

เดอคณะเดอ โกอินเตอร์



ณ วันนี้ แดนดินถิ่นอีสานถูกมองใหม่
ในฐานะที่มี character อันโดดเด่น ทันสมัย
และไม่จำกัดอยู่ในกรอบแห่งความเป็นเชยอีกต่อไป

● เรื่อง / ภาพ : วรณรัตน์ คัทมาตย์

ก ลีนล้มตำปลาไร่ไชยมาจากโต๊ะอาหาร
ทรูทรานห้างสรรพสินค้ากลางเมือง
เสียงเพลงลูกทุ่งกรุงสำเนียง
อีสานแว่วมาให้ได้ยินแทบทุกครั้ง เมื่อใช้บริการ
แท็กซี่มอเตอร์

หรือแม้กระทั่งผักพั่นคอหอมมือเก๋ๆ กางเกง
ลายผ้าขาวม้าเก่าๆ ของวัยรุ่นหนุ่มสาว ที่มัก
ซื้อหามาใส่กันตามเทรนแฟชั่นที่กำลังอินกับ
กระแสสินค้าท้องถิ่น

เหล่านี้ คือ กลิ่นอายของอีสานที่มักเผย
ตัวตนออกมาพร้อมๆ กับการใช้ชีวิตประจำวัน
ของคนเมืองได้อย่างผสมกลมกลืน เพราะคำว่า
'อีสาน' ในวันนี้ไม่ได้ถูกมองให้เป็นตัวแทนของ
ความล้าหลัง เก้าเก็บ หรือดั้งเดิมจนเข้าไม่ถึง
แต่กลับถูกพรีเซนต์มุมมองใหม่ว่าเป็นวัฒนธรรม
ที่ยุคนี้จับต้องได้ และมีเสน่ห์น่าหลงใหล
ไม่แพ้ใคร

E-San Contemporary

หากลองมองใกล้ๆ ตัว จะพบว่า คนอีสาน
เข้ามามีบทบาทในอาชีพต่างๆ ว่ากันว่าใน
กรุงเทพฯ เองถ้าจะถามหาว่าใครเป็นคนอีสาน
ใครเป็นคนกรุงเทพฯ ปัจจุบันแทบจะแยก
ไม่ออก เพราะคนอีสานเข้ามาเป็นประชากร
แฝงอยู่เต็มไปหมด

จากข้อมูลของสถาบันวิจัยประชากรและ
สังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (www.ipsr.mahidol.ac.th) ระบุว่าจำนวนประชากรที่เป็นคนภาค

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530
Ad Rate: 1,500

Section: จุติประภาย/หน้าแรก

วันที่: พฤษหส์บดี 4 กรกฎาคม 2556

ปีที่: 26

ฉบับที่: 9051

Col.Inch: 214.60 Ad Value: 321,900

หน้า: 1 (กลาง)

PRValue (x3): 965,700

ศิลป์: ลีลี

หัวข้อข่าว: เตอค้เตอ โกอินเตอร



อีสานมีมากกว่าภาคอื่นๆ คือ 19,093,000 คน

เมื่อคนอีสานมีอยู่แทบทุกพื้นที่ วัฒนธรรมอีสาน จึงถูกนำติดตัวไปและถ่ายทอดไปยังทุกๆ พื้นที่ที่พวกเขาอาศัยอยู่ สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับความเป็นอีสาน จึงมีให้พบเห็นแทบทุกหนแห่ง สำหรับแวดวงการทำธุรกิจในปัจจุบันเห็นได้ชัดว่า หลายกลุ่มธุรกิจได้เล็งเห็นถึงโอกาสทางการตลาดที่ชาววัฒนธรรมอีสานเข้ามาใส่ในสินค้าด้วย โดยยึดโยงเอาเรื่องวัฒนธรรมเข้ามาสอดประสานกับสินค้า และบริการต่างๆ เพื่อให้โดดเด่นและโดนใจลูกค้ามากขึ้น

หนึ่งในนั้น คือ กลุ่มนักออกแบบเจ้าของแบรนด์ 'ระหว่าง()'ทาง ร้านขายสินค้าที่ระลึกเล็กๆ แห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี ที่หยิบเอาอัตลักษณ์อีสานเข้ามาผสมผสานในชิ้นงานได้อย่างลงตัวและทันสมัย

รุจิรา วงษ์สามารท เจ้าของร้าน 'ระหว่าง()'ทาง ผลิตสินค้าที่ระลึกแนว E-San Contemporary Souvenir Product เล่าถึง

ที่มาของไอเดียว่า แรกสุด เธอมีคอนเซปต์ว่าอยากจะทำสินค้าที่ระลึกขาย แต่อยากให้สินค้านั้นแปลก แตกต่าง เป็นที่จดจำและทำให้ผู้บริโภคนึกถึงการได้มาเยือนอีสานอยู่เสมอ เธอจึงเลือกเอาอัตลักษณ์ของอีสานที่ชัดเจนมานำอย่างเรื่องของภาษา ลักษณะทางกายภาพของคน การแต่งกาย เข้ามาใช้ในสินค้าของเธอ

"เราเอา Character โดยรวมของคนอีสาน เอาวัฒนธรรมเช่น การใส่ผ้าซิ่น รูปลักษณะที่ผู้เฒ่าผู้แก่สวมฝม หรือลายเส้นจากฮูปแต้ม มาออกแบบให้เป็นลวดลายกราฟิกเป็นตัวการ์ตูนคนอีสานในวัยต่างๆ แล้วมาพิมพ์ลายลงบนสินค้า ซึ่งเป็นจุดขายของร้าน

นอกจากนี้มีการนำเอา คำเรียก ในภาษาอีสานมาใช้ เช่น เรียกเด็กผู้หญิงว่าอีหล้า เรียกเด็กผู้ชายว่าบักหา เรียกผู้เฒ่าผู้แก่ว่า พ่อใหญ่ แม่ใหญ่ ก็เอาตรงนั้นมาใช้เป็นลายพิมพ์ด้วยเหมือนกัน ทุกอย่างเราทำให้ร่วมสมัย คือใน

ฐานะนักออกแบบเวลาที่เราจะถ่ายทอดเรื่องอะไรก็ตาม เราจะต้องมีคอนเซปต์ในการนำเสนอ เพราะถ้าเอามาใช้โดยที่คนรุ่นใหม่ไม่เกิดความสนใจ ไม่อยากดูอยากเห็น มันก็ไม่เกิดประโยชน์ ฉะนั้นถ้าอยากให้คนรุ่นใหม่สนใจจากเหง้าดั้งเดิม เราต้องปรับให้ร่วมสมัยก่อน พอเขาสนใจแล้วจากนั้นเขาจะค่อยๆ ซึมซับไปเอง"

รุจิรา เล่าต่อว่า สินค้าที่ร้านโกอินเตอร ไปไกลถึงแดนปลายด้ามขวานมา ผ้าทอ ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหม ซึ่งผ้าเหล่านี้ไม่ได้ถูกปรับขึ้นที่ในรูปแบบผ้าถุงหรือผ้าพันคอแบบเดิมๆ แต่เอามาแปลงร่างใหม่ให้กลายเป็น กระโปรง กางเกงขาสั้น กระเป่าเป้เดินทาง กระเป่าสะพาย เคสสมาร์ทโฟน ตุ๊กตาพวงกุญแจ เป็นต้น ซึ่งการปรับลุคให้สินค้า นอกจากจะยังคงอัตลักษณ์อีสานเอาไว้ได้ครบถ้วนแล้ว ยังสอดคล้องกับวิถีชีวิตคนเมืองได้ดี

"เรียกว่าเราเอาวัฒนธรรมอีสานมาทำให้

มันดู popular ขึ้น พอนักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักเข้ามาดูแล้วชอบ เขาชื่นชมในวิถีอีสานผ่านผลงานของเรา เขาก็ถามว่า ร้านนี้อยู่ไหน ของชิ้นนี้หมายถึงอะไร wording คำว่า อีกแพ่งคืออะไร คำว่าคิดฮอดคืออะไร ใช้เมื่อไหร่ ทุกคนก็จะเริ่มถามกัน พอคนนอกพื้นที่เขาสนใจในวัฒนธรรมของเรา กลายเป็นว่ามันทำให้คนในพื้นที่ที่มีความภาคภูมิใจมากขึ้นว่าฉันก็ Proud ในความเป็นอีสานของฉันนะที่สำคัญมันทำให้คนรับรู้ว่าวัฒนธรรมได้ในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่แค่วัฒนธรรมอีสาน แต่รวมไปถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นอื่นๆ ของไทยทุกๆ คนมีส่วนขับเคลื่อนให้เมืองไทยมีเอกลักษณ์ ถ้าเราหันมาชู Character ของตัวเองให้ชัด ก็จะทำให้ความเป็นไทยมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนขึ้นในระดับสากล”

อีสานในจอทีวี

ไม่เพียงแต่ในวงการธุรกิจ แม้แต่ในสื่อต่างๆ ก็หยิบจับเอาอัตลักษณ์ความเป็นอีสานทั้งภาษา การแต่งกาย วิถีคิด และลักษณะท่าทาง ก็เอามาใช้ได้อย่างไม่เคอะเขิน

ปรากฏการณ์อีสานพีเวอร์รี่นี้แจ่มชัดมากขึ้นเมื่อละครเรื่อง ‘คุณชายรัชชานนท์’ หนึ่งในห้าของสุภาพบุรุษจากวังจันทน์ได้ออกอากาศเมื่อไม่นานมานี้ ปรากฏว่าได้รับเสียงชื่นชมจากพี่น้องชาวไทยจำนวนมาก โดยเฉพาะหนุ่มสาวชาวอีสานเองที่ชื่นชอบตัวละครเอกที่ ‘เว้าอีสาน’ ได้ตลอดทั้งเรื่อง จนติดอกติดใจไปตามๆ กัน สะท้อนให้เห็นว่าความเป็นอีสานสามารถเรียกเรตติ้ง และตอบใจหทัยคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสานจากละครโทรทัศน์ ของ **สุดาภรณ์ นิยมสิทธิ์** นิสิตปริญญาโท ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่อธิบายว่า ลักษณะของการถ่ายทอดความเป็นอัตลักษณ์ของชาวอีสานที่ปรากฏในละครโทรทัศน์มีมากขึ้นและหลากหลายจนได้รับความนิยมจากผู้รับสารจำนวนมาก และละครโทรทัศน์ที่แสดงวิถีชีวิตของชาวอีสานมีมากกว่าละครที่แสดงวิถีชีวิตของชาวท้องถิ่นในภาคอื่นๆ

นอกจากภาคกลาง ซึ่งมุ่งเสนอวิถีชีวิตกลางๆ ของคนทั้งประเทศ ส่วนด้านภาษา และเนื้อหาที่นำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสาน พบว่าละครโทรทัศน์นำเสนอภาพสะท้อนอัตลักษณ์ชาวอีสาน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านวิถีการดำเนินชีวิตและกิจกรรม ด้านดนตรี ด้านประเพณี ด้านภาษา ด้านภูมิศาสตร์ ด้านความเชื่อ และด้านศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว “กลุ่มคนชาติพันธุ์ หรือคนท้องถิ่นได้ลุกขึ้น

มาเป็นพระเอกนางเอกได้มากขึ้นกว่าแต่ก่อน คือเมื่อก่อนบทหลักๆ ของคนที่พูดอีสานได้จะเป็นบทคนรับใช้ บทตลก ตอนนั้นมันเปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งก็มองว่าเป็นเทรนของสังคมไทยที่มันเปิดกว้าง มีทัศนคติที่เริ่มเห็นถึงความหลากหลาย และเห็นตัวตนของผู้คนที่แตกต่างทางวัฒนธรรม ในสถานะที่ว่า ‘เขาก็เหมือนเรา’ และการที่สื่อหยิบมุมด้านที่ดูตลกมานำเสนอเพิ่มขึ้น ก็ทำให้เห็นว่า เป็นพัฒนาการของกลุ่มการผลิตงานบันเทิงของไทย” **สุภาพร โพธิ์แก้ว** อาจารย์ประจำภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้ความเห็นถึงบทบาทของ คนอีสานที่โดดเด่นมากขึ้นในวงการละครไทย

อาจารย์สุภาพร บอกอีกว่า Entertainment Industry ในไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น สะท้อนการเปิดประเทศในแง่มุมที่มีวิถีคิดและเริ่มเรียนรู้ ความแตกต่าง เห็นความหลากหลายทางภาษา และวัฒนธรรม โดยเฉพาะการใช้ภาษาอีสานในละครคุณชายรัชชานนท์ที่นางเอก (แต้ว-ฉัตร เตมียะกุล) พูดอีสานทั้งเรื่อง อาจจะทำให้สาวอีสานทั้งประเทศมีความมั่นใจและภูมิใจใน ความเป็นอีสานมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นยังสะท้อนให้เห็นว่าคนอีสาน มีพื้นที่ มีตัวตน มากขึ้นในการใช้ชีวิตในสังคมเมือง

“ผู้บริโภคสื่อเองก็เปิดรับมานานแล้ว เรามีคนข้างบ้าน เพื่อนร่วมงาน คนขับแท็กซี่ ไปจนถึงพนักงาน แม่ค้า ก็เป็นคนอีสาน เดินไปตามถนนหนทางเราได้ยินบทสนทนาภาษาอีสานอยู่บ่อยๆ และคนไทยยุคหลังๆ ก็ชอบท่องเที่ยวในประเทศ พวกเขาได้ไปสัมผัสกับความหลากหลายของวัฒนธรรมในบ้านเรา หรือสารคดีต่างๆ ก็หยิบยกความสวยงามของ ความเป็นท้องถิ่นเหล่านั้นมาเล่า ทำให้คนอีสาน ไม่ได้ถูกมองอย่างเหมารวม ไม่ได้เป็นแบบใดแบบหนึ่ง แต่มีหลายแบบ มีผู้ร้าย มีผู้ดี รวมอยู่ในนั้นจริงๆ เราปรับตัววัฒนธรรมอีสาน มาตั้งแต่เราทานส้มตำแล้วล่ะค่ะ”

ม่วน อัก อัตลักษณ์ที่ตอบใจภัย

เหตุที่ทำให้กระแสอีสานพีเวอร์รี่มาแรง อีกประการหนึ่ง ก็คือการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการของสังคมไทย รวมถึงปรากฏการณ์ที่สังคมสมัยนี้มักมองหาบุคลากรที่มีมิติในอาชีพต่างๆ ผ่านเวทีการประกวดที่มีมากขึ้นกว่าในอดีต

ผศ.ดร.ปฐม หงษ์สุวรรณ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิเคราะห์ถึงปรากฏการณ์นี้ว่า เกิดจากความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย กระแสของโลกาภิวัตน์ และยุคของการพัฒนา เนื่องจากสังคมไทยเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรมมากขึ้นทุกขณะ จึงทำให้วิถีชีวิตของ

คนชนบทเปลี่ยนไปด้วย และวิถีชีวิตชนบทกรรมนิ ของคนอีสานพบว่าการโยกย้ายถิ่นฐานเพื่อเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรม คนอีสานกระจัดกระจายไปทั่วตั้งแต่เหนือจรดใต้ วัฒนธรรมของคนอีสาน จึงกระจายไปพร้อมกับผู้คน

“เมื่อมีอิทธิพลของสื่อสมัยใหม่ เช่น ละคร ภาพยนตร์ เข้ามา ทำให้คนรับรู้ตัวตนของอีสาน ในแบบใหม่ จากเมื่อก่อนคนอาจจะมองคนอีสาน เป็นคนบ้านนอก แต่ความเป็นบ้านนอกในสังคม บัจจุบันมันขายได้ อาจจะมีกระแสของความโยกย้าย อุดดีของคนเมืองร่วมด้วย จะเห็นว่าวิถีชีวิตของ คนเมืองเขาเห็นแต่บรรยากาศที่ดูสวย แข่งขันกัน เขาก็เลยโยกย้ายอดีตซึ่งก็คือสังคมชนบทที่ บริสุทธิ ไม่แก่งแย่งแข่งขัน อากาศดี เหล่านี้คือสิ่ง ที่เขาโยกย้าย ดังนั้นอีสานก็เลยเป็นคำตอบหนึ่ง สำหรับโจทย์ที่เขาตั้งขึ้นมา เหล่านี้ก็อาจจะเกิด จากอิทธิพลของกระแสการพัฒนานะ”

อาจารย์ปฐมบอกว่า อีกทางหนึ่งตัว วัฒนธรรมอีสานเองก็ถูกปรับโฉมให้ทันสมัย มากขึ้น รวมไปถึงการสร้างแบรนด์ของความ เป็นอีสานในสื่อก็ถูกสร้างลุกใหม่ขึ้นมา เช่น ดาราสมัยนี้ก็มีลุคความเป็นอีสานเข้ามาอย่าง ณฑธนุ คุกกี้มียะ เป็นนักแสดงที่น่าเสนอความ เป็นอีสานได้ชัดเจน รวมถึงดาราสีบล้อคนอีสาน อีกหลายๆ คนในวงการบันเทิงที่เข้าวงการได้ด้วย การประกวดความสามารถ ซึ่งปรากฏการณ์ที่มี เวทีประกวดที่เปิดรับสมัครคนจากทั่วประเทศ เหล่านี้เอง ที่เปิดโอกาสให้คนต่างจังหวัดมี เส้นทางให้เดินสู่การเป็นซูเปอร์สตาร์ได้ทำให้ คนท้องถิ่นมีตัวตนในสังคม

“กรณี ณฑธนุ คือเขาซื้อใจคนอีสานได้ ด้วยการทำเขาพูดอีสาน แม้ว่าหน้าตาเขาไม่ใช่คน อีสานแต่มีอัตลักษณ์ความเป็นอีสาน ทุกวันนี้ คนอีสานไม่ใช่ว่าต้องมีโทนเดียว แต่เป็นลูกครึ่ง ก็ได้ ฉะนั้นความเป็นอีสานก็มีการปรับเปลี่ยน คิดว่าปรากฏการณ์นี้เป็นช่วงเปลี่ยนผ่านที่ทำให้ ภาพของอีสานกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจขึ้นมา”

จึงไม่น่าแปลกใจที่ตอนนี้คนยุคใหม่หันมา มองอีสานเห็นตัวตนของอีสานได้มากขึ้น ก่อเกิด ปรากฏการณ์ของผู้คนในแวดวงต่างๆ ที่หยิบเอา ความเป็นอีสานมาเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิต

“ความเป็นอีสานมันมีความเฉพาะตัว มีลูกเล่น สีสัน ที่น่าหยิบมาใช้ อย่างคำว่า ‘แซบ’ ตอนนั้นมันก็สาลไปแล้วทั้งประเทศไทย ใครๆ ก็แซบกันหมด ไม่จำกัดอยู่แค่ที่ภาค อีสานแล้ว” อาจารย์ปฐมกล่าวทิ้งท้าย