพาะในส่วนของการแสดงที่เน้นเพลงลูกทุ่งอีสาน ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่ทำให้สถานที่แห่งนี้เป็นที่นิยมในหมู่คนอีสานที่จากบ้านเกิดเข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร จากการสอบถามผู้ที่เคยไปเที่ยวสถานบันเทิงในลักษณะนี้ เหตุผลหนึ่งที่สำคัญคือ

“ไปที่นี้แล้วรู้สึกเหมือนไปบ้าน เพราะบรรยากาศและคนที่เป็นคนอีสานทั้งนั้น คือไปตรงนั้นมีความรู้สึกว่ามันเป็นเราที่สุดแล้วให้เราไปเที่ยวเผลอตามอาร์ซีเอมันก็ไม่ไรเรา เพราะเราชอบแบบอีสานเรามีความสุขตรงที่ว่ามันเป็นเรามันเป็นเราที่สุดแล้วมันได้เต็มที่แต่ก่อนอยู่บ้านนอกตอนเราไปดูหมอลงหมอลำก็จะไปเดินหน้าเวทีที่นี้เราก็กินเดินหน้าเวทีได้” (สัมภาษณ์ผู้ชม 2 สิงหาคม 2555)

คำกล่าวข้างต้นเป็นความรู้สึกของสาวอีสานจากจังหวัดอุบลราชธานี ที่เข้ามาใช้ชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานครมานานกว่า 20 ปีจนกระทั่งมีกิจการร้านเสริมสวยเป็นของตัวเอง คำพูดของเจ้าของร้านเสริมสวยชาวอีสานคนนี้ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นพื้นที่ของสถานบันเทิงแห่งนี้ว่า เป็นเวทีของการปลดปล่อยตัวตนความเป็นอีสานที่สัมพันธ์กับผู้คนที่มาจากท้องถิ่นเดียวกัน โดยยึดโยงกับเหตุการณ์ช่วงหนึ่งในอดีตที่พวกเขาเคยมีประสบการณ์ร่วม แต่ในปัจจุบันด้วยความเป็นผู้อพยพหรือแรงงานย้ายถิ่นทำให้พวกเขาไม่อาจกลับไปใช้ชีวิตเช่นเดิมได้อีก ซึ่งอารมณ์โหยหาอดีตเช่นนี้ น่าจะเป็นความรู้สึกร่วมของคนที่ย้ายถิ่นฐานบ้านเกิดมานาน เป็นอารมณ์ร่วมที่ได้รับการตอบสนองจากการไปเที่ยวสถานบันเทิงที่น่าเสนอภาพความเป็นอีสาน โดยเฉพาะยามเมื่อได้ยินเสียงเพลงลูกทุ่งอีสานในสถานบันเทิงเหล่านี้

ในขณะที่ผู้เข้ามาเสพความบันเทิงในสถานบันเทิงแห่งนี้ กล่าวถึงความรู้สึกของ “ความเป็นอีสาน” หรือ “ความรู้สึกได้กลับบ้าน” หากมองจากผู้ผลิตหรือเจ้าของสถานบันเทิงแล้ว การที่สถานบันเทิงอีสานลำซิ่ง พยายามใส่สัญลักษณ์หรือภาพตัวแทนความเป็นอีสานให้ปรากฏในพื้นที่แห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นบรรยากาศการตกแต่งภายในร้านและเวทีการแสดงที่มีลวดลายระยิบระยับคล้ายกับเวทีหมอลำในท้องถิ่นอีสาน เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยมองว่านอกจากจะสร้างให้เกิดอารมณ์โหยหาอดีต (nostalgia) แล้ว ยังทำให้ความเป็นอีสานสามารถเสพชมได้ง่าย และเป็นจุดขายของสถานบันเทิง เพื่อรองรับกับรสนิยมของคนอีสานที่เข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ ในที่นี้ผู้วิจัยมองว่าความบันเทิงของสถานที่แห่งนี้มีลักษณะที่เรียกว่าเป็น “ความเป็นอีสาน ๆ” โดยผู้วิจัยเปรียบเทียบกับการอธิบาย “ความเป็นไทย ๆ” ที่ประชา สุวีรานนท์ (2554) ได้อธิบายไว้ในกรเรียกศิลปะและงานออกแบบว่า “ไทย ๆ” มีจุดมุ่งหมายเพื่อบอกว่ามันมีสถานะที่ต่ำกว่าหรือมีความหมายที่เจือจางกว่าคำว่า “ไทย” เพราะในขณะที่ความเป็นไทยแบบเดิมเป็นสิ่งที่มิเนื้อแท้บริสุทธิ์ ผุดผ่องและสื่อความหมายถึงรากเหง้าที่ยาวนาน อีกทั้งมีความหมายที่เป็นปึกแผ่น ความเป็นไทย ๆ กลับเน้นความง่าย ๆ สบาย ๆ มีอยู่ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งไม่จำเป็นต้องมีรากเหง้าหรือสะท้อนเนื้อแท้ที่บริสุทธิ์ผุดผ่องใด ๆ ทั้งสิ้นทำให้เสน่ห์ของงานศิลปะและงานออกแบบแบบไทย ๆ สามารถสร้างอารมณ์โหยหาอดีตได้ง่ายกว่า ประชาถกเถียงว่า ความเป็นไทย ๆ (แบบเจือจางนี้) ได้สร้างวันวานที่หวาน เรียบง่าย และไร้เดียงสาว่าวันนี้ให้ปรากฏอยู่ในงานศิลปะ อันเปรียบได้กับการหนีจากปัจจุบันกลับไปสู่ออดีต อารมณ์โหยหาอดีตนี้เช่นนี้เพื่อพุ่งขึ้นมาอย่างมากในยุคเศรษฐกิจฟองสบู่ (พ.ศ. 2532-2540) ที่มาพร้อมกับการขยายตัวของวัฒนธรรมคนเมืองที่เกิดขึ้นในบรรยากาศของการตื่นตัวของการหวนกลับไปหาวัฒนธรรมชุมชนของชนชั้นกลาง (ประชา สุวีรานนท์, 2554: 36)

ในงานศึกษาชิ้นนี้ผู้วิจัยเห็นด้วยกับแนวคิดของประชาในประเด็นที่ว่า การอธิบายความเป็นไทย ๆ ของประชาสามารถใช้อธิบายกับความเป็นอีสาน ๆ ในสถานบันเทิงแห่งนี้ ทั้งนี้เพราะในความเป็นอีสาน ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากสถานบันเทิงเหล่านี้ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่เป็นคนอีสาน ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้ผู้คนอีสานเหล่านี้

เกิดอารมณ์โหยหาอดีตและท้องถิ่นที่ได้จากมา โดยเฉพาะบทเพลงที่พรรณนาถึงสถานที่ต่าง ๆ ในชนบท แต่รวมถึงเสียงของเครื่องดนตรีอีสาน เช่น พิณและแคน ที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งอีสาน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นศิลปะการแสดงที่ปรากฏในสถานที่บันเทิงแห่งนั้นแทบทั้งสิ้น

อาจจะกล่าวได้ว่า การเกิดขึ้นของสถานบันเทิงที่นำเสนอความบันเทิงในแบบอีสาน ๆ นั้น เป็นการเกิดขึ้นของพื้นที่ “วัฒนธรรมประชานิยม” (popular culture) อันหมายถึง วัฒนธรรมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชนชาวบ้านร้านตลาดทั่วไป วัฒนธรรมประชานิยมสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธีของเงื่อนไขปัจจัยและกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะว่า วัฒนธรรมประชานิยมเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความยืดหยุ่น และมีชีวิตชีวามากที่สุด (พัฒนา กิติอาษา, 2546: 42-52) สิ่งสำคัญในการศึกษาวัฒนธรรมประชานิยมคือการให้ความสำคัญกับประชาชนผู้ยากไร้ ผู้ถูกกดขี่ไม่มีอำนาจ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชนชั้นล่าง กลุ่มเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ คนชายขอบโดยมีเป้าหมายที่จะวิเคราะห์เปิดโปงให้เห็นถึงกลไกที่ไม่เป็นธรรม และมีมิติทางอำนาจที่แฝงอยู่ในสิ่งที่เรียกว่า “วัฒนธรรม” (วสันต์ ปัญญาแก้ว, 2552: 131-133) การนิยามความหมายวัฒนธรรมประชานิยมจากทั้งสองท่าน ให้ความสำคัญกับประเด็นของความขัดแย้งเป็นสำคัญ ซึ่งตรงนี้จะแตกต่างกับงานศึกษาของผู้วิจัย ที่จะพยายามอธิบายวัฒนธรรมประชานิยมในฐานะที่ทุนเข้ามากำกับเป็นสำคัญ

ในสังคมไทยที่ผ่านมา มีงานศึกษาที่ใช้แนวคิดด้านวัฒนธรรมประชานิยมอยู่บ้าง แต่ไม่มากนัก งานศึกษาของสุรียา สมุทคุปต์, พัฒนา กิติอาษา และคณะ (2544) ศึกษา “หมอลำชิง” ที่ได้รับความนิยมจากผู้คนในท้องถิ่นอีสานหมอลำชิงเป็นการแสดงที่ได้รับการพัฒนารูปแบบจากหมอลำเพลิน สะท้อนให้เห็นการปรับตัวของศิลปะการแสดงที่ปรับตัวเองให้มีความทันสมัยมากขึ้นภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ผลกระทบที่ได้จากการปรับเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาของหมอลำชิงทำให้องค์กรต่าง ๆ จากภาครัฐรวมถึงนักวิชาการทางด้านวัฒนธรรมวิพากษ์ถึงความไม่เหมาะสมของการแสดง โดยกล่าวหาว่าการแสดงหมอลำชิงในปัจจุบันเน้นไปที่การแสดงความเปิดเผยทางเพศอย่างเกินเลย รวมถึงการร้องที่ผิดเพี้ยนจากชนบ

ที่มีมา ซึ่งในประเด็นนี้ สุริยา และคณะมองว่าแนวคิดเช่นนี้เป็นมุมมองของรัฐที่พยายามตีกรอบให้ความบันเทิงเป็นเรื่องของระเบียบแบบแผนที่ตั้งตามภายใต้กรอบวัฒนธรรมที่ดีของชาติ ทั้งนี้ในการศึกษาวัฒนธรรมประชาชนไม่ควรมองเฉพาะรูปแบบการแสดงที่ปรับเปลี่ยนไปหรือมองจากกรอบศีลธรรมดั้งเดิมเท่านั้น แต่ควรจะศึกษาผู้ใช้แรงงาน ในฐานะเป็นผู้ที่ผลิตทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของคณะหมอลำซึ่งด้วย

นอกจากนี้การศึกษาความบันเทิงภายใต้แนวคิดของวัฒนธรรมประชาในงานศึกษาเรื่องหมอลำซึ่งนี้ สุริยาและคณะ ได้เน้นประเด็นศึกษาไปที่กลุ่มคนดูด้วย ซึ่งสุริยาและคณะเสนอว่ากลุ่มคนดูที่ชื่นชอบการแสดงหมอลำซึ่งความจริงแล้วเป็นกลุ่มคนที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้การแสดงหมอลำแบบดั้งเดิมมีการปรับเปลี่ยนไปตามรสนิยมของพวกเขา โดยเฉพาะกลุ่มผู้ฟังผู้เป็นชนชั้นแรงงานอีสานที่ต้องเผชิญกับโชคชะตาที่ไม่แน่นอนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การแสดงหมอลำซึ่งเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เคร่งเครียด ให้ได้มาปลดปล่อยที่ลานกลางแจ้งได้ชั่วระยะเวลาหนึ่ง หลังจากที่ต้องเผชิญกับหน้าที่การงานที่ถาโถมเข้ามาในชีวิตประจำวัน (สุริยา สมุทคุปดี, พัฒนา กิตติอาษา และคณะ, 2544) ในขณะที่งานของ สุริยาและคณะ ศึกษาหมอลำซึ่งในฐานะวัฒนธรรมการแสดงท้องถิ่นที่ปรับเปลี่ยนไป งานศึกษาของผู้วิจัยต้องการเน้นถึงภาคธุรกิจบันเทิงที่ปรับเปลี่ยนไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้ามามีบทบาทของกลุ่มทุนอุตสาหกรรมบันเทิงที่สามารถทำให้ความเป็นอีสานเจือจางกลายเป็นสิ่งที่เส่ง่ายทั้งจากคนอีสานและผู้คนทั่วไปที่นิยมชื่นชอบความบันเทิงในแบบอีสาน

ในขณะที่งานศึกษาวัฒนธรรมประชาของ Amporn Jirattikorn (2010) ศึกษาการนำเสนอตัวตนของศิลปินนักร้องไทใหญ่ว่าพวกเขาเลือกและปรับตัวเองอย่างไรภายใต้วาทกรรมของอำนาจปกครองของรัฐบาลทหารพม่า และกลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่ที่เป็นคนพม่า Amporn เน้นกรณีศึกษาศิลปินชาวไทใหญ่ที่มีชื่อเสียง ที่เลือกจะร้องและแต่งเพลงออกมาเป็นภาษาพม่า โดยมองว่า ทั้งสำเนียง ภาษา และภาพของผู้คนในเนื้อเพลง เป็นการนำเสนอตัวตนแบบไทใหญ่ให้คนอื่นเสพ ทั้งนี้การที่ศิลปินใช้ภาษาพม่าในบทเพลงก็เพื่อที่จะจัดการอัตลักษณ์แบบใหม่ เป็นกระบวนการ

ที่ช่วยสร้างความเป็นฉานในจินตนาการท่ามกลางพื้นที่รัฐชาติพม่า ศิลปินไทใหญ่ได้นำอัตลักษณ์ที่ถูกคนกลุ่มชาติพันธุ์อื่นมอง เช่น สำเนียงภาษาพูดเหนือที่คนพม่ามองว่ามีความน่ารักนำมา “ผลิตซ้ำภาพตัวแทนของตัวเอง” (self-representation) ภายใต้การถูกจัดการ (dominate) เป็นการผลิตซ้ำสิ่งที่ตนเองถูกรับรู้โดยคนอื่น นำการถูกล้อเลียนมาเป็นจุดขายทางวัฒนธรรมในสังคมของคนพม่า โดยใช้ “สื่อ” เป็นเครื่องมือ ซึ่งอาจจะมองได้ว่าการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ที่ตัวเอง (ชาวไทใหญ่) ถูกสร้างขึ้น คือการต่อสู้ทางวัฒนธรรมผ่านภาษาที่เลือกใช้ซึ่งในงานศึกษาชิ้นนี้ก็คือ บทเพลงและการแสดงบนเวที

การผลิตซ้ำภาพตัวแทนของตัวเอง (self-fashioning/self-representation) ของไทใหญ่ในกรณีการแสดง ที่เห็นได้คือ การแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าบนเวทีและเนื้อหาในบทเพลงที่เป็นไปในลักษณะของการนำเสนอความเป็นแก่นแกน (self-essentialism) ที่ตัวเองถูกสร้างขึ้น ทำให้เกิดความแปลกประหลาด (exotic) ทางวัฒนธรรมที่เกิดกับคนที่เข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมของพวกเขา เมื่อถูกนำไปใช้นำเสนอตัวตนจึงเป็นเรื่องง่ายที่จะทำให้ผู้คนต่าง ๆ เหล่านั้นซึมซับสารที่พวกเขาได้ส่งออกไป ในกรณีของเนื้อเพลงไทใหญ่บางเพลง สารที่ส่งออกไปก็ได้ออกดรอทส์ว่ามีประเด็นในเรื่องการเมืองที่แฝงออกมาโดยสามารถตีความได้ถึงวันที่ 12 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 1947 ซึ่งเป็นวันที่มีการลงนาม “สัญญาปางโหลง” ระหว่างคนไทใหญ่กับพม่า (Amporn Jirattikorn, 2010: 161-189)

นอกจากจะให้ความสำคัญกับกลุ่มคนดูแล้ว งานศึกษาวัฒนธรรมประจำที่กล่าวมายังให้ความสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์เชิงอำนาจอีกด้วย โดยพยายามชี้ให้เห็นถึงการต่อรองกับอำนาจรัฐและอำนาจทุนในบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ งานศึกษาหลาย ๆ ชิ้นที่กล่าวมาข้างต้นแม้จะครอบคลุมถึงมิติของการต่อรองต่อต้านอำนาจรัฐ และเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้เสพวัฒนธรรมประจำ หากแต่ในงานศึกษาที่ผ่านมายังขาดมิติในเรื่องของพื้นที่ทางกายภาพในการเสพวัฒนธรรมประจำ อย่างเช่น คาเฟ่ ผับ หรือลานแสดงคอนเสิร์ต การที่พื้นที่ของการเสพความบันเทิงแบบอีสานในกรุงเทพฯ เต็มโตและได้รับความนิยมจากคนอีสานเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยมองว่าเป็นเพราะความเป็นอีสาน ๆ ที่ได้รับ

การประกอบสร้างในสถานบันบันเทิงเช่น การแสดงหมอลำซิ่ง และการร้องเพลงลูกทุ่งอีสาน เป็นเหตุผลหลักที่ทำให้คนอีสานเข้ามาเสพความบันเทิงในสถานที่แห่งนี้ ดังนั้นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการทำความเข้าใจก็คือ ผู้คนที่เข้ามาเสพความบันเทิงในสถานบันเทิงอีสานลำซิ่งแห่งนี้ พวกเขาคือใคร อะไรเป็นจุดร่วมสำคัญที่ทำให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการสถานบันเทิง ที่มีลักษณะเฉพาะดังเช่นอีสานลำซิ่ง พื้นที่แห่งนี้มีความสัมพันธ์และถูกนิยามความหมายอย่างไร ทั้งจากเจ้าของสถานบันเทิง และผู้ชมชาวอีสานที่อพยพเข้ามาหางานทำในกรุงเทพมหานคร

จากแดนอีสานสู่สังคมเมืองกรุงเทพมหานคร

ในงานศึกษาเกี่ยวกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ผ่านมา เกี่ยวกับประเด็นเรื่องการอพยพโยกย้ายถิ่นฐาน ส่วนใหญ่จะให้น้ำหนักกับปัจจัยในด้านเศรษฐกิจที่เป็นสาเหตุให้ผู้คนในท้องถิ่นอีสานอพยพไปทำมาหากินในท้องถิ่นอื่น ๆ ที่ไม่เฉพาะแต่กรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงตามหัวเมืองใหญ่ ๆ ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยอีกด้วย ดังเช่นงานศึกษาของ สุเทพ สุนทรภัสซ์ (2548) ที่กล่าวถึง ปัญหาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านเศรษฐกิจในช่วงยุคสงครามเย็น สาเหตุที่เศรษฐกิจในท้องถิ่นอีสานไม่ดี มีผลมาจากข้อจำกัดทางด้านภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตเพื่อการดำรงชีพ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการขาดแคลนน้ำ รวมไปถึงปัญหาขาดแคลนที่ดินทำกิน อันเนื่องมาจากจำนวนประชากรที่หนาแน่นมากขึ้น สิ่งเหล่านี้มีผลต่อวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งทำให้คนจำนวนมากต้องจำใจโยกย้ายถิ่นฐานไปยังพื้นที่ที่ให้ความอุดมสมบูรณ์มากกว่าที่เดิม ไม่เพียงเท่านั้นสุเทพยังได้ให้ความสำคัญกับการเมืองในขณะนั้น ที่มีการเมืองท้องถิ่นอีสานมีบทบาทในการสร้างแรงบีบให้รัฐบาลในยุคนั้นนั้น (จอมพลถนอมขจรวงศ์) เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเข้าไปพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นอีสาน ถึงแม้ว่าสุดท้ายแล้ว การตัดสินใจของรัฐที่เริ่มมีนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจอีสานในขณะนั้น ก็เป็นไปเพื่อป้องกันภัยคุกคามความเป็นอันหนึ่งอันเดียวทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ (สุเทพ สุนทรภัสซ์, 2548: 14-38)

ในระยะแรกเริ่มที่ผู้คนอีสานโยกย้ายถิ่นฐาน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนผู้ขายแรงงาน ทั้งแรงงานในโรงงาน ก่อสร้างและด้านบริการ โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้พวกเขาได้เข้ามาแสวงโชค เนื่องจากเป็นพื้นที่ของตลาดแรงงานขนาดใหญ่ ดังที่ ธัชดนัย ลิทธิศาสตร์ (2540) ได้กล่าวถึงแรงงานอีสานที่เข้ามาทำงานว่า พื้นที่ภาคอีสานของไทยเป็นแหล่งอุปทานแรงงาน ที่มีบทบาทด้านเศรษฐกิจของไทย ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และตามพื้นที่ภูมิภาคอื่น ๆ โดยเฉพาะในบริเวณหัวลำโพงและสถานีขนส่งหมอชิตเป็นตลาดจัดหางานที่สำคัญของแรงงานอีสาน หมายความว่า เมื่อบรรดาแรงงานมาถึงพื้นที่เหล่านี้ต่างก็จะปวารณาไปตามชนชาล่าวว่า “นายต้องการแรงงานไหมครับ” เมื่อมีผู้บอกว่าต้องการก็จะไปพร้อมกันเลย โดยไม่หวั่นเกรงว่าอนาคตข้างหน้าจะเป็นเช่นไร ขอเพียงให้มีงานทำ บ้างก็ประสบความสำเร็จมีฐานะที่ดีขึ้น และจำนวนไม่น้อยที่โชคร้าย ดังคำที่ว่า “หนีไปตายเอาดาบหน้า” ทั้งนี้ธัชดนัยได้จำแนกลักษณะของการเคลื่อนย้ายของแรงงานอีสานไว้ 2 ลักษณะ คือ การเคลื่อนย้ายแบบชั่วคราวตามฤดูกาลผลิต และการเคลื่อนย้ายแบบถาวร (ธัชดนัย ลิทธิศาสตร์, 2540: 44-52) แต่ไม่ว่าจะลักษณะแบบไหนก็ตาม แรงงานทุกคนต่างก็มีความหวังที่ร่วมกันอยู่อย่างหนึ่งก็คือ ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทั้งครอบครัวของเขา และญาติพี่น้องในท้องถิ่นที่พวกเขาได้จากมา

ในขณะที่งานศึกษาของ Mary Beth Mills (1999) ได้นำเสนอหมู่บ้านอีสานในหลังช่วงยุคสงครามเย็น ที่แตกต่างจากทั้ง 2 ท่านได้ศึกษามา โดยที่ Mills ได้ให้น้ำหนักกับกระบวนการพัฒนาที่มีความซับซ้อนและพลวัตในตัวเอง โดยมองว่าชุมชนหมู่บ้านอีสานเป็นวิถีชุมชนที่เปลี่ยนแปลงตัวเองโดยตอบสนองต่อสถานการณ์เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เป็นเพราะว่าภายในโครงสร้างและภายในจิตสำนึกของผู้คน มีแรงปรารถนา มีความใฝ่ฝัน ที่เป็นเชื้อไฟของการเปลี่ยนแปลงที่ทรงพลัง โดยเฉพาะในประเด็นของการย้ายถิ่นแรงงาน ซึ่งแต่เดิมเป็นเรื่องของคนหนุ่ม แต่ในช่วงทศวรรษหลังสงครามเย็น ก็ปรากฏว่ามีผู้หญิงจากภาคอีสานที่เข้าไปเป็นแรงงาน ในเขตพื้นที่ชานเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากขึ้น และเงื่อนไขที่พวกเขาโยกย้ายนั้นไม่ได้ขึ้นกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องส่งเงินไปให้ที่บ้านเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นเรื่องของ

อุดมการณ์ความทันสมัยและสิ่งเข้ายวนจากสิ่งแวดล้อมในสังคมเมือง และชีวิตที่เป็นอิสระจากพ่อแม่ ซึ่งผู้คนในวัยหนุ่มสาวล้วนแต่โยยหา จึงทำให้ชีวิตของสาวโรงงานนั้นดำรงอยู่ท่ามกลางความครึ่ง ๆ กลาง ๆ ระหว่างระบบคุณค่าของชีวิตดั้งเดิมที่หล่อหลอมพวกเขามาจากท้องถิ่นกับคุณค่าแบบใหม่ของชีวิตในสังคมเมือง ความทันสมัย และวัฒนธรรมบริโภค (Mills, 1999 อ้างในพัฒนา กิติอาษา, 2555: 142-147)

จากงานศึกษาที่กล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยมองประเด็นการโยกย้ายถิ่นฐานของผู้คนว่าในระยะเริ่มแรกผู้คนจากท้องถิ่นอีสานได้อพยพสู่เมืองกรุง เนื่องมาจากปัจจัยที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาในเรื่องการทำมาหากิน ทั้งในเรื่องการขาดแคลนที่ดินทำกิน และยังรวมไปถึงจากภัยธรรมชาติ แต่นอกจากปัญหาเรื่องข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ของภาคอีสานแล้ว สุวิทย์ ธีรศาสตร์ (2546) ยังเสนอว่านโยบายของภาครัฐในอดีต ที่ใช้การพัฒนาเข้ามาเป็นประเด็น เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเมือง ในช่วงสงครามต่อต้านภัยคอมมิวนิสต์ เป็นนโยบายที่สร้างปัญหาให้คนอีสานมากกว่าที่จะทำให้เกิดประโยชน์ สุวิทย์มองว่า เนื่องจากรัฐเล็งเห็นถึงช่องว่างของความแตกต่างทางเศรษฐกิจ อันทำให้พรรคคอมมิวนิสต์อาศัยเป็นข้ออ้างในการสร้างฐานมวลชน จึงพยายามเพิ่มงบประมาณในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ยากจนในภาคอีสาน โดยการสร้างถนนหนทางและจัดสรรที่ทำกินให้กับชาวบ้าน ซึ่งทำให้รัฐมีความสะดวกมากขึ้นในการปราบปรามและสร้างฐานมวลชน (สุวิทย์ธีรศาสตร์, 2546: 224-226)

ในระยะต่อมาเมื่อผู้คนในท้องถิ่นสามารถที่จะปรับตัวได้กับนโยบาย หรือสามารถที่จะฉกฉวยผลประโยชน์จากนโยบายได้ในระดับหนึ่ง เช่น ในด้านการศึกษาหรือด้านสาธารณสุขโลก ที่สร้างความสะดวกสบายในการติดต่อทำมาค้าขายกับพื้นที่อื่น ๆ มากยิ่งขึ้น ก็ทำให้พวกเขาสามารถที่จะผลัดดันตัวเองให้มีทางเลือกอื่น ๆ ในการสร้างฐานะทางเศรษฐกิจของตนเอง มากกว่าที่จะแบมือขอหรือยอมอ่อนข้อให้กับนโยบายภาครัฐ และทางเลือกหนึ่งที่สำคัญก็คือ การโยกย้ายตัวตนไปสู่พื้นที่ที่สามารถทำให้พวกเขาปรับเปลี่ยนสถานะ ด้วยต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่พวกเขามี ซึ่งพื้นที่ของสังคมเมืองก็เปิดโอกาสให้พวกเขาได้ฉกฉวยโอกาส

เหล่านั้นไว้ด้วยฝีมือและแรงกายที่เขามี ซึ่งรูปแบบการโยกย้ายของผู้คนต่างก็มี การปรับเปลี่ยน จากแต่เดิมจะเป็นไปตาม “วัฏจักรฤดูกาล” มาสู่ “วัฏจักรชีวิต” หมายความว่า แต่เดิมที่เกษตรกรจะทำงานในภาคการเกษตร 6 เดือน และทำงาน นอกภาคการเกษตร 6 เดือนหมุนเวียนกันไป แต่ในยุคหลัง ๆ จะพบว่า การอพยพ ไม่ได้เป็นไปตามที่กล่าว แต่เป็นวัฏจักรชีวิตที่ลูกหลานเกษตรกรชาวอีสาน จำนวนมาก คาดหวังว่าจะมาทำงานในเมืองเพียงชั่วคราว แล้วกลับไปตั้งรกราก สร้างครอบครัวในท้องถิ่นเดิม แต่กลับกลายเป็นว่า พวกเขาต่างก็ใช้ชีวิตอยู่ในเมือง ต่อไปจนกระทั่งบั้นปลายของชีวิต (อัมมาร สยามวาลา, 2539: 163 อ้างใน พัฒนา กิติอาษา, 2555: 148) ถึงแม้ในบางครั้ง ชีวิตของพวกเขาจะต้องดิ้นรน อยู่ในเมืองอย่างยากลำบากก็ตามที่

วัฒนธรรมบันเทิงของคนอีสานในเมืองกรุง

ด้วยเหตุผลที่ผู้วิจัยมองว่าเมืองหลวงเป็นศูนย์รวมทางเศรษฐกิจ จึงเป็นพื้นที่ แสวงหารายได้จากผู้คนต่างถิ่นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มคนจากภาคอีสาน ที่อพยพมาขายแรงงานเพื่อหวังสร้างชีวิตให้ดีขึ้น จึงทำให้แรงงานชาวอีสาน นอกจากจะเป็นกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่มีจำนวนมากที่สุดในกรุงเทพมหานครแล้ว ก็ยังเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมบันเทิงด้วย โดยเฉพาะบรรดาค่ายเพลง ชื่อดัง หรือคณะหมอลำที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นอีสาน

ความบันเทิงที่ตอบสนองแรงงานอีสานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่เป็น ปรากฏการณ์ที่พบเห็นได้ในปัจจุบัน คงจะหนีไม่พ้นที่จะต้องกล่าวถึงบทเพลง ลูกทุ่งอีสาน/ลูกทุ่งหมอลำ ความนิยมของปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นจาก การเกิดขึ้นของช่องทีวีเพลงลูกทุ่งสื่อออนไลน์และที่สำคัญก็คือ เวทีการแสดง คอนเสิร์ตที่ปรากฏในพื้นที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะในพื้นที่ชุมชนที่ทางค่ายเพลง ผู้จัด และศิลปิน ต่างคาดการณ์ว่า จะมีคนอีสานซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ร่วมตัวกัน เช่น ย่านตลาดโชคชัย 4 ย่านตลาดคลองตัน และย่านบางกะปิ หรือที่อื่น ๆ ย่าน ชานเมือง เช่น ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการและปทุมธานี เป็นต้น เนื่องมาจาก

กระแสของแนวเพลงที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง และพื้นที่กรุงเทพฯ ยังคงเป็นตลาดใหญ่ ที่บรรดาคณะวงดนตรีและศิลปินที่มีชื่อในอีสาน ต้องการที่จะมาเปิดตลาดเพื่อสร้างฐานกลุ่มผู้ฟังเพิ่มมากขึ้น หรือในกรณีของศิลปินที่มีชื่อเสียงที่มีการเซ็นสัญญากับบรรดาค่ายเพลงต่าง ๆ ก็จะมาแสดงตามแต่ที่ผู้สนับสนุนจะว่าจ้างไปให้แสดง ซึ่งในบางครั้งพื้นที่หน้าห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ก็ถูกใช้เป็นที่การแสดงเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ ที่เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนเหล่าบรรดาค่ายเพลง



ป้ายโฆษณาคณะหมอลำและศิลปินนักร้อง ที่จะพบเห็นได้โดยทั่วไป
ตามริมถนนของกรุงเทพมหานคร

ในอดีตสื่อวิทยุมีบทบาททำให้บทเพลง ที่ได้รับการสร้างสรรค์ออกมาเป็นที่รับรู้กันในหมู่ผู้คนอีสานที่เข้ามาอยู่กรุงเทพฯ ดังที่วง พลังวรรณ (2545) ได้บรรยายไว้ว่า การหลั่งไหลเข้ามาหางานทำในกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดชุมชนอีสานกระจัดกระจายอยู่ทั่วไปส่งผลให้เกิดกิจกรรมที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของคนอีสานมากขึ้น เช่น การจัดขบวนทอดกฐินไปตามถนนราชดำเนิน ซึ่งในขบวนจะมี

การแห่งไฟฟ้า ขบวนการปราสาทผึ้ง ซึ่งจะได้รับการสนับสนุนจากสมาคมชาวอิสานในกรุงเทพฯ และที่โดดเด่นอีกอย่างหนึ่งก็คือการเกิดขึ้นของ “ชมรมโฆษกวิทยุอิสาน” ที่ได้รับการก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2521 เป็นหน่วยงานที่มีเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ง่าย โดยเฉพาะผู้ที่ทำงานตามบ้านและโรงงานขนาดเล็กที่นายจ้างอนุญาตให้เปิดรายการวิทยุฟังไปพร้อมกับการทำงานได้อีกทั้งด้วยราคาของเครื่องรับวิทยุแบบทรานซิสเตอร์ที่มีราคาไม่ก็ร้อยละบาทซึ่งอยู่ในราคาที่พวกเขาสามารถที่จะซื้อด้วยตนเองได้ จึงทำให้วิทยุเป็นขวัญใจของกลุ่มคนอิสานเป็นอย่างมากที่สำคัญแฉงยังได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของวิทยุที่นอกจากจะคอยจัดสรรหาเพลงมาเปิดในรายการสรรค์สร้างความบันเทิงในหมู่ผู้ฟังแล้ว หน้าที่อีกอย่างหนึ่งที่สำคัญการตอบจดหมายที่ถูกส่งมาจากกลุ่มคนอิสานซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ฟังเพราะสามารถที่จะบรรเทาความทุกข์ ความว่าเหว่ความรู้สึกไว้ค่า และความกลัดกลุ้ม เพราะในทันทีที่ซื้อของพวกเขาระภาคออกอากาศ สำหรับผู้ฟังบางคนถือว่าเป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่ และตอบสนองทางด้านจิตใจที่เปลี่ยวเหงาได้เป็นอย่างดี เพราะนั่นหมายถึงว่า พวกเขาได้มีสถานะที่แน่นอนในสังคม ขณะเดียวกันก็ถือว่าเป็นการเชิดชูเกียรติพวกเขาที่ล้วนแต่เป็นผู้ใช้แรงงานอยู่เบื้องหลัง เช่น ในโกดังซ่อมรถ ในโรงงาน และในบ้าน เป็นต้น (แฉง พลังวรรณ, 2545: 296-306)

บทบาทของวิทยุที่กล่าวถึงนั้น เกิดขึ้นในบริบทของการย้ายถิ่นเมื่อสามทศวรรษก่อนหน้าเป็นสื่อที่สร้างความบันเทิงให้กับกลุ่มแรงงานอิสาน ยังมีประเด็นที่สำคัญก็คือ การที่เพลงลูกทุ่งหมอลำได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นหลังจากที่เพลงลูกทุ่งจากภาคกลางเริ่มชบเซา ซึ่งปรากฏการณ์ตรงนี้ Gerhard Jaiser (2012) ได้กล่าวไว้ว่า หลังจากที่ถูกมอง ดวงจันทร์ เสียชีวิตในปี พ.ศ. 2535 วงการเพลงลูกทุ่งเริ่มไม่มีความน่าสนใจ แต่ทั้งนี้ก็มีได้หมายความว่า บทเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมตั้งแต่ในอดีตจะเลือนรางหายไป เพียงแต่ศิลปินจากท้องถิ่นอิสานได้นำหมอลำ ที่เป็นการแสดงจากภูมิภาคอิสานมาผสมผสานกับเพลงลูกทุ่งจนได้รับความนิยม โดยเฉพาะจากกลุ่มคนอิสานที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ ซึ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็มี บานเย็น รากแก่น, ฉวีวรรณ ดำเนิน และฮันนี่ ศรีอิสาน ซึ่งคนหลังนี้เป็นนักร้องที่ได้รับความนิยมเรียกได้ว่าเท่าเทียมกับพุ่มพวง ดวงจันทร์

แต่ต้องมาเสียชีวิตเพราะอุบัติเหตุก่อนที่ฟุ่มฟวงจะเสียชีวิตเพียง 1 เดือน ความนิยมในตัวของศิลปินหญิงคนนี้ก็เพราะว่า มีเสียงร้องและโทนของเสียงที่มีเอกลักษณ์เหมือนเสียงของหมอลำในยุคเก่า ๆ

นอกจากนี้อีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้เพลง “ลูกทุ่งอีสาน”¹ หรือ “ลูกทุ่งหมอลำ”² ได้รับความนิยมขึ้นในกลุ่มคนอีสาน ในทัศนะของ Jaiser เป็นเพราะว่า อัตลักษณ์ของบทเพลงลูกทุ่งในช่วงปี พ.ศ. 2523 ไม่ได้รวมอัตลักษณ์ของอีสานเข้าไปด้วย จึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้มีการพัฒนาแนวเพลงหมอลำอีสานขึ้นมา โดยมีเพลงลูกทุ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนา ทั้งการใส่ภาษาและเสียงดนตรีท้องถิ่นเข้าไปในบทเพลงนั้น ๆ ซึ่งจะปรากฏเห็นได้ชัดจากเพลงของดาว บ้านดอน, พรศักดิ์ ส่องแสง จนมาถึงยุคของศิริพร อำไพพงษ์ และจินตหรา พูนลาภ พวกเขาและเธอเหล่านี้สามารถนำเสนอรูปแบบเพลงใหม่ ๆ ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้ฟังเป็นอย่างมาก และการที่ผู้คนอพยพไปทำงานในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยรอบในยุคที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู จึงทำให้มีพื้นที่การแสดงคอนเสิร์ตที่ทำให้คนอีสานมีพื้นที่ที่สามารถพบปะกับผู้คนบ้านเดียวกัน อีกทั้งยังสามารถที่จะเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงได้ นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้พวกเขามีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันก็คือภาษาและอาหาร ที่เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพวกเขา (Gerhard Jaiser, 2012: 52-84)

ผู้วิจัยเห็นด้วยกับ Jaiser ที่มองว่า ความนิยมของเพลงลูกทุ่งอีสาน/ลูกทุ่งหมอลำ เริ่มจากการสอดแทรกภาษาและดนตรีท้องถิ่น แต่ในปัจจุบันเราจะพบว่า ไม่เพียงเฉพาะภาษาและดนตรีเท่านั้น แต่ยังมีความวิถีชีวิตของคนอีสานที่เข้ามาทำงานในสังคมเมืองที่เราจะพบได้ในบทเพลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพของการเป็นเพียงแรงงานในภาคเศรษฐกิจ ซึ่งภาพของคนอีสานในฐานะแรงงานและชนชั้นล่างจะถูกผลิตซ้ำอยู่เสมอ ๆ จากบรรดากลุ่มทุนอุตสาหกรรมความบันเทิงที่พยายามเจาะกลุ่มตลาดคนอีสานที่โยกย้ายเข้ามาหาเลี้ยงชีพในสังคมเมืองกรุง ซึ่งตรงนี้อาจจะเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ บทเพลงลูกทุ่งอีสานสามารถที่จะสถาปนาตัวเองจนได้รับความนิยมจากผู้คนอีสานและผู้คนอื่น ๆ ที่นิยมแนวเพลงลักษณะนี้ก็เป็นได้

ลูกทุ่งอีสาน “ความเป็นอีสาน” จากทุนอุตสาหกรรมเพลง

ในปัจจุบันจะพบว่ากระแสของเพลงลูกทุ่งหมอลำ ได้รับความนิยมไม่เพียงแต่ในกลุ่มคนอีสานเท่านั้นแต่ยังรวมถึงกลุ่มคนทั่ว ๆ ไปในสังคม ทั้งนี้เป็นเพราะว่า เพลงลูกทุ่งหมอลำได้รับการยกระดับ ปรับเปลี่ยนหน้าตาและรูปโฉมเสียใหม่ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของภาพลักษณ์ของศิลปิน เนื้อหาของบทเพลง และมิวสิกวิดีโอ ที่ในปัจจุบันค่ายเพลงมักนำมาบรรจุไว้ในสื่อออนไลน์ ปรากฏการณ์เหล่านี้ทำให้วัฒนธรรมบันเทิงของอีสานขยับตัวขึ้นมากกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเพลงกระแสหลักในสังคมที่ขยายความนิยมออกไปนอกกลุ่มคนที่ใช้ภาษาอีสาน โดยมีปัจจัยสำคัญก็คือการที่วัฒนธรรมบันเทิงของอีสานในปัจจุบันมีทุนใหญ่อย่างค่ายเพลงเข้ามากำกับ

ในปัจจุบันพบว่า มี 3 ค่ายเพลงหลักที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่ออุตสาหกรรมเพลงแนวลูกทุ่งอีสานได้แก่บริษัท แกรมมีโกลด์ บริษัท อาร์สยาม และบริษัท ท็อปไลน์มิวสิค ในส่วนของแนวเพลงลูกทุ่งอีสาน พบว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ระหว่างแกรมมีโกลด์และอาร์สยาม กล่าวคือ จะมีทั้งเนื้อหาในการให้กำลังใจ การผัดหวังในความรัก และการก้าวข้ามศีลธรรมของชายหญิง แต่สำหรับแนวเพลงของค่ายท็อปไลน์มิวสิคจะค่อนข้างแตกต่างจากทั้งสองค่ายข้างต้นเนื่องจากเน้นตลาดล่างและมีการดัดแปลงหมอลำจากคณะต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นมาเป็นศิลปินในสังกัด เช่น ปอยฝ้าย มาลัยพร, นกน้อย อุไรพร, บัวผัน ทั้งโล และน้องใหม่ ดวงชุมแพ เป็นต้น

การที่ทุนใหญ่เข้ามากำกับ ควบคุมการผลิตเพลงลูกทุ่งอีสานก็เป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องปัญหาลิขสิทธิ์เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ความขัดแย้งหลายต่อหลายครั้งเรื่องลิขสิทธิ์เพลงนั้นเกิดขึ้นจากการที่เพลงหมอลำซึ่งแต่เดิมไม่เคยมีลิขสิทธิ์ เป็นเพลงที่ส่งผ่านกันรุ่นต่อรุ่น และเปิดโอกาสให้พลิกเพลงเนื้อหาใหม่ ๆ บนเวทีได้ตลอด แต่ในปัจจุบันเมื่อธุรกิจค่ายเพลงหันมาทำธุรกิจบันเทิงด้านหมอลำมากขึ้น มีศิลปินหมอลำอยู่ในสังกัดมากขึ้น นำไปสู่การจดลิขสิทธิ์เพลงที่ศิลปินในสังกัดใช้แสดง จนในบางครั้งทำให้เกิดการกระทบกระทั่งกันระหว่างกลุ่มคณะหมอลำในท้องถิ่นอีสาน เนื่องจากคณะหมอลำท้องถิ่นนิยมนำเพลงของ

ศิลปินในสังกัดค่ายเพลงต่าง ๆ ไปใช้แสดงบนเวทีทั้งในต่างจังหวัดและในกรุงเทพมหานคร

ตัวอย่างของปัญหาที่เกิดขึ้นจากระบบลิขสิทธิ์ปรากฏให้เห็นบนหน้าหนังสือพิมพ์ครั้งหนึ่ง โดยหนังสือพิมพ์ข่าวสดรายงานว่

“หมอลำอีสานกว่า 70 คณะลุยแบนแกรมมี่ หลังค่ายเพลงยักษ์ใหญ่เรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์สูงลิ่ว 20 เพลง 250,000 บาทต่อปีต่อคณะก่อนได้ข้อสรุป ‘ไม่จ่าย ไม่ร้อง ไม่ให้ขึ้นเวที’

อาร์สยามออกโรงยัน ไม่เคยเก็บลิขสิทธิ์หมอลำรวมถึงวิทยุชุมชนในต่างจังหวัด เก็บเฉพาะค่าลิขสิทธิ์เพลงกับสถานบันเทิง เช่นผับเฮคและวิทยุในกรุงเทพฯ ที่เป็นคลื่นหลักเท่านั้น” (ข่าวสด, 6 ตุลาคม 2556)

ทั้งนี้รายละเอียดของข่าว กล่าวถึงการออกมาเรียกร้องของกลุ่มศิลปินหมอลำภาคอีสาน ที่ต้องการให้ผู้เกี่ยวข้องกับการออกกฎหมายลิขสิทธิ์ พิจารณาบทบาทการจัดเก็บรายได้ของบริษัทเจ้าของค่ายเพลง ที่ศิลปินวงหมอลำนำมาแสดงในเทศกาลงานบุญประเพณีต่าง ๆ ซึ่งรายได้ที่รับจากเจ้าภาพว่าจ้างให้ไปแสดงนั้นไม่มากนัก บางครั้งขาดทุนแต่ก็ต้องไปแสดงด้วยความปรารถนาดี แต่หากค่ายเพลงเรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์ในการแสดงแต่ละครั้งเป็นเงินจำนวนมาก กลุ่มศิลปินหมอลำอีสานคงไม่สามารถจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้ค่ายเพลงได้

จากเนื้อหาที่ปรากฏในข่าวทำให้ผู้วิจัยมองว่า โดยพื้นฐานแล้ว กลุ่มทุนใหญ่อย่างค่ายเพลงต่าง ๆ และกลุ่มทุนเล็กทุนน้อยอย่างคณะหมอลำ ต่างก็มีฐานลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ในบางครั้งเราจะเห็นว่านักแสดงบนเวทีคอนเสิร์ตในกรุงเทพมหานครหรือตามชานเมือง ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคณะหมอลำ ที่มีชื่อเสียงอยู่ในต่างจังหวัดมากกว่าที่จะเป็นศิลปินในสังกัดค่ายเพลงใหญ่ ด้วยเหตุนี้ค่ายเพลงต่าง ๆ จึงเริ่มตั้งคำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ ที่พวกเขาต้องสูญเสียจากการที่คณะหมอลำเอาเพลงที่ศิลปินในสังกัดขับร้องไปแสดง ดังนั้นเมื่อกฎหมายลิขสิทธิ์เกิดขึ้น จึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้ค่ายเพลงต่าง ๆ เริ่มคาดหวังกับค่าลิขสิทธิ์มากกว่ายอดขาย

แผ่นเพลงที่เป็นผลงานของศิลปินในสังกัด ทั้งนี้ตัวแปรหนึ่งที่ทำให้ค่ายเพลงต่าง ๆ เริ่มมองถึงช่องว่างของรายได้ตรงนี้ ก็เป็นเพราะจำนวนของกลุ่มผู้เสพคอนเสิร์ตที่เข้ามาใช้ชีวิตอยู่ในเมืองหลวงเป็นจำนวนมาก คนเหล่านี้เป็นฐานลูกค้าใหญ่ที่สามารถจะเข้าถึงพื้นที่ความบันเทิงได้ง่ายกว่าคนที่อยู่ตามชนบทก็เป็นได้

“อิสานลำซิ่ง” พื้นที่บันเทิงของคนอิสานในเมืองกรุง

สถานบันเทิงอิสานลำซิ่ง เริ่มดำเนินการตั้งแต่เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2546 ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนแออัดที่เรียกว่า “ซอยโรงปูน” ย่านถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ก่อนถึงสี่แยกคลองตันเพียงเล็กน้อย บริเวณด้านหน้าร้านจะตกแต่งด้วยป้ายไฟขนาดใหญ่ที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีโต๊ะไม้ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของร้าน เพื่อให้คนร้องที่ยังไม่ถึงเวลาแสดงและคนดูแลรักษาความปลอดภัยในร้านได้นั่งพักผ่อนพูดคุยรอเวลาขึ้นแสดง รวมถึงเป็นจุดที่คอยตรวจค้นสิ่งผิดกฎหมายกับลูกค้าที่จะเข้าไปใช้บริการ เมื่อเดินเข้าไปในร้านอิสานลำซิ่ง ก็จะเป็นห้องสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยที่ทางด้านขวามือก็จะเป็นห้องควบคุมแสงสีและเสียงที่ด้านหน้าเวที สำหรับผนังห้องทั้งสองด้านก็เป็นเพียงผนังที่ทาสีทึบ ๆ แต่จะมีไฟประดับเป็นบางจุด ที่ด้านหนึ่งของผนังจะมีป้ายไฟเล็ก ๆ คอยส่องประกายให้ลูกค้าที่เข้ามาได้เห็นวันและเวลา ที่จะมีคอนเสิร์ตจากศิลปินจากค่ายเพลงต่าง ๆ โดยเฉพาะศิลปินลูกทุ่งหมอลำที่ต่างก็หมุนเวียนกันมาแสดง สำหรับเวทีการแสดงจะถูกประดับประดาไปด้วยกระดาดสะท้อนแสงและลวดลายคล้ายกับพญานาค อีกทั้งยังมี “แคน” เครื่องดนตรีของท้องถิ่นอิสานมาประดับประดาไว้อีกด้วย เป็นการหยิบยืมสัญลักษณ์ของท้องถิ่นอิสานเพื่อมาต่อยอดอัตลักษณ์การแสดงที่จะมีขึ้นในแต่ละค่ำคืน ดังคำโฆษณาที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ของทางร้านที่กล่าวไว้ว่า

*“ผับคนอิสานมักม่วน รวมคนหน้าตาดี ลำซิ่งลำสอย นักร้องเสียงดี
การแสดงสุดอลังการ”*

จากคำโฆษณาที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ของทางร้าน ผู้วิจัยมองว่า เสมือนจะเป็นการบอกเป็นนัยว่า พื้นที่ความบันเทิงแห่งนี้ กำลังที่จะหยิบยื่น ภาพลักษณ์ของความเป็นอีสานที่แตกต่างไปจากท้องถิ่น เพื่อตอบสนองของผู้คนที่มิไฉยรักความสนุกสนาน โดยที่จะพยายามนำเสนอการแสดงที่ยิ่งใหญ่อลังการ จากเหล่าบรรดานักแสดงที่ทางร้านจะคัดสรรมาอย่างดีทั้งหน้าตาและคุณภาพ ความอลังการตามความหมายที่พื้นที่แห่งนี้พยายามผลิตสร้าง ผู้วิจัยมองว่า น่าจะเป็นช่วงการแสดงที่คั่นเวลาเป็นช่วง ๆ ซึ่งจะประกอบไปด้วยเสียงดนตรีบรรเลงที่เร้าใจ พร้อม ๆ กับที่เหล่าบรรดาทางเครื่อง ที่แต่งองค์ทรงเครื่องอย่างครบครัน ขึ้นมาแสดงที่หน้าเวที ในขณะที่แสงสีที่ประดับประดาก็จะระยิบระยับไปตามจังหวะดนตรีที่เร้าใจอยู่ตลอดเวลาด้วย ทำให้ผู้คนที่รักความสนุกสนานตื่นตัวและตั้งตารอที่จะชมการแสดงในชุดต่อไปที่กำลังมาถึง

ในประเด็นของพัฒนาการการเกิดสถานที่บันเทิงในรูปแบบที่เปิดให้ผู้คนเข้าไปเสพความบันเทิง อาหารและเครื่องดื่มเช่นนี้ ผู้วิจัยมองว่า ร้านอีสานลำซิ่ง มีพัฒนาการมาจากสวนอาหารที่มีอยู่อย่างมากมายเมื่อหลายสิบปีที่แล้ว ในช่วงที่เศรษฐกิจของไทยกำลังแบ่งบานสมัยพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ เป็นนายกรัฐมนตรีผนวกกับการเกิดขึ้นของ “คาเฟ่” ที่เป็นแหล่งบันเทิง ที่มีการนำเสนอการแสดงตลกและนักร้องที่ต่างขึ้นมาหมุนเวียนร้องเพลงที่ด้านหน้าเวที เพื่อเรียกวงมาลัยจากลูกค้า สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นต้นแบบให้กับการเกิดขึ้นของสถานบันเทิงร้านอีสานลำซิ่ง ทั้งนี้ในปัจจุบัน บรรดาคาเฟ่และสวนอาหารได้ลดหายไปจากพื้นที่ของกรุงเทพมหานครเกือบหมดแล้ว แต่พื้นที่บันเทิงที่นำวัฒนธรรมบันเทิงอีสานมาเป็นจุดขาย กลับเพิ่มปริมาณมากขึ้นในเขตพื้นที่รอบนอกของกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตาม การเติบโตของสถานบันเทิงในกรุงเทพมหานครที่นำวัฒนธรรมบันเทิงอีสานเป็นจุดขายนั้นไม่ได้เติบโตขึ้นมาอย่างโดดเดี่ยว แต่เกิดขึ้นคู่ขนานไปกับอุตสาหกรรมเพลงลูกทุ่งของค่ายเพลงต่าง ๆ ที่พยายามนำเพลงลูกทุ่งหมอลำมาเป็นจุดขาย และได้สร้างกระแสเพลงลูกทุ่งหมอลำให้คึกคัก มีการปรับตัวและเจาะกลุ่มลูกค้าคนอีสานมากขึ้น ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ดังที่ศุภชัย นิลวรรณ กรรมการผู้จัดการบริษัท อาร์สยาม ได้ให้สัมภาษณ์แก่นิตยสารผู้จัดการเกี่ยวกับการเข้ามาในธุรกิจเพลงลูกทุ่งอีสานอย่างน่าสนใจว่า

“ตลาดอีสานของบริษัทเรายังไม่แข็งแกร่ง เพราะอีสานมีเจ้าตลาดอยู่แล้ว ตลาดบนเป็นของแกรมมี่ โกลด์ ตลาดล่างเป็นของทอปไลน์ ไดมอนต์อาร์สยามเข้าไปก็อยู่ในฐานะน้องใหม่ เพราะปกติไม่ได้ทำตลาดอีสานจึงต้องค่อย ๆ เจาะบุคลิกพิเศษของคนฟังในภาคอีสาน ก็คือ เวลาสร้างศิลปินต้องใช้เวลานาน แต่พอติดแล้วติดนาน เพราะตัวผู้บริหารโคยคิดติดกับตัวศิลปิน คือต้องสร้างให้เป็นไอดอล เป็นคนใช้แรงงาน เป็นคนอะไรก็แล้วแต่ ต้องเป็นตัวแทนของคนฟัง ต้องใช้เวลาหนึ่ง และใช้ศาสตร์หลายแขนงเข้าไปช่วยอย่างน้อย ต้องใช้เวลาสร้างประมาณ 1 ปี” (ผู้จัดการ, 2550a)

กลยุทธ์ของบริษัท อาร์สยาม ในการสร้างช่องว่างทางการตลาดของตนเอง ขึ้นมา มีให้เห็นจากกรณีการดึงตัวจินตหรา พูนลาภ มาอยู่ในสังกัดของอาร์สยาม หลังจากที่หมดสัญญาจากบริษัทแกรมมี่ เพื่อที่จะให้เป็นศิลปินหลักในการบุกตลาดอีสาน ศุภชัย นิลวรรณกล่าวถึงจินตหราว่า

“จินตหรา พูนลาภ ความจริงเขาดังอยู่แล้ว แต่ช่วงหลังตกลงไปพูดตรง ๆ พอเขาไปร้องคู่กับเบิร์ด ภาพรวมไปได้ แต่ว่าภาพของจินตหราหายไป เดิมทีร้องหมอลำ ร้องกลอน กลายเป็นภาพไฮโซ เสริมให้เบิร์ดดีขึ้น ชุดหลัง ๆ มาตกตลอดก็เลยต้องมาฟื้นฟูให้มาเป็นจินตหราคนเดิม ให้กลุ่มเป้าหมายเดิมรับได้เหมือนเดิม” (ผู้จัดการ, 2550a)

กลยุทธ์การตลาดของค่ายอาร์สยามนั้น คือการโปรโมท ผ่านสื่อวิทยุที่มีอยู่ในมือของบริษัทอาร์สยามที่มีมากกว่า 20 คลื่นทั่วประเทศใช้รูปแบบจัดรายการผ่านดาวเทียมที่กรุงเทพมหานคร ช่วงแรกค่ายอาร์สยามเน้นเปิดเพลงของค่ายโดยเฉพาะ โดยให้เหตุผลว่า เนื่องจากตลาดที่อีสานยังไม่แข็งแรงมากนัก จึงพยายามที่จะแนะนำและนำเสนอเพลงของบริษัทเพียงอย่างเดียว เพื่อจับกลุ่มคนที่ชอบให้มาฟัง หากเปิดของคนอื่นในขณะที่ยังไม่แข็งแรงก็จะโดนค่ายอื่นกลืนหมด ส่วนในการจัดคอนเสิร์ต “ป๊อปปี้”³ ทางค่ายไม่เน้นด้านนี้เท่าไร เพราะศิลปิน

ส่วนใหญ่จะเข้าไปผูกติดกับสินค้าที่เจาะตลาดตามต่างจังหวัดมากกว่า เพื่อสร้างกิจกรรมให้แก่สินค้ายี่ห้อ นั้น ๆ และเป็นพรีคอนเสิร์ททั้งหมด (ผู้จัดการ, 2550b)

ส่วนทางด้านค่ายยักษ์ใหญ่อย่างแกรมมี่โกลด์ กริซ โทมัส กรรมการผู้จัดการของบริษัทเล่าว่า ก่อนที่จะเขียนเพลงเขาได้ลองสำรวจตลาด ด้วยการไปนั่งฟังเพลง ลูกทุ่งหมอลำในบาร์ที่เมืองขอนแก่น เพื่อจะรู้ว่าเขาฟังอะไรกันและไปจับอารมณ์ คนฟังเพลง คนร้อง รวมทั้งดนตรี สิ่งที่เขาพบในตอนนั้นก็คือ เพลงออกมาในแนว สนุกสนาน ส่วนเนื้อหาฟังไม่ออกเพราะไม่คุ้นเคยกับภาษา จากนั้นก็กลับมาเขียนเพลงให้ออกมาในแนวเนื้อหาสนุกสนาน ซึ่งการทำเช่นนั้นเขายอมรับเองว่าผิด เมื่อกลับไปเริ่มใหม่อีกครั้งจึงเข้าใจว่า เพลงแนวอีสานจะนำเสนอเป็น แนวประชดประชัน เขาจึงได้รับเพลงของแกรมมี่ให้เป็นแนวทาง “ขำขื่น” หรือ ความสุขในแบบที่ต้องกลักร้ากสินีพินทน เพื่อให้โดนตลาดมากที่สุด จากแต่เดิมที่ เนื้อหาเพลงของค่ายจะเป็นการระบายความกดดันของคนพลัดถิ่น ซึ่งปรากฏ ในผลงานของไมค์ ภิรมย์พรในชุดแรก⁴ ได้มีการปรับเปลี่ยนไปแล้วครั้งหนึ่งให้เป็น เพลงลูกทุ่งในรูปแบบของการล้อปประโลม ทำให้คนฟังมีอารมณ์ร่วมว่าเพลงนี้เป็นของเขาและพูดแทนตัวคนฟังได้เป็นอย่างดี และด้วยแนวทางในแบบนี้จึงทำให้ เป็นที่มาของเพลง “ยาใจคนจน” ในผลงานอัลบั้มที่ 5 ของไมค์ ภิรมย์พร และเป็น อัลบั้มแรกที่สามารขายได้หนึ่งล้านตลับ แนวเพลงในรูปแบบของการล้อป ประโลมนั้น ยังปรากฏให้เห็นในศิลปินหญิงคนต่อมา คือ ศิริพร อำไพพงษ์ กับ ผลงานเพลง “ปริญญาใจ” ในปี พ.ศ. 2543 และก็เช่นเดียวกับไมค์ ภิรมย์พร ที่ผลงานเพลงนี้สามารถทำยอดขายได้ถึงล้านตลับ

การทำการตลาดในช่วงแรกของค่ายแกรมมี่โกลด์อาศัยเครือข่ายศิลปิน รายการวิทยุตามต่างจังหวัดเข้ามาเสริมการทำการตลาดทางสถานีโทรทัศน์ ในการนำผลงานไปเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะในช่วงรอยต่อของการเปิดให้ มีเคเบิลทีวีท้องถิ่นและวิทยุชุมชน⁵ โดยมีการจัดกิจกรรมตามสถานีวิทยุและนำ ผลงานเพลงของศิลปินไปจำหน่าย เพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักแก่ผู้ฟังตามหัวเมือง ต่างจังหวัด ดังที่เขากล่าวไว้ว่า

“ที่ต้องทำเช่นนี้เพราะว่าคนฟังไม่ได้ยินเพลงที่ขาย ในขณะที่บริษัทคิดว่าคนจะมาซื้อแน่นอนเพราะว่าสื่อกระจายตัว ก็เลยต้องวิ่งไปยิงทีละคน ทำกิจกรรม เข้าวิทยุ แจกสายเซ็น ลงพื้นที่ขายเทป แต่ไม่ได้ไปขายแข่งกับยี่ปี่วซาปี่ว ไปรับของเขามาขายหน้างาน อีกต่อหนึ่ง ทำให้เขากลับสั่งของมากขึ้น” (ผู้จัดการ, 2550b)

นอกจากนี้กรีซ โทมัส ยังได้กล่าวถึงการทำตลาดเพลงของแกรมมี่โกลด์ ที่เน้นการทำตลาดเชิงรุกในภาคอีสาน ซึ่งเป็นฐานใหญ่ที่สุดในด้านการค้า ซึ่งตรงนี้เขาสังเกตจากพรรคการเมืองที่เวลาตั้งพรรคต้องเริ่มจากอีสานก่อน ส่วนภาคอื่นต้องค่อย ๆ ทำความเข้าใจ เขาบอกว่าภาคเหนือจากประวัติศาสตร์เป็นสนามปราบเซียน ส่วนภาคใต้ก็ยาวเหลือเกิน ก็เลยยึดอีสานเป็นหลักเพราะคนอีสานอยู่ทุกภาค และความถี่ของสื่อที่ใช้จะเป็นวิทยุ อีสานเป็นที่ราบสูงภูเขาไม่เยอะ คลื่นวิทยุไปได้ไกล (ผู้จัดการ, 2550b)

จากความเห็นของผู้บริหารกลุ่มทุนทั้งสองค่ายใหญ่ที่มีอิทธิพลในวงการเพลงลูกทุ่งอย่างสูง ทำให้เห็นถึงจุดร่วมที่สำคัญอย่างหนึ่งจากทั้งสองค่ายว่า พื้นฐานและกลุ่มเป้าหมายการตลาดล้วนมุ่งหน้าสู่เมืองตามต่างจังหวัด โดยเฉพาะพื้นที่ภาคอีสานที่มีจำนวนประชากรมากกว่าภาคอื่นของประเทศไทย การทำตลาดเชิงรุกเช่นนี้ชี้ให้เห็นว่า ความบันเทิงที่เกิดขึ้นในระดับภูมิภาค เช่นการแสดงบนเวทีของคณะหมอลำ ไม่ได้แยกขาดจากธุรกิจเพลงของทั้งสองค่ายใหญ่ แต่ยังเป็นส่วนเสริมให้อุตสาหกรรมเพลงเติบโตขึ้น จนกระทั่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของสถานบันเทิงอีสานในปัจจุบัน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า การที่บทเพลงหมอลำเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมความบันเทิงของผู้คนในท้องถิ่นอีสาน ทำให้ผู้คนอีสานจำนวนมากไม่น้อยชื่นชอบบทเพลงที่ได้รับการผลิต แปลงโฉม ดัดแปลงรูปแบบใหม่จากค่ายเพลงทั้งสอง และเมื่อยามที่เขาต้องจากท้องถิ่นมาอยู่ในเมืองกรุง รสนิยมที่พวกเขามีต่อบทเพลงก็ไม่ได้เลือนหายไปไหน แต่ยังคงทำให้พวกเขาต่างแสวงหาพื้นที่ของความบันเทิง เพื่อที่จะเสพบทเพลงที่พวกเขาต่างก็ชื่นชอบทั้งในอดีตและปัจจุบัน นั่นจึงเป็นปัจจัยให้กลุ่มทุนธุรกิจกลางคืนได้อาศัย

ความนิยมในส่วนนี้ เข้ามาเป็นจุดขายและสร้างสถานบันเทิงขึ้นมารองรับความต้องการของพวกเขา

ดังคำบอกเล่าของพีระจักษ์ชัย⁶ ผู้จัดการค่ายเพลงที่เป็นผู้หาศิลปินทางอีสาน ไปแสดงตามงานคอนเสิร์ตทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดได้เล่าให้ผู้วิจัยฟังเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของร้านแนวอีสานบันเทิงที่มีขึ้นตามมุมเมืองต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2530 ว่า

“สมัยที่ผมศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยรามคำแหงในช่วงนั้นที่ผมรู้จักจะมีร้านแนวเพชรบุรีติดใหม่ชื่อว่า “อีสานดาร์ลิ่ง” ส่วนแนวประชาชื่นก็มีร้าน “วังอีสาน” ส่วนทางฝั่งธนฯ ก็จะมีร้าน “อีสานลำซิ่ง” แถวปิ่นเกล้าส่วนแนวพุทธมณฑลมีร้าน “อีสานหมู่เฮา” ส่วนร้าน “อีสานสี่ทิศ” จะอยู่แถวท่าพระส่วนแนวพระราม 3 ก็จะมีร้าน “ตำนานอีสาน” และร้าน “แคนสยาม” ถ้ายุคใหม่ก็มีร้าน “ตำนานแคนอีสาน” เมื่อ 5 ปีที่แล้วดังมากตั้งอยู่ที่นวนินทร์ แล้วก็มาเป็น “มรดกอีสาน” ซึ่งตอนนี้ได้รับความนิยมมากในย่านลาดกระบัง ตามด้วยยุคใหม่ล่าสุดที่ดังสุด “โรงนาอีสาน” ที่ใหญ่ที่สุดในย่านรามอินทรา กม. 8 เป็นผับขนาดใหญ่ที่ได้รับความนิยมก็เพราะคนทำงานแกรมมีมาทุกคืน อาร์ทสยามก็มาทุกคืนพวกเขาทำเพลงพวกเขาอะไรต่างก็มาที่นี้กันหมดมาสูมหัวกันแหละว่าง่าย ๆ มากินลาบกินก้อยกันที่โรงนาอีสานก็เลยทำให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปอีกทั้งยังมีคอนเสิร์ตจากศิลปินค่ายต่าง ๆ มาแสดงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำซึ่งก่อนหน้านี้ในย่านรามอินทรา ร้านที่ได้รับความนิยมอย่างมากก็คือร้าน “อีสานตะลิ่งกรุง” แต่ด้วยสาเหตุอะไรไม่รู้ที่ทำให้ร้านย้ายไปจากปากซอยคูบัวอนไปตั้งอยู่ใกล้กับแยกวัชรพล ก็เลยเกิดร้านโรงนาอีสานขึ้นมาตรงนี้แทนเมื่อหลายปีที่แล้ว” (สัมภาษณ์ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2557)

ส่วนสาเหตุที่ร้านหรือผับในแบบอีสาน ได้รับความนิยมมาตั้งแต่สมัยที่พีระจักษ์ชัยคุ้นเคยเมื่อเรียนหนังสือในมหาวิทยาลัยมาจนถึงปัจจุบันนี้ที่พีระจักษ์ชัยได้วิเคราะห์ไว้ว่า

“ถ้ามองว่าเป็นตลาดกลุ่มกลางก็ไม่น่าจะใช่หนึ่งมันไม่ใช่มีแค่แท็กซี่ไปนั่งกินนะ ทุกวันนี้มีระบบแฟนคลับแม่ยกนักร้อง และคนอีสานที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจก็อยากจะไปนั่งกินแบบติดแอร์หรือถ้าไม่ติดแอร์ก็อยากเป็นแบบผับอีสานแล้วคนอีสานในกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ประสบผลสำเร็จก็มีสิทธิ์ที่จะไปนั่งกินเหล้าไปนั่งดูหมอลำซึ่ง โดยที่ไม่ต้องเสียค่าบริการผ่านประตูเสียค่าที่นั่งให้หมอลำ มีเงินสองพัน มีเงินพันกว่าบาทก็ไปนั่งกิน แล้วก็ให้พวกมาลัยทิปให้นักร้องด้วย มันจะเป็นคาเฟ่ในแบบอีสาน และอีกอย่างมันดีตรงที่ว่ามันมีการเล่นดนตรีสดแบบอีสาน เหมือนกับทำให้มีพัฒนาการของการฟังเพลง ไม่ใช่แค่ไปเสพหมอลำหมู่ที่หมู่บ้านตัวเองตอนมีผ้าป่า มันก็เลยได้กลิ่นอายของการเล่นดนตรีสด”

สุดท้ายในระหว่างที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ พี่ประจักษ์ชัยได้เสริมประเด็นที่เป็นมุมมอง เกี่ยวกับศิลปินอีสานที่มีชื่อเสียงในอดีตว่ามีความสัมพันธ์กับผับอีสานในลักษณะอย่างไร พี่ประจักษ์ชัยมองว่า

“ผับหรือร้านอาหารอีสานจะมีอยู่ทุกยุคทุกสมัยครับ และในรอบ 40 ปีก็มีศิลปินนักร้องอีสานที่เกิดขึ้นมาแล้วก็ตายไปในวงการเพลงศิลปินต่าง ๆ เหล่านี้ก็วนเวียนอยู่ที่ร้านอาหารอีสานหลังจากที่ไปคอนเสิร์ตมาจากต่างจังหวัดแล้วเข้าพรรษาไม่มีงานก็ต้องเข้ามาทำงานในร้านอาหาร ตระเวนร้องอยู่ตามผับหลังจากหกทุ่มหรืออะไรก็ว่ากันไป ก็เหมือนกิ้ง ๆ กับนักร้องสตริง’ ที่ต้องเข้าผับหลังจากหกทุ่มแล้วก็ช่วยที่ร้านดิงแขกช่วงดึก ๆ เพิ่มรายได้ ในวันนี้จะเห็นได้จากศิลปินที่พวกเขายังมีคณณะของเขาเอง ต่างก็จะไปขอหรือได้รับการติดต่อให้ไปเปิดการแสดงในร้าน ลักษณะแบบนี้เขาจะเรียกกันว่าฟรีคอนเสิร์ต” (สัมภาษณ์ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2557)

ปรากฏการณ์ที่พีระจักษ์ชัย ได้กล่าวถึงสถานบันเทิงอีสานในพื้นที่ต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร อาจจะทำให้มองเห็นถึงการเติบโตของสถานบันเทิงแบบอีสาน ส่วนหนึ่งก็อาจจะเกิดจากการที่คนอีสานได้หลังไหลเข้ามาอยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก จนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่กลุ่มทุน ทั้งจากเจ้าของสถานบันเทิง ร้านอาหาร และค่ายเพลง ต่างก็แสวงหารายได้จากคนอีสาน พลัดถิ่นเหล่านี้ ซึ่งแต่แรกอาจจะถือว่าเป็นเพียงกลุ่มตลาดล่าง คือ หมายความว่า เป็นเพียงกลุ่มคนใช้แรงงานที่มีรายได้ไม่มากนัก แต่ในปัจจุบันจะพบว่า กลุ่มลูกค้าในสถานบันเทิงได้เปลี่ยนแปลงไป ดังที่พีระจักษ์ชัยกล่าวไว้ในข้างต้น กลุ่มคนอีสานบางคนเริ่มที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ ในกรุงเทพมหานคร จึงทำให้มีฐานะพอจะเสพความบันเทิงแบบนี้ได้ ซึ่งประเด็นนี้ ผู้วิจัยไม่ได้เห็นด้วยทั้งหมด เพราะสำหรับคนอีสานบางกลุ่มถึงแม้จะมีรายได้ไม่มากนักแต่พวกเขาก็พร้อมที่จะเข้าไปเสพความบันเทิง โดยอาศัยการรวมตัวกัน เป็นกลุ่มก้อนกับเพื่อน ๆ ที่ทำงานหรือการรวมตัวอย่างหลวม ๆ ในลักษณะของแฟนคลับไปเสพความบันเทิงด้วยกัน เพื่อที่จะได้ตัวเฉลี่ยค่าใช้จ่ายที่ต้องกิน ต้องดื่มในแต่ละคืน ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ทำให้พวกเขา และเธอก็ได้รับความสุขจากความบันเทิงที่ปรารถนา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมองว่า พื้นที่สถานบันเทิงในแบบอีสานได้ถูกยกระดับขึ้นมา เพื่อรองรับกลุ่มคนที่มีฐานะมากขึ้น ดังที่พีระจักษ์ชัยได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นของการสัมภาษณ์ ซึ่งทำให้มองเห็นถึงการปรับเปลี่ยนสถานะทางเศรษฐกิจของผู้คนอีสานในเมืองบางกลุ่มที่เปลี่ยนแปลงไป และด้วยความเป็นพื้นที่ของการบริโภคที่เน้นขายความบันเทิง ต่างก็เริ่มที่จะต้องผลิตสร้างพื้นที่ให้ทันสมัย อยู่ตลอดเวลา เพราะมีคู่แข่งสถานบันเทิงอีสานเกิดขึ้นอย่างมากมายในปัจจุบัน ความทันสมัยในที่นี้สำหรับผู้วิจัยก็คือ การที่สถานบันเทิงต้องพยายามนำเสนอความบันเทิงที่เท่าทันกับกระแสความนิยมที่อุตสาหกรรมเพลงผลิตสร้าง โดยเฉพาะกับกระแสของบทเพลงที่ได้รับความนิยมในแต่ละช่วงเวลา หรือนำศิลปินนักร้องที่ได้รับคามนิยมของแต่ละค่ายเพลงมาแสดงคอนเสิร์ต เป็นเพราะว่าส่วนหนึ่งนอกจากจะต้องแข่งกับสถานบันเทิงในลักษณะเดียวกันแล้ว ก็ยังต้องแข่งกับสถานบันเทิงในแบบอื่น ๆ ในพื้นที่ของกรุงเทพมหานครอีกด้วย อาทิเช่น

สถานบันเทิงที่เน้นกลุ่มคนที่ชื่นชอบแนวเพลงเพื่อชีวิต ที่บางครั้งพื้นที่เหล่านั้นก็นำบทเพลงลูกทุ่งอีสานและการแสดงอีสาน เข้ามาเป็นจุดขายให้แก่กลุ่มลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดความจำเจ และยังเป็นการขยายฐานผู้เสพให้กว้างขึ้นอีกด้วย

เจ้เกี้ยว: ผู้สร้างสรรค์พื้นที่บันเทิง “อีสานลำซิ่ง”

จากมุมมองคนนอกวัฒนธรรม

ร้านอีสานลำซิ่ง ซึ่งเป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินงานโดย “พีเกี้ยว”³ หรืออีกชื่อ “เจ้เกี้ยว” ที่เหล่าบรรดาพนักงานเสิร์ฟภายในร้านต่างก็เรียกชื่อนี้ แต่นักร้องภายในร้านจะเรียก “แม่เกี้ยว” เป็นหญิงวัย 48 ปี จากเมืองนครสวรรค์แต่ชื่นชอบวัฒนธรรมอีสาน สาเหตุอาจจะเป็นเพราะว่าสามีของพีเกี้ยวเป็นคนชัยภูมิ จึงทำให้ซึมซับกับวัฒนธรรมอีสาน และที่สำคัญพีเกี้ยวก็คลุกคลีกับกลุ่มคนอีสานที่เข้ามาเป็นลูกน้อง ตั้งแต่สมัยที่เปิดสวนอาหารแถวย่านคลองตัน ซึ่งเป็นพื้นที่แรกที่พีเกี้ยวใช้เป็นพื้นที่



พีเกี้ยว (ขวามือ) เจ้าของร้านกับศิลปินหมอลำ เอม อภัสรา ก่อนขึ้นแสดงคอนเสิร์ตที่ร้านอีสานลำซิ่ง

ทำมาหากินตั้งแต่เข้ามาอยู่กรุงเทพมหานครอยู่หลายปี ก่อนที่จะต้องจำใจปิดตัวลงไปอย่างน่าเสียดาย ซึ่งร้านนั้นเดิมเป็นของพี่สาวก่อนที่พีเกี้ยวจะเข้ามาช่วยในการทำบัญชีและบริหารไปด้วย จึงเป็นโอกาสที่ทำให้พีเกี้ยวต้องคิดถึงการทำร้าน เพื่อให้เป็นที่ถูกใจแก่ลูกค้านอกเหนือไปจากรสชาติของอาหาร

ในระยะแรกที่ทางร้านนำเสนอความบันเทิงในลักษณะของการให้นักร้องหมูนเวียนกันขึ้นมาร้องเพลงบนเวที แต่ไม่มีการแสดงวงดนตรีชุดใหญ่เหมือน

ในปัจจุบัน มีเพียงอิเล็กทรอนิกส์ประกอบกรร้ออยู่เพียงชิ้นเดียว สลับกับเปิดแผ่นซีดีเพลงในช่วงหัวค่ำ เพื่อให้ลูกค้าได้ฟังในขณะที่รับประทานอาหารไปด้วย เมนูที่ทางร้านเสิร์ฟให้ลูกค้าก็จะเน้นอาหารอีสานเป็นหลัก เพราะในย่านคลองตันจะมีกลุ่มคนอีสานอยู่กันเป็นส่วนมาก ก่อนหน้าปี พ.ศ. 2545 ที่กรุงเทพมหานครริเริ่มนโยบายจัดระเบียบสังคมมาใช้ ทางร้านได้ทำการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอความบันเทิงให้ทันสมัยมากขึ้น โดยนำวงดนตรีและนักร้องหมูนเวียนมาร้องพร้อมกับทางเครื่องหลายคน แต่พอถึงปี พ.ศ. 2545 ในสมัยที่ ร.ต.อ. ประชัยเปี่ยมสมบูรณ์ เป็นรัฐมนตรีกระทรวงมหาดไทย ที่นำนโยบายจัดระเบียบสังคมมาใช้เพื่อควบคุมสถานบันเทิงที่เปิดยามราตรี ทำให้ร้านจำต้องโยกย้ายไปเปิดร้านใหม่ในย่านลาดพร้าว 130 ทั้งนี้เป็นเพราะว่าพื้นที่เดิมของร้านที่ตั้งอยู่ละแวกย่านลำสาลี ไม่ได้อยู่ในเขตพื้นที่ได้รับอนุญาตให้มีสถานบันเทิง นอกจากนี้ทางร้านก็ไม่เคยจดทะเบียนขออนุญาตเป็นสถานบันเทิง แต่หลังจากย้ายมาอยู่แถบลาดพร้าวแล้ว ก็จกการกัซบเซา เนื่องจากไม่ได้ตั้งอยู่ในย่านที่ผู้คนสัญจรผ่านไปมา จนทำให้ต้องหยุดกิจการความบันเทิงไประยะหนึ่ง ก่อนที่จะตั้งร้านใหม่ที่ย่านคลองตันในปัจจุบัน

ในช่วงแรกที่มาเปิดร้านใหม่ในพื้นที่ปัจจุบัน ลักษณะของร้านเป็นเพียงพื้นที่เปิดโล่ง ไม่ได้เป็นห้องติดเครื่องปรับอากาศเหมือนในปัจจุบัน แต่ได้ปรับปรุงร้านให้ทันสมัยและเป็นที่ถูกใจแก่ลูกค้า ที่เข้ามาเสพความบันเทิงอยู่เรื่อย ๆ เพราะในย่านนี้ก็จะมีสถานบันเทิง “อีสานตะวันแดง” ที่มีลักษณะเดียวกับอีสานลำซึ่งอยู่ห่างออกไปเพียงเล็กน้อยริมถนนพัฒนาการ จึงถือได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญและเป็นกลุ่มทุนที่ใหญ่กว่าอีสานลำซึ่ง เพราะว่ร้านอีสานตะวันแดงเป็นเครือข่ายหนึ่งของ “ร้านตะวันแดงสดแสงเดือน”⁹ ที่มีลักษณะของผับเพื่อชีวิตในย่านพัฒนาการ แต่อย่างไรก็ตาม ร้านอีสานลำซึ่งก็ค่อนข้างได้เปรียบคู่แข่งในเรื่องของระยะเวลาที่ร้านปิด ซึ่งเวลาปิดของร้านนี้จะเกินกว่า 03.00 น.¹⁰ เป็นประจำทุกคืน ซึ่งจะต่างจากร้านอีสานตะวันแดงที่จะปิดร้านเมื่อเวลา 01.00 น. จึงทำให้ลูกค้าบางคนเลือกที่จะมายังร้านนี้เพราะให้เวลาของความบันเทิงที่มากกว่า โดยเฉพาะในค้ำคืนที่มีการแสดงคอนเสิร์ตเวลาปิดร้านก็อาจจะล่วงเลยไปบ้างอีกเล็กน้อย

บทบาทของพีก็ยวนนอกจากจะเป็นเจ้าของกิจการร้านอีสานลำซิ่งแล้ว พีก็ยวงยังเป็นคนที่คอยกำกับารแสดงที่จะมีขึ้นในแต่ละคืน ทั้งการหานักร้อง นักเต้น หรือแม้กระทั่งวงดนตรี รวมถึงย้อนไปในช่วงที่เข้ามาจับจองพื้นที่ พีก็ยวง ก็เป็นคนที่วางแผนการตกแต่งภายในร้านทั้งหมด ซึ่งจุดยืนในช่วงที่ย้ายร้านมา ในที่แห่งใหม่ แรกเริ่มก็จะเน้นในการนำเสนอวัฒนธรรมอีสาน ตรงนี้พื้นที่ของเวที การแสดงจะสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจน กับการตกแต่งด้วยการประดับประดา ลวดลายด้วยพญานาค และแสงสีเหมือนกับเวทีหมอลำขนาดย่อม ๆ แนวคิด ในการทำร้านของพีก็ยวงนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่า

“ร้านของพีจะมีพื้นที่ไม่ใหญ่มากลักษณะแบบจะเน้นความอบอุ่น สำหรับสิ่งที่มีอบให้แก่ลูกค้าพีจะเน้นที่คุณภาพ อันดับแรกก็คือเสียง สองเรื่องการแสดง และสามต้องเป็นวัฒนธรรมอีสาน ถ้ามีนักร้อง คนไหนร้องเพลงสตริงก็โอเคที่ให้ เพราะมันเป็นยุคของเพลงแต่ก็จะเป็นเฉพาะเพลงที่กำลังดังในช่วงนั้น แต่จริง ๆ แล้วพีจะเน้นเพลง ลูกทุ่งอีสาน แต่ถ้ายุคไหนมีเพลงดัง ๆ พีก็พร้อมเปิด อย่างเพลง เพื่อชีวิตพีก็ให้แทรกได้ รวมถึงเพลงจังหวะเร็กก็ก็มีตามยุคสมัย” (สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2556)

จะเห็นได้ว่า ถึงแม้พีก็ยวงจะไม่ได้เป็นคนอีสาน แต่ในฐานะนายทุนของพื้นที่ และการได้คลุกคลีกับวัฒนธรรมอีสานผ่านพนักงานของร้านมาตั้งแต่สมัยที่เปิดร้าน อาหาร จึงทำให้พีก็ยวงมีความชื่นชอบทั้งอัตลักษณ์ของคนอีสานและวัฒนธรรม บันเทิงอีสาน จึงได้พยายามเน้นความบันเทิงที่มีอัตลักษณ์ในแบบอีสาน ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดขายที่สำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนอีสานเป็นส่วนใหญ่ แต่บางครั้ง ก็เปิดพื้นที่ความบันเทิงให้กับแนวเพลงอื่น ๆ มาแทรก เพื่อตอบสนองของความบันเทิง แก่ผู้เสพ ให้ได้เปลี่ยนอรรถรสในการเข้ามาเสพความบันเทิงในพื้นที่อีสานลำซิ่ง แห่งนี้

ในการสรรหานักร้อง ส่วนใหญ่พีก็ยวงก็จะเฟ้นมองหาจากเด็กเลิฟพีที่เป็น คนอีสานที่พอมิว ซึ่งบางคนก็มีความสามารถในการขับร้องมาจากบ้านที่อีสาน เพราะได้รับการฝึกฝนมาจากคณะหมอลำในท้องถิ่น แต่สำหรับบางคนก็มาเริ่ม

การหาร่องในพื้นที่แห่งนี้ โดยอาศัยการฝึกสอนและเฝ้าศึกษาจากการแสดงของ นักร้องภายในร้าน ที่ต่างคนก็พยายามผลักดันพรรคพวกพี่น้องให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนสาเหตุที่พี่เกี่ยวเริ่มจากเด็กที่ร้านเป็นเพราะว่า

“เด็กที่ร้านพี่คืออย่างหนึ่งคือปกครองง่าย พวกเขาน่ารักและอยู่กันมานานจนเป็นที่พี่น้อง คือพี่จะไม่ปกครองในแบบนายจ้างและลูกจ้าง แต่ของพี่จะเป็นลักษณะแม่ปกครองลูก เพราะด้วยที่ร้านพี่เล็ก ๆ จึงทำให้องค์กรเราแน่น พี่ปกครองพวกเขาด้วยจิตใจ เด็กที่อยู่ที่นี่เขาก็อยู่กับเราด้วยใจ บางคนก็อยู่กับเรามานานเป็น 10 ปี จนเรียกเราติดปากไม่เจ้ก็แม่ อย่างในช่วงวันหยุดยาวช่วงเทศกาลสงกรานต์หรือปีใหม่ พี่ก็เข้าใจนะ บางคนจากบ้านมานานเป็นใครก็อยากกลับบ้าน พี่ก็ไม่ห้ามนะ ใครอยู่ก็อยู่ใครอยากกลับก็กลับ พี่ก็เปิดร้านปกติเพราะสงกรานต์ลูกค้าเขาไม่กลับบ้านก็มี ผลสุดท้ายพวกลูกน้องที่เขาก็ไม่กลับกัน เพราะมันมีรายได้เข้ามาตลอดไป บางคนก็ขยันมากรู้จักเก็บรู้จักออม แต่บางคนมีเท่าไรก็ใช้หมด มันหลากหลาย แต่โดยรวมก็จะเก็บกันได้เยอะ ลูกน้องที่บางคนสามารถที่จะเก็บเงินสร้างบ้านได้หลายอยู่ เป็นหมอลำผู้หญิงที่อยู่กับพี่มาตั้งแต่พี่เปิดร้าน” (สัมภาษณ์ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2556)

สิ่งที่พี่เกี่ยวเล่าให้ผู้วิจัยฟังนั้น สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางด้านจิตใจระหว่างนายทุนกับกลุ่มแรงงานในพื้นที่ ที่ต้องอาศัยระยะเวลาที่ทำให้เกิดความไว้นื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน เป็นแรงผลักดันให้พื้นที่ของสถานบันเทิงดำเนินกิจการไปได้ ดังจะเห็นได้จากการที่พวกเขาอมสละเวลาวันหยุดยาวเพื่อที่ให้ตนเองได้ผลประโยชน์ ในขณะที่ทางร้านก็มีรายได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ส่วนของการนำศิลปินลูกทุ่งหมอลำที่มีชื่อทั้งในอดีตและปัจจุบันมาแสดงที่ร้าน พี่เกี่ยวเป็นผู้มีบทบาทในการติดต่อกับนายหน้าศิลปิน ที่ส่วนใหญ่จะเป็นดีเจรายการวิทยุเพลงลูกทุ่ง แต่ผันตัวเองมารับงานกินหัวคิวจากศิลปินอีกทอดหนึ่ง หรือในบางครั้งก็อาศัยการรู้จักเป็นการส่วนตัวติดต่อไปยังศิลปิน ศิลปินที่พี่เกี่ยว

รู้จักเป็นการส่วนตัว อย่างเช่น พรศักดิ์ ส่องแสง และจินตหรา พูนลาภ ส่วนการนำคณะตลกมาแสดงที่ร้านนั้น ในปัจจุบันได้ถูกยกเลิกไป เป็นเพราะในอดีตเคยเกิดปัญหาระหว่างศิลปินตลกคณะหนึ่งกับลูกค้า จนเกือบจะมีเรื่องชกต่อยกัน เพราะเกิดการชวกกันไปมาระหว่างศิลปินกับลูกค้า ทำให้พี่เกี่ยวยกเลิกการแสดงตลกของศิลปินนอกร้านไป และหันมาใช้นักร้องของร้านที่แสดงตลกได้มาแสดงแทน โดยจะพยายามเน้นการแสดงตลกในแบบอีสานที่ใช้มุกตลกและภาษาท้องถิ่นอีสานในการแสดง

การแสดงบนเวทีที่พี่เกี่ยวเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังและคอยจัดการนั้น ด้วยความที่เธอไม่ได้เป็นคนอีสาน ดังนั้นเมื่อมาเปิดพื้นที่เพื่อสร้างความบันเทิง การแสดงจึงไม่ได้อยู่ในกรอบแต่เพียงลักษณะของความบันเทิงในแบบอีสานเท่านั้น ถึงแม้ว่าเธอจะพยายามที่จะเน้นการแสดงในแบบอีสานเป็นหลัก แต่ก็ยังมีการนำเสนอความบันเทิงที่ต่างกันออกไป ซึ่งเป็นการเปิดพื้นที่ให้กับความแตกต่างได้เข้ามาสร้างสีสัน อย่างเช่น บทเพลงเพื่อชีวิตและเพลงลูกทุ่งแบบภาคกลางที่ถูกนำเสนอจากนักร้องในร้านบางคน ยังรวมไปถึงการเปิดบทเพลงไทยสากลที่มีจังหวะสนุกสนานจากดีเจ ที่สามารถสร้างความบันเทิงในพื้นที่ได้ เป็นเสมือนทางเลือกหนึ่ง ที่พร้อมจะมอบให้แก่ลูกค้ากลุ่มคนจากท้องถิ่นอื่น ๆ หรือกลุ่มคนอีสานที่บางคนก็อาจจะไม่ได้นิยมความบันเทิงในแบบอีสานเท่าใดนัก แต่ก็อาจจะชื่นชอบพื้นที่แห่งนี้ด้วยเป้าหมายอื่นที่มีต่อพื้นที่ เช่น ความสัมพันธ์กับนักร้อง นักแสดง และพนักงานเสิร์ฟ เป็นต้น

เมื่อมองในบริบทของทุนแล้ว จะพบว่าบทบาทของนายทุนอย่างพี่เกี่ยว เป็นบุคคลที่สามารถผูกขาดการตัดสินใจและผลิตสร้างความบันเทิงในพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ในลักษณะของการลองผิดลองถูกที่ยึดโยงกับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้เสพเป็นคนอีสานเป็นหลัก ซึ่งถ้าพิจารณาก็จะเห็นว่า เธอก็ต้องเสี่ยงกับเรื่องราวได้เช่นเดียวกับกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่อยู่ในฐานะลูกค้าผู้มาเสพความบันเทิง รวมทั้งคนที่ทำงานในร้านแห่งนี้ ทั้งนี้ไม่เพียงแต่สภาวะทางเศรษฐกิจเท่านั้นที่เป็นปัจจัยเสี่ยง แต่ตัวนโยบายที่เกิดขึ้นจากรัฐก็ถือว่าเป็นปัจจัยที่เสี่ยงเช่นเดียวกัน ดังที่พี่เกี่ยวได้เผชิญมุกกับร้านที่เคยเปิดในละแวกลำสาละเมื่อหลายปีก่อน

กล่าวโดยสรุป การเกิดขึ้นของพื้นที่สถานบันเทิงที่นำวัฒนธรรมบันเทิงอีสานมาเป็นจุดขายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับกระแสของการอพยพเข้ามาทำงานในเมืองหลวงของบรรดากลุ่มคนอีสาน ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่อพยพเข้ามาหางานทำมากเป็นลำดับต้น ๆ จากจำนวนประชากรทุกภาคของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เราไม่อาจมองว่าพื้นที่สถานบันเทิงแบบอีสานเช่นนี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองการอพยพย้ายถิ่นเข้ามาหางานทำของคนอีสานแต่เพียงอย่างเดียว ปัจจัยเอื้อหนุนที่สำคัญอีกประการคืออุตสาหกรรมความบันเทิง ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดรูปแบบความบันเทิงที่เกิดขึ้นด้วย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเพลงลูกทุ่งที่เป็นตัวกำหนด/สร้างประเภทให้กับลูกทุ่งอีสาน/ลูกทุ่งหมอลำ จนได้รับความนิยมขึ้นมาในปัจจุบัน ทั้งจากกลุ่มคนอีสานและกลุ่มคนอื่น ๆ ในสังคมเมือง

ในแง่หนึ่ง พื้นที่บันเทิงลักษณะร้านอีสานลำซึ่งเกิดขึ้นมาได้ก็เพราะกระแสการอพยพเข้ามาทำงานในเมืองของคนอีสานที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องยาวนานหลายทศวรรษ จนท้ายที่สุดแรงงานอพยพเหล่านี้ สามารถยกระดับสถานะทางเศรษฐกิจของตนเองขึ้นมาได้ จนเพียงพอที่ใช้เวลาส่วนหนึ่งในยามว่างจากการทำงาน เข้ามาเสพความบันเทิงในพื้นที่ที่พวกเขารู้สึกคุ้นเคย เพราะมีการแสดงแบบอีสาน มีพนักงานเสิร์ฟที่พูดภาษาอีสาน มีนักร้องที่ร้องเพลงภาษาอีสาน ในอีกแง่หนึ่ง พื้นที่เช่นนี้ก็ถูกผลิตขึ้นมาจากบรรดากลุ่มทุนทั้งหลายเพื่อสร้าง/ตอบสนองรสนิยมที่กลุ่มทุนมองว่าเป็น “ลูกค้ำ” กลุ่มใหญ่

จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ เกิดขึ้นได้จากการที่ทุนสามารถที่จะหยิบฉวยวัฒนธรรมความบันเทิงที่สัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้ำมาเป็นจุดขาย มากกว่าที่จะพยายามสร้างพื้นที่ให้มีความสวยงามแต่เพียงอย่างเดียว รวมไปถึงการพยายามสร้างคุณภาพของพื้นที่ด้วยงานบริการ ฝีมือในการนำเสนอความบันเทิง และการนำความทันสมัยเข้ามาอยู่ในพื้นที่อยู่เสมอ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการเกิดขึ้นของพื้นที่สถานบันเทิงอื่น ๆ ในลักษณะเดียวกันมีขึ้นอยู่ตลอดเวลา และต่างก็พร้อมที่จะมาเป็นคู่แข่งและสร้างทางเลือกให้แก่ผู้คนที่มียุทธศาสตร์ติดอยู่กับความบันเทิงในแบบอีสานที่เป็นกระแสอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม พื้นที่ความบันเทิงเหล่านี้ต่างก็ต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของทุน และ

นโยบายที่เกิดจากภาครัฐในแต่ละยุคสมัย บางพื้นที่ก็อาจจะต้องปิดตัวไป บางพื้นที่อาจสามารถที่จะเอาตัวรอดได้จากนโยบายที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ดังตัวอย่างของสถานบันเทิงอีสานล่าช้า

ทูน: เครื่องมือสร้างตัวตนในพื้นที่บันเทิง

ในบทความนี้ ผู้วิจัยต้องการเสนอข้อถกเถียงว่า “ทูน” คือหัวใจสำคัญที่กำกับ “ความเป็นอีสาน” ในพื้นที่สถานบันเทิงแห่งนี้ ความเป็นอีสานนั้นปรากฏให้เห็นทั้งในส่วนของการแสดง และพื้นที่ของความสัมพันธ์ ในกรณีที่ทูนเข้ามากำกับพื้นที่การแสดงนั้นสะท้อนให้เห็นผ่านพื้นที่ร่างกายของนักร้องและนักแสดง ทั้งนี้ทูนดังกล่าว ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะทูนทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังหมายรวมถึงทูนทางวัฒนธรรมที่นักร้องนักแสดงมีติดตัวและนำมาใช้เป็นเครื่องมือแสวงหารายได้เพื่อประทังชีวิตในแต่ละวันได้อีกด้วย

พีคค์ดีชัยจากเมืองอุบล และหมอลำน้อยจากเมืองหนองคาย เป็นตัวอย่างของคนที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่แห่งนี้ด้วยการส่งเสริมและพัฒนาทูนทางวัฒนธรรมขึ้นมา กรณีของพีคค์ดีชัยเริ่มต้นจากการสมัครเป็นสมาชิกวงหมอลำที่มีชื่อในท้องถิ่นอีสาน (คณะ ป. ฉลาดน้อย ส่งเสริม) ทั้งนี้การเข้าร่วมมิได้หมายถึงว่า เขาจะได้รับการฝึกฝนด้านการร้องและการแสดงอย่างเป็นระบบ แต่ต้องอาศัยลักษณะที่เรียกกันว่า “ครูพักลักจำ” จึงจะได้มาซึ่งความชำนาญผนวกกับโอกาสที่เขาได้รับจากผู้หลักผู้ใหญ่ในคณะให้ได้ขึ้นแสดงร่วม ทำให้ท้ายที่สุดเขาได้ฝึกฝนเสริมสร้างประสบการณ์บนเวที จนฝีมือและไหวพริบในการแสดงได้รับการพัฒนาขึ้นมา สำหรับหมอลำน้อย เธอเริ่มต้นอย่างบังเอิญจากการมีคู่รักเป็นหมอลำในช่วงชีวิตวัยรุ่น ทำให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะรำเรียนฝึกฝนเป็นหมอลำ เธอได้มีโอกาสเรียนฝึกฝนเป็นหมอลำในตัวเมืองจังหวัดอุดรราชธานี โดยระหว่างนั้นก็ทำงานเป็นแรงงานรับจ้างไปด้วยเพื่อหาทุนเป็นค่าใช้จ่ายในการเรียน ทั้งสองกรณีสะท้อนให้เห็นว่า ทูนที่ทั้งสองพยายามแสวงหา

ท้ายที่สุดก็กลายเป็นทุนติดตัว ที่สร้างโอกาสให้พวกเขาอยู่รอดได้อย่างดีในพื้นที่ความบันเทิง

อย่างไรก็ตาม เพียงแค่ฝีมือการแสดงที่ติดตัวมาจากท้องถิ่นอาจจะยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ชีวิตที่ดีขึ้นตามที่พวกเขาปรารถนา สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ความสามารถในการสร้างสรรค์นำเสนอตัวตนในด้านการแสดง ที่จะทำให้ชีวิตพวกเขาประสบความสำเร็จ ดังเช่นพีศักดิ์ชัยที่รู้ว่าตนเองมีฝีมือด้านไหนจึงพยายามสร้างจุดขายขึ้นมาจากสิ่งที่เขามี นั่นก็คือการขับร้องและแสดงบทเพลงที่มีชื่อเสียงจากศิลปินหมอลำในอดีต

“เพลงที่พี่เอมาร้องส่วนใหญ่จะถูกนำมาร้องใหม่จากศิลปินค่ายแกรมมี่ แต่พี่ไม่เอาเวอร์ชันของแกรมมี่เลยเพราะดนตรีมันไม่เพราะเหมือนแต่ก่อน พี่จะเอาแต่เวอร์ชันเก่า ๆ พี่คิดว่ามันเป็นจุดขายของตัวพี่เลย คือนักร้องเก่าเมื่อพูดถึงเพลงอีสาน เขาก็มีเสียงพิณเสียงแคน ทุกวันนี้ก็ร้องใหม่ที่เป็นลูกทุ่งอีสานเหมือนกัน แต่เสียงพิณเสียงแคนก็จะหายากไปทุกที ทุกวันนี้ที่มองว่าศิลปินยุคเก่ามีฝีมือมากกว่า” (สัมภาษณ์ศักดิ์ชัย 19 ธันวาคม พ.ศ. 2556)

นอกจากจะมีรสนิยมที่ชื่นชอบเพลงในเวอร์ชันต้นฉบับ มากกว่าที่ศิลปินยุคใหม่มักกลับมาร้องแล้ว สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยสังเกตยามเมื่อได้ฟังน้ำเสียงของพีศักดิ์ชัย ทั้งในช่วงที่ร้องเพลงบนเวทีหรือขณะที่ให้สัมภาษณ์ น้ำเสียงของเขาจะมีเอกลักษณ์ด้วยเสียงที่แตกพร่า ดังนั้นยามที่ร้องเพลงเวอร์ชันเก่า จะให้ความรู้สึกเหมือนเสียงของศิลปินหมอลำที่มีชื่อในอดีต ที่ส่วนมากก็จะเป็นน้ำเสียงที่แตกพร่าเหมือนกัน ทั้งนี้สำหรับพีศักดิ์ชัย การหยิบเอาบทเพลงจากศิลปินรุ่นเก่ามาผลิตซ้ำ นอกจากจะสร้างจุดเด่นของตัวเองโดยเน้นความเป็นนักร้องที่มีคุณภาพแล้ว ยังช่วยยกระดับความสามารถไม่ให้ภาพลักษณ์ของการแสดงของเขามีลักษณะดาด ๆ ทั่วไปเหมือนนักร้องคนอื่น ๆ การร้องเพลงในเวอร์ชันต้นฉบับ ทำให้ภาพของพีศักดิ์ชัยสวมทับลงไปกับศิลปินต้นฉบับ ซึ่งมีส่วนทำให้ผู้เสพมองว่าพีศักดิ์ชัยเหนือกว่านักร้องในร้านคนอื่น ๆ เพราะสิ่งที่พีศักดิ์ชัยนำเสนอออกมานั้น เป็นเสมือนขนบในการร้องเพลงหมอลำที่ดี ทั้งในเรื่องของเทคนิคการเอื้อนเสียง การมีลูกคอ และ

โทนเสียงแตกพร่า ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นเสน่ห์ของการร้องเพลงลูกทุ่งหมอลำ ที่จะพบได้ในนักร้องต้นฉบับเป็นส่วนใหญ่

กรณีของหมอลำน้อยอาจจะไม่แตกต่างกับพี่ศักดิ์ชัยมากนัก ที่ได้รับการฝึกฝนมาจากหมอลำซึ่งที่เมืองอุดร จึงทำให้มีน้ำเสียงและท่าทางการแสดงที่เหมาะสมกับช่วงการแสดงลำซึ่งในช่วงท้ายของแต่ละลำคืน แต่หมอลำน้อยยังไม่หยุดอยู่ที่เพียงแค่การรำเรียนมาจากในอดีตเท่านั้น เธอยังชวนขวยเรียนรู้จากศิลปินใหม่ ๆ ที่เธอชื่นชอบ โดยเฉพาะในด้านการแสดงลำซึ่ง ซึ่งเธอก็เรียนรู้ด้วยตนเองเพิ่มเติมจากสื่อออนไลน์ ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตของเธอมากขึ้น สื่อออนไลน์ยังเป็นแหล่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลงานเพลงใหม่ ๆ ของศิลปินจากค่ายต่าง ๆ ที่ออกมา อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า หมอลำน้อยจะให้ความสนใจกับศิลปินหมอลำซึ่งที่มีชื่อในท้องถิ่นอีสานมากกว่าศิลปินหมอลำที่มีชื่อของธุรกิจค่ายเพลง เช่น น้องใหม่ ดวงชุมแพ ซึ่งผลงานของศิลปินเหล่านี้จะหาพบได้ในสื่อออนไลน์ เช่น YouTube เป็นต้น

กรณีของน้อย สะท้อนให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมที่เธอมีติดตัวมา จากการฝึกฝนจากครูหมอลำในท้องถิ่น เป็นตัวตั้งต้นที่ดีที่ทำให้เธอก้าวขึ้นมาเป็นนักร้องบนเวทีของร้านอีสานลำซึ่งได้ แต่ด้วยความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพในงานแสดงของตัวเอง เธอได้ใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์กับอาชีพของเธอ โดยที่น้อยไม่เพียงแต่จะดูกระแสของเพลงดังซึ่งถูกผลิตจากค่ายเพลงใหญ่ ๆ เท่านั้น เธอยังเลือกที่จะศึกษาบันทึกการแสดงสดของวงหมอลำในท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มคนอีสาน แล้วนำมาผลิตใหม่ให้กับคนอีสานที่เข้ามาอยู่ในเมืองกรุงได้เสพเป็นทางเลือกหนึ่งที่ไม่ผูกติดกับเพลงที่ได้รับการสร้างจากธุรกิจค่ายเพลงแต่เพียงอย่างเดียว แต่น้อยได้ทำให้ศิลปินในท้องถิ่นเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ซึ่งตรงนี้ทำให้เห็นว่า การผลิตความบันเทิงของนักร้อง นักแสดงในพื้นที่ร้านอีสานลำซึ่ง ไม่ได้อยู่ภายใต้เงื้อมมือของทุนใหญ่ของอุตสาหกรรมบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว แต่พวกเขาเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้บทเพลงของศิลปินท้องถิ่น ได้เข้ามาผจญในพื้นที่ความบันเทิงใจกลางเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานครได้

สำหรับนักร้อง นักแสดงทั้งสองคนที่กล่าวมา บทบาทที่สำคัญประการหนึ่งของพวกเขาคือ การพยายามดึงอัตลักษณ์การแสดงอีสานมาเป็นจุดขาย แม้จะมีลักษณะที่เน้นเฉพาะกลุ่มเล็ก ๆ แต่ก็ทำให้พื้นที่ของการบริโภคความบันเทิงอีสานลำซิ่งดูโดดเด่นขึ้นมา เพราะทำให้มีอัตลักษณ์ คุณีคุณภาพและไม่เน้นแนวตลาดมากจนเกินไป อย่างน้อยพื้นที่ร้านอีสานลำซิ่งก็ได้สร้างทางเลือกให้กับกลุ่มคนที่ชื่นชอบทั้งแนวเพลงจากศิลปินรุ่นเก่า ๆ และการแสดงที่มีความเป็นท้องถิ่นเฉพาะได้เข้ามาบริโภคกันอย่างแพร่หลาย

สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของบทบาทนักร้องในพื้นที่บันเทิง คือ บทบาทของ “แรงงานความบันเทิง” อีกบทบาทหนึ่งที่พวกเขาสวมทับอยู่ การขายแรงงานด้านความบันเทิงนั้นสอดคล้องกับสิ่งที่เรียกว่า “ฝีมือทางการแสดง” ซึ่งก็คือทุนทางวัฒนธรรมที่พวกเขาต่างก็สั่งสมมา ที่จะต้องได้รับการยอมรับจากผู้ชมด้วย ไม่แตกต่างจากศิลปินที่มีชื่อของค่ายเพลงดังต่าง ๆ ทั้งนี้ในพื้นที่ความบันเทิง สิ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างนักร้อง นักแสดงกับผู้ชมในด้านหนึ่งผู้ชมก็ปรารถนาที่จะเติมเต็มชีวิตบางส่วนที่ขาดหายไป อีกด้านหนึ่งนักร้องนักแสดงก็ปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อตัวเองและครอบครัวในท้องถิ่นอีสานที่พวกเขาจากมา ดังนั้นแรงงานด้านความบันเทิงในพื้นที่ เช่นนี้จึงไม่สามารถที่จะ “ขายแรงงาน” ให้แก่ “แม่ยก” ท่านใดท่านหนึ่งเป็นการเฉพาะ เพราะรายได้ต่อค่าคืนเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าของพวกเขาจึงไม่สามารถที่จะถูกผูกขาดโดยลูกค้าคนใดคนหนึ่ง เขาต้องดิ้นรนที่จะหาความสัมพันธ์ในลักษณะที่มีแม่ยกหลายคนคอยดูแล เพื่อที่จะสามารถทำให้มีลูกค้าประจำประกันรายได้ของพวกเขาให้มีอยู่ตลอดเรื่อยไป การต่อสู้ดิ้นรนของแรงงานบันเทิงเหล่านี้ จึงอาจจะสร้างความผิดหวังให้กับใครบางคนที่ต้องการผูกขาดแรงงานบันเทิงของพวกเขา

บทบาทของแรงงานความบันเทิงที่พวกเขาเป็นอยู่นั้น เป็นสิ่งที่พวกเขาก็คาดหวังว่าจะได้รับผลตอบแทนกลับคืน เพื่อส่งต่อให้แก่ญาติพี่น้องที่อยู่ข้างหลัง ไม่แตกต่างจากผู้เสพหลาย ๆ คน ที่ต่างก็มาใช้แรงงานในเมืองกรุงเพื่อสิ่งเดียวกัน นั่นคือการสะสมทุนทรัพย์เพื่อคนที่อยู่ข้างหลังในท้องถิ่นอีสาน สำหรับบรรดา

เหล่าแรงงานความบันเทิง พื้นที่สถานบันเทิงอีสานลำซิ่งเป็นเพียงพื้นที่ชั่วคราวที่พวกเขาเป็นเพียง “ผู้เช่า” ทำมาหากิน เพราะดังที่ผู้วิจัยกล่าวไว้แล้วว่า แหล่งรายได้ของพวกเขาอยู่ที่ค่าตอบแทนที่ได้จากผู้เสพเพียงเท่านั้น ไม่มีรายได้ประจำเหมือนผู้คนทั่วไป ดังที่พีคกี้ได้ชี้ได้เล่าไว้ผู้วิจัยฟังเมื่อถามถึงรายได้ที่เขาจะได้รับในแต่ละคืนในลักษณะที่ว่า

“รายได้ของพี่มันไม่แน่นอนนอน บางวันก็สองสามร้อยบางวันก็สี่ห้าร้อยก็แค่พออยู่ได้ แต่ถ้าร้องเพลงที่ถูกค่าขอเนี่ยจะได้ทิปดี พี่เคยได้มากสุดในคืนนั้นประมาณเจ็ดแปดร้อยเลยนะรายได้ก็พอที่จะส่งไปให้ที่บ้านบ้างในแต่ละเดือน แล้วแต่ที่ว่าที่บ้านจะมีฐานะที่ต้องใช้อะไร”
(สัมภาษณ์ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2556)

นั่นเป็นคำกล่าวครั้งแรก ๆ ที่ผู้วิจัยได้พูดคุยกับพีคกี้ด้วยอย่างเป็นทางการ แต่หลังจากที่ได้มีโอกาสพูดคุยบ่อยครั้งขึ้น พีคกี้ก็เปิดเผยให้ฟังถึงเรื่องรายได้ที่ค่อนข้างผันผวน ขึ้นอยู่กับกระแสทางการเมืองที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง แต่แม้จะมีความผันผวนเรื่องรายได้ ทุกวันนี้พีคกี้ก็สามารถส่งเงินไปช่วยแม่สร้างบ้านที่อุบลราชธานีจนสำเร็จอย่างที่ตั้งใจ

สำหรับหมอลำน้อยก็เช่นเดียวกัน ในบทบาทของแรงงานความบันเทิงเธอจำเป็นที่จะต้องสะสมเงินทองเพื่อส่งกลับไปให้ญาติที่ต่างจังหวัด ให้เป็นทุนสำหรับการทำไร่ทำนา โดยเฉพาะในช่วงฤดูทำนาเธอก็ยังคงกลับไปช่วยที่บ้านทำนาทุกครั้ง กลยุทธ์ที่หมอลำน้อยใช้ในการสร้างเครือข่ายเพื่อให้มีลูกค้าประจำก็คือความเป็นเพศหญิงของเธอ แต่ไม่ใช่ในลักษณะของการหาแม่ยกบ่อยๆ เป็นเพียงแค่การดูแลลูกค้าที่ให้ทิปเป็นอย่างดี และเมื่อถูกลูกค้าชักชวนให้ดื่มเหล้าหรือเบียร์ หมอลำน้อยจะปฏิเสธอย่างสุภาพโดยนำปัญหาสุขภาพมาเป็นข้ออ้าง อีกทั้งในบางครั้งเมื่อถูกลูกค้าชักชวนให้ไปดื่มกินกันต่อหลังเลิกงาน เธอก็ปฏิเสธอย่างสุภาพเพราะไม่อยากสร้างปัญหาให้กับแฟนที่อยู่ด้วยกันเกิดความหวาดระแวงแต่นั่นก็ไม่ใช่อุปสรรคที่ส่งผลต่อรายได้ที่เธอได้รับ เพราะทุกวันนี้เธอสามารถที่จะส่งเงินไปให้พี่น้องสร้างบ้านได้สำเร็จ อย่างที่เธอเคยคาดหวังไว้ก่อนที่จะเข้ามาทำงานในพื้นที่บันเทิงแห่งนี้

สรุป

พื้นที่สถานบันเทิงอีสานลำซิ่ง ในด้านหนึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถตอบสนองความปรารถนาของผู้คนที่เข้ามาเสพความบันเทิง โดยเฉพาะกลุ่มคนอีสานที่มีรสนิยมชื่นชอบความบันเทิงแบบท้องถิ่นอีสาน เหตุผลหนึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าพวกเขาต้องการการหลบหนีจากความเหนื่อยล้าในหน้าที่การงาน และการใช้ชีวิตที่จำเจในแต่ละวัน แต่ในอีกด้านหนึ่งการเข้ามาเสพความบันเทิงก็ทำให้พวกเขามีพื้นที่ทางสังคม ที่ได้การยอมรับจากผู้คนในพื้นที่ของสังคมเมืองมากขึ้น

การเกิดขึ้นของพื้นที่สถานบันเทิงที่มีรูปแบบเฉพาะ อย่างเช่นร้านอีสานลำซิ่งในสังคมเมือง ส่วนหนึ่งเริ่มจากการขยายตลาดของกลุ่มทุนอุตสาหกรรมความบันเทิงที่รุกออกไปสร้างฐานความนิยมความบันเทิง ที่ผสมผสานเข้ากับอัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสาน จนเป็นที่ยอมรับจากผู้คนในท้องถิ่น แต่ความบันเทิงที่ถูกผลิตขึ้นมานั้นเป็นเพียงภาพแสดงแทนความเป็นอีสาน ที่ถูกนำมาปรับใช้ในพื้นที่สถานบันเทิงอีสานลำซิ่งอีกทอดหนึ่ง โดยกลุ่มทุนภาคธุรกิจกลางคืน ซึ่งการปรับเปลี่ยนก็เป็นไปเพื่อที่จะตอบสนอง รสนิยมคนอีสานที่โยกย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในเมืองกรุง ขณะเดียวกันก็เพื่อที่จะสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ความบันเทิง ให้แตกต่างจากพื้นที่สถานบันเทิงอื่น ๆ ที่มีอยู่ดาษดื่นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สำหรับความบันเทิงที่ถูกปรับเปลี่ยนในพื้นที่ ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าหากปราศจากกลุ่มแรงงานความบันเทิง โดยเฉพาะนักร้องนักแสดง เป็นเพราะว่าบทบาทของพวกเขาเป็นเสมือนสื่อกลาง ที่เชื่อมวัฒนธรรมความบันเทิงในท้องถิ่นเข้ากับความบันเทิงที่ถูกผลิตสร้างจากกลุ่มทุนอุตสาหกรรมความบันเทิง ผ่านการเรียนรู้และฝึกฝนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ได้มาจากท้องถิ่น ที่ถูกนำมาเป็นเครื่องมือผลิตการแสดงในพื้นที่ ทำให้พวกเขาและเธอ มีรายได้เพียงพอที่จะส่งกลับไปให้กับญาติพี่น้องที่อยู่ทางบ้าน ซึ่งตรงนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างพวกเขาและเธอกับลูกค้าที่เข้ามาในพื้นที่ ที่ต่างฝ่ายต่างก็เกื้อกูลกันโดยมีปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นตัวขับเคลื่อนสร้างความสัมพันธ์ให้ดำเนินต่อเนื่องไปในพื้นที่ของความบันเทิง

เชิงอรรถท้ายบท

- 1 แวง พลังวรรณ ได้อธิบายถึงสาเหตุที่เรียกเพลงลูกทุ่งอีสานไว้ว่า เป็นบทเพลงที่สะท้อนชะตากรรม และวิถีชีวิตของคนอีสาน ที่ต้องอพยพย้ายถิ่นจากแดนเกิด ท่องทำนอง ถ้อยคำร้อง กระทั่งเนื้อหาจะแปลกแยกไปจากลูกทุ่ง (ภาคกลาง) ซึ่งการอพยพจะยังเป็นกระแสหลักของเนื้อหาแห่งศิลปะการขับร้อง-ขับลำของชาวอีสาน (แวง พลังวรรณ, 2445: 93)
- 2 พัฒนา กิติอาษา ให้ความหมาย “เพลงลูกทุ่งหมอลำ” ในความหมายของแนวเพลงลูกทุ่งที่มีรากเหง้าหรือที่มาจากอีสานเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างเพลงลูกทุ่งกับหมอลำอีสาน โดยจะมีจังหวะลำเดินและลำเต้ย ที่ลงตัวกับเสียงกลองและเครื่องดนตรีไฟฟ้า ที่ประยุกต์มาจากดนตรีเพลงลูกทุ่งสมัยใหม่ (พัฒนา กิติอาษา, 2555: 107)
- 3 หมายถึง เวทีการแสดงที่เก็บค่าเข้าชม
- 4 ไมค์ ภิรมย์พร ออกอัลบั้มชุดแรกกับค่ายแกรมมี่โกลด์ ในชื่อชุดว่า “คันหลังก็ลาว” ในปี พ.ศ. 2538
- 5 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543
- 6 ปัจจุบันทำงานตำแหน่งผู้จัดการของบริษัทไททองคำเรคคอร์ด
- 7 นักร้องสตรีง ตามความหมายในที่นี้หมายถึง นักร้องที่ร้องเพลงไทยสากลและเพลงสากลตามฉบับทั่ว ๆ ไป
- 8 นามสมมติ ชื่อของผู้ให้ข้อมูลจากร้านอีสานลำซึ่งที่ระบุในบทความชิ้นนี้เป็นชื่อสมมติทั้งหมด
- 9 เป็นสถานบันเทิงประเภทผับ ที่เน้นบทเพลงเพื่อชีวิต และเปิดให้บริการหลายสาขาตามหัวเมืองใหญ่

- 10 สาเหตุที่ทางร้านสามารถปิดได้ในเวลา 03.00 น. ส่วนหนึ่งเป็นเพราะทาง พี่เกี้ยวได้ไปขออนุญาตกับทางเจ้าหน้าที่รัฐไว้ โดยอ้างถึงกลุ่มลูกค้าที่กว่าจะ เดินทางมาที่ร้านได้ก็ล่วงเวลาไปจนดึกมากแล้ว แต่ตรงนี้ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า น่าจะเป็นการอาศัยอำนาจหน้าที่จากตำแหน่งของสามพี่เกี้ยวที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ ระดับสูง

บรรณานุกรม

- ประชา สุวีรานนท์. 2554. *อัตลักษณ์ไทย: จากไทยสู่ไทย* ๗. กรุงเทพฯ: ฟาเดียวงัน.
- ธชตถ์ชัย ลิขิตศาสตร์. 2540. *วิถีชีวิตของแรงงานก่อสร้างอีสานในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาโครงการก่อสร้างแห่งหนึ่งย่านรามคำแหง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พัฒนา กิติอาษา. 2546. “บทบรรณารักษ์”. ใน พัฒนา กิติอาษา (บ.ก.), *มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โยยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย*, หน้า 1-48. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- _____. 2555. “สู่วิถีอีสานใหม่”. ใน อภิชาติ จันทน์แสง (บ.ก.), *ประวัติศาสตร์นอกขนบ*, หน้า 142-147. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- วสันต์ ปัญญาแก้ว. 2552. “วัฒนธรรมศึกษา ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม: จาก “ซ้าย-ใหม่” ถึง สจ๊วต ฮอลล์”. ใน สุวรรณา เกรียงไกรเพ็ชร (บ.ก.), *มานุษยวิทยาปะทะวัฒนธรรมศึกษา: ยกเครื่องเรื่องวัฒนธรรม*,” หน้า 123-215. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- แวง พลังวรรณ. 2545. *อีสานคดีชุดลูกทุ่งอีสาน*. กรุงเทพฯ: เรือนปัญญา.
- สุวิทย์ ธีรศาสตร์. 2546. *ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสาน 2488-2544*. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- สุริยา สมทศปฎิ, พัฒนา กิติอาษา และศิลปกิจ ตี๋ขันติกุล. 2544. *แต่งองค์ทรงเครื่อง “ลิเก” ในวัฒนธรรมประเทศไทย*. นครราชสีมา: หอไทยศึกษานันทน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- สุเทพ สุนทรภาศ์ช. 2548. *หมู่บ้านอีสานยุค “สงครามเย็น” สังคมวิทยาของหมู่บ้าน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- อัมมาร สยามวาลา. 2539. “ขนาดตเกษตรกรไทยในสองทศวรรษหน้า”. ใน *เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (บ.ก.), เมืองไทยปี 2560: ขนาดตเมืองไทยในสองทศวรรษหน้า*, หน้า 160-167. กรุงเทพฯ: ชัคเซตมิเดีย
- ข่าวสด. 6 ตุลาคม 2556. 70 หมอลำแบนแกรมมี พิษลิขสิทธิ์แพง ค่ายยักษ์ชี้ค่าวิชา. http://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRNNE1UQXINV GsyTVE9PQ, 6 ตุลาคม (เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2558)
- ผู้จัดการ. 2550a. GRAMMY GOLD กริช ทอมัส พระเจ้าให้เราหรือเปล่า. <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=65103> (เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2550)
- ผู้จัดการ. 2550b. อาร์สยาม ได้เวลานาฏกอีสาน. <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=65109> (เข้าถึงเมื่อ 3 พฤษภาคม 2550)
- Amporn Jirattikorn. 2010. “Shan Noises, Burmese Sound: Crafting Selves through Pop Music,” *South East Asia Research* 18(2): 161-189.
- Jaiser, Gerhard. 2012. *Thai Popular Music*. Bangkok: White Lotus.
- Mills, Mary Beth. 1999. *Thai Women in the Global Labor Force: Consuming Desires, Contested Selves*. New Brunswick: Rutgers University Press.

สัมภาษณ์

- พีศักดิ์ชัย (นักร้องร้านอีสานลำซิ่ง) วันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556
- น้อย (นักร้องลำซิ่งร้านอีสานลำซิ่ง) วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2557
- พีเกี้ยว (เจ้าของร้านอีสานลำซิ่ง) วันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2556 และ วันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2556
- พีประจักษ์ชัย (ผู้จัดการศิลปินและเจ้าของค่ายเพลง) วันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2557