

กลับบ้าน: มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกับการสื่อสาร ความหมายของการคืนถิ่น

พันธกานต์ ทานนท์¹

บทคัดย่อ

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเป็นอีกหนึ่งพื้นที่การสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์กับเรื่องราว วิถีชีวิต และอุดมการณ์ของยุคสมัยในสังคม บทความวิชาการนี้เกิดจากการตั้งข้อสังเกตของผู้เขียนเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่เผยแพร่ผ่านยูทูบในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2563-2566 ซึ่งมีเนื้อหาและการเล่าเรื่องราวที่เชิญชวนให้ผู้คนกลับบ้าน จึงนำมาสู่โจทย์ของการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารความหมายในประเด็นเกี่ยวกับ “การกลับคืนถิ่นฐาน” ซึ่งจะให้เห็นความหมายและกลวิธีการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับการกลับคืนถิ่น รวมทั้งภายใต้การสื่อสารนั้นได้ซุกซ่อนอุดมการณ์อะไรไว้บ้าง ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาผ่านภาพและเนื้อเพลงจากกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอทั้งสิ้น 14 เพลง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำมาศึกษาครั้งนี้ สื่อสารความหมายเกี่ยวกับการคืนถิ่นฐาน ผ่านกลวิธีการสื่อสารที่สำคัญคือ การเปรียบเทียบคู่ตรงข้ามระหว่างเมืองกับชนบท อาทิ กรุงเทพฯ เป็นเมืองแห่งความวุ่นวาย ผู้คนไม่มีความจริงใจ มีความไม่แน่นอน และอาจไม่ใช่เป้าหมายเดียวของการใช้ชีวิตรอด รวมทั้งยังฉายภาพให้เห็นข้อดีของการกลับคืนถิ่น ต้นทุนจากท้องถิ่นที่มีคุณค่าสามารถพึ่งพาตนเองได้ การเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารในสังคมชนบท คนรุ่นใหม่สามารถใช้ต้นทุนและความรู้เหล่านั้นสร้างอาชีพสร้างรายได้ โดยไม่ต้องเดินทางเข้ามาหางานในเมืองใหญ่ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง

* วันที่รับบทความ 23 มิถุนายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ 10 กันยายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ 21 กันยายน 2567

¹ อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรการสร้างสรรค์ดิจิทัลคอนเทนต์และสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

เหล่านี้กำลังประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นมา รวมทั้งยังสร้าง
อุดมการณ์ท้องถิ่นนิยมกับคนรุ่นใหม่

คำสำคัญ: มิวสิควิดีโอเพลงลูกทุ่ง ยุทูบ การสื่อสาร คีนถิ่น

Coming Home: Lukthung Music Videos and the Returning to Hometowns

Phanthakan Thanon²

Abstract

Lukthung music videos are another area of communication that interacts with the narratives, lifestyles, and ideologies of contemporary Thai society. This academic article stems from the observations of the author regarding communication through Lukthung music videos disseminated via YouTube between the years 2020-2023 (B.E. 2563-2566), which contain content and storytelling aimed at inviting people to return home. This led to the research question aimed at studying the communication of meaning around the theme of “returning to hometowns”, which seeks to reveal the meanings and communication strategies related to people returning to their hometowns, including the ideologies hidden within that communication. This will be done through content analysis of visuals and lyrics from a sample group of 14 music videos.

The results of the study found that the sample group of Lukthung music videos used in this study communicates meanings about people returning to their hometowns in a new form of rural life through a significant communication method, namely, contrasting urban and rural settings. For instance, Bangkok is portrayed as a bustling city where people lack sincerity, experience uncertainty, and may not be the only place for survival. Moreover, the videos also highlight the advantages

² Lecturer in the Digital Content and Media Creation Program, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok

of returning home, including social capitals in local areas, resources for self-sufficiency, and access to communication technology in rural communities. This allows the younger generation to utilize these capitals, resources, and knowledge to establish careers and generate income without needing to migrate to urban areas for employment. Our analysis suggests that these Lukthung music videos are actively constructing a social reality while also fostering an ideology of localism among the younger generation.

Keywords: Lukthung music videos, YouTube, communication, returning to hometowns

บทนำ

“จะไม่กลับหลังถ้ายังไม่ได้ดี
สาบานผ่านฟ้า สัญญาต่อดินถิ่นรัก
เหนื่อยยากเพียงไหน ย้ำใจให้ทน
หลายคราวอ่อนล้า กลับตาเห็นความยากไร้
ดั่งนกไร้คอน บินร่อนในดงคอนกรีด
ให้สู่ทุกฉาก จากตื่นถึงหลับตานอน
จะไม่กลับหลัง ถ้ายังไม่ได้ดี
บอกแม่ให้รอ บอกพ่อให้คอยความหวัง

เอ๋ยถ้อยคำนี้ ต่อหน้าแม่พ่อวันจาก
ก่อนลามาสู่งานหนักปักหลักสร้างตัวเมืองไกล
ลำบากเหลือล้น อยู่ได้ขายคาเมืองใหญ่
หนี้สินภาระยิ่งใหญ่ รอให้กลับไปไถ่ถอน
ละครชีวิต ถูกขีดด้วยความเดือดร้อน
ปลอบฝันสักวันคืนคอน เสริมใจให้มีพลัง
เก็บถ้อยคำนี้ จดไว้ในใจทุกอย่าง
จะทำให้ฝันถึงฝั่ง เพื่อถางเส้นทางกลับมา”

เพลง สัญญากับใจ - จอมขวัญ กัลยา (2544)

จากเนื้อเพลง *สัญญากับใจ* ต้นฉบับเดิม ที่ขับร้องโดย จอมขวัญ กัลยา ถูกเผยแพร่ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2544 ซึ่งปัจจุบันบทเพลงนี้ก็ยังมียอดวิวใหม่ นำมาขับร้อง และมักได้ยินผ่านเวทีการประกวดเพลงลูกทุ่งอยู่เสมอๆ จากบทเพลงนี้เป็นที่มาของการตั้งข้อสังเกตประการหนึ่งกับการสื่อสารผ่านเนื้อหาของเพลงลูกทุ่ง เพราะหากมองพื้นที่ของเพลงลูกทุ่งที่มีความเชื่อมโยงกับบริบททางสังคม จะเห็นได้ว่า ะลอกหนึ่ง เพลงลูกทุ่งมักสื่อสารการเล่าเรื่องราวการย้ายถิ่นฐานของผู้คนจากชนบทเพื่อเข้ามาต่อสู้ในเมืองใหญ่ ดิ้นรนหนีความยากจน การเข้ามาแสวงหาโอกาส การศึกษาต่อ การประกอบอาชีพเพื่อมุ่งหวังการมีชีวิตที่ดีขึ้นของตนเองและครอบครัว โดยสิ่งที่เป็นคุณค่าสำคัญให้ผู้คนที่ย้ายถิ่นฐานมาในเมืองกรุง ยังคงยืนหยัดเพื่ออดทนรอ ดังเนื้อเพลงที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ที่กล่าวว่า “จะไม่กลับหลัง ถ้ายังไม่ได้ดีเก็บถ้อยคำนี้ จดไว้ในใจทุกอย่าง บอกแม่ให้รอ บอกพ่อให้คอยความหวัง จะทำให้ฝันถึงฝั่ง เพื่อถางเส้นทางกลับมา” เพราะฉะนั้น การสื่อสารความหมายการพลัดถิ่นของแรงงานจากชนบทที่เข้ามาในเมืองในระลอกยุคแรกๆ นั้น จึงเป็นภาพของการต่อสู้ดิ้นรนและอดทนรออย่างมีความหวัง หากไม่ประสบความสำเร็จจะไม่กลับคืนถิ่นฐาน

เพลงลูกทุ่ง บทเพลงของชนชั้นรากหญ้า ที่ตัดสินใจทิ้งถิ่นฐานบ้านเกิดเข้ามาแสวงหาโอกาสในกรุงเทพฯ เมืองหลวงและศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นภาพที่จินตนาสังคมไทย แม้เวลาจะผ่านมานานกว่ากึ่งศตวรรษ นับตั้งแต่

ประเทศไทยเริ่มพัฒนาเศรษฐกิจสมัยใหม่ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับแรกเมื่อปี 2504 หมายความว่าแรกของการเปลี่ยนผ่านจากสังคมเกษตรสู่สังคม อุตสาหกรรมและบริการ (แนวน้ำ, 2564) สอดคล้องกับที่ ศิริพร กรอบทอง (2547) ระบุไว้ในหนังสือเรื่อง *วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย* โดยอธิบาย ถึงเนื้อหาสาระของเพลงลูกทุ่ง ที่เป็นดังภาพสะท้อนวิถีชีวิตของคนชนบทในภาวะ ความเหลื่อมล้ำของเมืองกับชนบท ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาประเทศตาม แนวทุนนิยมเสรีที่ได้เริ่มดำเนินการอย่างจริงจังตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) เนื้อหาสาระของเพลงลูกทุ่งจึงได้ปรับตามบริบท ของสังคม โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวชนบท ได้สะท้อนออกมาเป็น แง่มุมต่างๆ อย่างชัดเจน ด้วยคุณลักษณะการปรับตัวได้อย่างสอดคล้องกับวิถี ของคนชนบท ทำให้เพลงลูกทุ่งเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางของคนชนบท และการ ที่คนชนบทซึ่งได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเศรษฐกิจและสังคมทุนนิยม จนทำให้มีบทบาทเป็นแรงงานในภาคการผลิตที่สำคัญของประเทศ ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และการบริการ ดังตัวอย่างงานของ พันธกานต์ ทานนท์ (2561) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของภาพผู้หญิงชนบทพลัดถิ่นในเพลงลูกทุ่ง พบว่า เนื้อหาที่เริ่มปรากฏในเพลงลูกทุ่งช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 จะสะท้อนให้เห็นปัญหา ของสังคมไทย กล่าวคือ การย้ายถิ่นฐานในการประกอบอาชีพของชาวชนบท หญิงสาวเข้าสู่เมืองกรุงเพื่อมาทำงานเป็นสาวใช้ กรรมกรในโรงงานทอผ้า สาวบาร์ เป็นต้น เป็นภาพของผู้หญิงที่ดิ้นรนพลัดถิ่นเข้าเมืองด้วยปัญหาความยากจน ปัญหาหนี้สิน โดยยุคนี้ผู้หญิงจะกังวลถึงความไม่แน่นอนของสังคมเมือง และมัก ไม่ค่อยประสบความสำเร็จมากนัก แต่ในยุคสอง หลังจากเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัว ในช่วงหลัง ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ภาพของผู้หญิงชนบทพลัดถิ่นในระลอกนี้ เป็นภาพของผู้หญิงที่เข้ามาด้วยความหวัง การแสวงหาการเปลี่ยนแปลงในชีวิต ที่ดีขึ้น เพื่อจะเข้ามาเพิ่มทุนความรู้ และผู้หญิงเหล่านี้ยังมีบทบาทเป็นเสมือน หัวหน้าครอบครัวอีกด้วย นอกจากนี้ เพลงยังแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของผู้หญิง ชนบทพลัดถิ่นในเรื่องของความขยัน ความฝัน ความหวัง ความอดทนเพื่อรอคอย ความสำเร็จ

หากทว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2563 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ผู้เขียนในฐานะ “คนฟังเพลง” สังเกตเห็นว่า เนื้อหาของเพลงลูกทุ่งบางส่วนที่ถูกนำเสนอผ่านพื้นที่ของยูทูปจากหลากหลายค่ายเพลง มีการสื่อสารความหมายของแรงงานที่แตกต่างไปจากเดิม นั่นก็คือ การนำเสนอเนื้อหาและเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับ “การกลับคืนถิ่นฐาน” ของแรงงานชนบท ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลง *อยากซื้อบ้านนอกให้แม่* ที่ปรากฏตัวขึ้นเมื่อช่วงต้นปี พ.ศ. 2567 ผ่านการขับร้องของนักร้องหนุ่มตามฝันจากบ้านไกล ไผ่ พงศธร ซึ่งประพันธ์คำร้องและทำนองโดย สลา คุณวุฒิ ศิลปินแห่งชาติ พ.ศ. 2564 สาขาศิลปะการแสดง (ดนตรีไทยสากล ประพันธ์เพลงไทยลูกทุ่ง) ที่เนื้อหาของเพลงนำเสนอให้เห็นว่า ชีวิตของผู้คนที่เข้ามาต่อสู้ในกรุงเทพฯ เริ่มไม่ใช่คำตอบ ผู้คนเริ่มทยอยกลับบ้าน คืนถิ่นถาวร ดังเนื้อเพลงที่กล่าวไว้ว่า

“...เขาเคยใช้แผนพระเจ้าตาก
แบบว่ายอมทูป หม้อข้าวหม้อแกง
เข้ามาสู้ เข้ามาหาเอาใหม่
ถึงบ่รวยแต่กะพออยู่ได้
หอมเบิ่งคนที่เข้ามาสู้พร้อมกัน
อิม่กะเบิ่งทรงเหงากว่าปีก่อน
...อิม่อยากกลับเมื่ออยู่บ้านนอก
ความจนบีบให้เฮาจากนา
ถึงบ้านนอกสิยังยากเข็ญ
คำสัญญาของลูกผู้ชาย
เปิดฟังหมอลำผ่านมือถือจ๊กคราว
สิหาเงินซื้อบ้านนอกให้แม่
ได้กลับไปเดินคันไถ

วันตัดใจจากบ้านนา มาเมืองใหญ่
ขายหมูข่อน ขายนา ขายไร่
กะสู้สู้กว่าดีขึ้นกว่ามือก่อน
แต่หลายปีไป หัวใจเริ่มสั่นคลอน
ทยอยกลับ คืนถิ่นถาวร
ได้ยีนล่ำกลอน กะน้ำตากะย้อย...บ่อก
แต่บ่มีบ้านนอกให้กลับเมื่อหา
แต่ความคิดฮอดขอร้องว่าให้กลับไป
แต่ก็เป็นบ้านของหัวใจ
เพื่อนี้สิใช้รับปากกับแม่
ได้กลับไปหย่าบุญบ้านเฮาแท้แท้
สิหาเงินซื้อท่งนาคืนให้อิม่
ทางเดิมที่เฮาจากมา”

เพลง *อยากซื้อบ้านนอกให้แม่* - ไผ่ พงศธร (2567)

จากจุดเริ่มต้นความสงสัยดังกล่าว ผู้เขียนจึงได้ทบทวนบทเพลงลูกทุ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเชิญชวนผู้คนกลับถิ่นฐานบ้านเกิด ซึ่งบทเพลงเหล่านั้นไม่ได้บอกแค่ข้อดีของการกลับไปอยู่บ้าน หากแต่ยังนำเสนอช่องทางหรือวิถีชีวิตของ

คนรุ่นใหม่ที่สามารถใช้ชีวิตในสังคมชนบทอย่างมีความสุขได้ ยกตัวอย่างเช่น เพลง *กลับบ้าน* ของ ปราง ปรางทิพย์ หรือผลงานเพลงจากนักร้องลูกทุ่งอีสานที่สามารถสร้างยอดวิวสูงสุดในประเทศ ครองแชมป์อันดับ 1 ถึง 3 ปีซ้อน อย่าง มนต์แคน แก่นคูน ในผลงานเพลง *แรงก่อนสุดท้าย* ซึ่งเป็นหนึ่งในผลงานดิจิทัลอัลบั้มที่บอกเล่าเรื่องราวการทำงานในเมืองกรุง และเดินทางกลับถิ่นฐาน หรือในเพลง *เมื่อบ้านเฮากันเถาะ* ของ ไข่ พงศธร ที่ขับร้องร่วมกับ ต่าย อรทัย ในอัลบั้มเพลงมิตรภาพ ก็ล้วนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการย้ายกลับถิ่นฐานของผู้คนที่พลัดถิ่นมาทำงานในเมืองกรุง นำมาสู่ความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาเนื้อหาของเพลงลูกทุ่ง

การศึกษาเพลงลูกทุ่งนั้น สามารถศึกษาได้ในหลากหลายมิติ ดังที่ อิทธิเดช พระเพ็ชร และเชาวฤทธิ์ เชาวน์แสงรัตน์ (2562: 61) ได้อธิบายถึงข้อเสนอทางวิชาการในงานศึกษาเพลงลูกทุ่ง โดยเฉพาะงานที่ศึกษาการสื่อสารเพลงลูกทุ่ง ผ่านคำร้องว่า อาจแบ่งได้เป็น 3 ข้อเสนอหลัก คือ (1) เพลงลูกทุ่งเป็นสิ่งบันเทิงแนวเพลงไทยสากลแนวหนึ่งที่เป็นเพลงไทยสมัยใหม่ แต่บทเพลงมีลักษณะของจารีตทางศิลปะและวัฒนธรรมของสังคมไทยดั้งเดิมโดยศิลปินจากชนบท (2) เพลงลูกทุ่งคือภาพสะท้อนของพัฒนาการความคิดทางการเมืองของคนไทย โดยเฉพาะคนไทยในระดับรากฐานของสังคม อันได้แก่ ชาวนชนบท ผู้ใช้แรงงาน และ (3) เพลงลูกทุ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างเมืองกับชนบท โดยเฉพาะวัฒนธรรมเมืองมีอำนาจและบทบาทในการนำข่าวสาร วัฒนธรรมค่านิยม เทคโนโลยี ฯลฯ สู่ชนบท

ด้วยความที่เพลงลูกทุ่งได้รับความนิยมชมชอบและมีอิทธิพลต่อชีวิตผู้คนเป็นจำนวนมาก คือ มีทั้ง “ผู้ฟัง” ที่คล้อยอารมณ์ทุกข์ สุข เหงา เศร้า คิดถึง ฯลฯ ไปตามเนื้อหาการสื่อสารของเพลง มีทั้ง “ผู้แต่ง” ที่ต้องการสื่อสารความรู้สึกและประสบการณ์ของตนออกมาเป็นบทเพลง ขณะที่สำหรับอีกหลายคน เพลงลูกทุ่งคือ ความใฝ่ฝันที่จะนำพาตนเองไปเป็น “นักร้อง” ได้ขับกล่อมบรรเลงให้มิตรรักแฟนเพลงได้ฟัง ดังนั้นแวดวงวิชาการศึกษาของไทยจึงให้ความสนใจศึกษาเพลงลูกทุ่งผ่านแง่มุมต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทั้งทางด้านนิเทศศาสตร์

มานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ ฯลฯ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546) และที่สำคัญ เพลงลูกทุ่งยังได้รับการศึกษาในฐานะกระบวนการสร้างความหมายและความเป็นจริงทางสังคมในการสะท้อนทัศนคติของศิลปินและผู้ฟัง รวมทั้งยังเป็นกลไกทางวัฒนธรรมในการควบคุมความหมายและความจริงของรัฐอีกทางหนึ่ง (พิมพ์ชนา พักเปี่ยม และกิตติ กันภัย, 2554)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เห็นว่า ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นมา หากมองความเชื่อมโยงระหว่างการนำเสนอเนื้อหาเพลงลูกทุ่งกับภาพของความเป็นจริงทางสังคม ในช่วงที่สถานการณ์ทางเศรษฐกิจไทยกำลังหดตัวเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ระบบอุตสาหกรรมในเมืองหยุดชะงัก ผู้คนตกงาน และเกิดแรงงานอพยพ หรือปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “การลาออกครั้งใหญ่” (The Great Resignation) ที่หลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย คนทำงานหันกลับมาให้เวลากับครอบครัวมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการเติบโตของเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานแบบใหม่ หรือที่เรียกว่า วิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) ที่เอื้อประโยชน์ให้คนรุ่นใหม่ทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา สอดคล้องกับที่ จตุรงค์ นภากาศ (2565) ได้อธิบายว่า โควิด-19 นำพาปรากฏการณ์ที่เรียกว่า อภิมหาลาออก หรือ The Great Resignation มาสู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกพอสมควร เพราะคนเริ่มที่จะทบทวนและปรับเปลี่ยนความคิดมากขึ้นว่า แท้จริงแล้วตนเองต้องการอะไร และอาจจะเริ่มรู้สึกว่าการทำงานที่บ้านช่วยให้ตนเองมีสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวมากขึ้น ใช้ชีวิตได้ยืดหยุ่นมากขึ้น หรือพอทำงานอยู่บ้านในช่วงระยะเวลาหลายๆ อาจจะทำให้เกิดความรู้สึกว่าหมดใจ หรือหมดไฟในการทำงาน โดยในประเทศไทย จากผลสำรวจขององค์กรหลายแห่งพบว่า มีตัวเลขของการลาออกเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปี 2564 โดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

ความเป็นจริงทางบริบทสังคมเหล่านี้ น่าจะส่งผลต่อการนำเสนอของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่เกิดการกระตุ้นการสื่อสารความหมายของการกลับคืนถิ่นฐานของแรงงานชนบท จึงนำมาสู่บทความวิชาการนี้ กับการตั้งข้อสังเกตโดยหยิบยกตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่ถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม มา

วิเคราะห์การสื่อสารความหมายในประเด็นเกี่ยวกับ “การกลับคืนถิ่นฐาน” ผ่านการวิเคราะห์เนื้อเพลงและภาพที่สื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอจากกลุ่มตัวอย่างเพลงที่ได้คัดสรรมา รวมทั้งการศึกษาข้อมูลทฤษฎีจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาคำตอบการสื่อความหมายเกี่ยวกับการกลับคืนถิ่นฐานของแรงงานชนบทที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเหล่านั้นว่า ได้บรรจุความหมาย ความคิด ความรู้สึก หรืออุดมการณ์ของยุคสมัยไว้อย่างไรบ้าง

ชมมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง...ฟังการสื่อสาร

บทความวิชาการนี้ผู้เขียนมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์การสื่อสารของเพลงลูกทุ่งกับประเด็นการนำเสนอความหมายการกลับคืนถิ่นฐาน โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาประกอบการวิเคราะห์ความหมาย ทั้งแนวคิดเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง แนวคิดเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอ แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ตัวบท และแนวคิดท้องถิ่นนิยม ผ่านการวิเคราะห์เนื้อเพลงและภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่เผยแพร่บนยูทูบในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2563-2566 เหตุผลสำคัญที่เลือกช่วงปีดังกล่าวนี้ สืบเนื่องมาจากเป็นช่วงปีที่ให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างภาพของเพลงลูกทุ่งกับภาพของความเป็นจริงทางสังคมเป็นช่วงที่สถานการณ์ทางเศรษฐกิจไทยกำลังหดตัว เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลให้ระบบอุตสาหกรรมในเมืองหยุดชะงักและหดตัวลงด้วย ซึ่งน่าจะส่งผลต่อการนำเสนอผ่านพื้นที่ของเพลงลูกทุ่ง โดยผู้เขียนใช้การคัดเลือกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวนทั้งสิ้น 14 มิวสิกวิดีโอ รวมทั้งการศึกษาข้อมูลทฤษฎีจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านเนื้อร้องและเรื่องราวในมิวสิกวิดีโอ ที่เกี่ยวกับการความต้องการหรือการเชิญชวนการกลับคืนถิ่นฐานเป็นเนื้อหาหลัก โดยไม่จำกัดค่ายเพลง

2. เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำเสนอความต้องการ หรือการเชิญชวนการกลับคืนถิ่นฐาน ในมุมมองคนของพลัดถิ่นที่ยังอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ หรือในมุมมองของคนที่ยังอาศัยอยู่ในถิ่นฐานต่างจังหวัดก็ได้

3. เป็นมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่เผยแพร่บนยูทูปในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2563-2566 และสามารถค้นหาแหล่งที่มาของผู้ผลิตได้

โดยจากการสำรวจข้อมูล ผู้เขียนคัดเลือกมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

ตารางที่ 1 รายชื่อมิวสิกวิดีโอเพลงที่ลูกทุ่งที่สื่อความหมายถึงความต้องการหรือการเชิญชวนการกลับคืนถิ่นฐาน

ลำดับ	ชื่อเพลง	ศิลปิน	ค่ายเพลง/สังกัด	วันเดือนปี
1	กลับบ้าน (ท๊อบว๊ว)	บ๊วก ศุภกาญจน์_Underground	บังเอิญ มิวสิค	25 ก.พ. 2563
2	กลับบ้าน	ปราง ปรางทิพย์ Feat. YoYo	Natha Project	15 เม.ย. 2563
3	แรงก่อนสุดท้าย	มนต์แคน แก่นคูณ	แกรมมี่โกลด์	17 ธ.ค. 2563
4	เมื่อบ้าน	เนม สุรพงศ์ Feat. อันนี่ นิชาดา	จั่วจั่ว สตูดิโอ	18 มี.ค. 2564
5	เมื่อบ้านเฮากันเถาะ	ไผ่ พงศธร Feat. ต่าย อรทัย	แกรมมี่โกลด์	2 เม.ย. 2564
6	กลับบ้านเฮา	เอกรวิ วีระพันธ์	ฮักแพง เร็คคอร์ด	15 พ.ค. 2564
7	คืนเมื่อ	เอกรวิ วีระพันธ์ Feat. หญิง อารีญา	ฮักแพงเร็คคอร์ด	18 ส.ค. 2564
8	หอมทาง	เบิร์ล ปทุมราช	อาร์สยาม	26 พ.ย. 2564
9	ปี่ลำข้าว	เวียง นฤมล	แกรมมี่โกลด์	17 ธ.ค. 2564
10	บ้านเฮากะสำบ้านเฮา	ดอกรัก ดวงมาลา	ดอกรัก Channel Official	19 ธ.ค. 2564
11	คิดฮอดบ้านเฮา	เจมส์ จตุรงค์	เจมส์ จตุรงค์ Official	13 ก.พ. 2565
12	คืนเมื่อบ้านเฮา	แจ๊ค ลูกอีสาน	แจ๊ค ลูกอีสาน	5 พ.ย. 2565
13	ผู้เฒ่าแนมทาง	คู่ย เชียงรัมย์	เชียงรัมย์ Studio	9 มี.ค. 2566
14	เมื่อยามบ้านเฮา	ก๊ิบสัน รังสรรค์	ภูไทมิวสิค	1 ธ.ค. 2566

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกับการสื่อสารความหมายของการคืนถิ่น

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งทั้ง 14 เพลง ผู้เขียนค้นพบการนำเสนอเรื่องราวถึงความต้องการการหวนกลับคืนถิ่นฐาน จากทั้งมุมมองของคนที่พลัดถิ่นมาทำงานในกรุงเทพฯ และในมุมมองของผู้คนจากชนบทที่เรียกร้องให้คนพลัดถิ่นกลับคืนถิ่นฐาน โดยมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเหล่านั้นได้นายภาพความหมายของการกลับบ้านผ่านกลวิธีการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจ โดยสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญที่ค้นพบได้ดังนี้

(1) เมือง (หลวง) แล้งน้ำใจ วุ่นวาย อุ่นกาย แต่หัวใจเหงา

ในหลากหลายมิวสิกวิดีโอมีการนำเสนอภาพของความเป็นคู่ตรงข้ามระหว่างความเป็นเมืองกับชนบท โดยใช้รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนที่จำเป็นต้องย้ายถิ่นฐานเข้ามาในกรุงเทพฯ ทั้งในด้านความวุ่นวายในการใช้ชีวิตของผู้คน ความไม่จริงใจของผู้คน และการไกลถิ่นฐานทำให้เกิดสภาวะของการคิดถึงบ้าน เกิดอาการเหงาหรือที่เรียกว่า “ภาวะแปลกแยก” (alienation) ระหว่างตนเองกับพื้นที่กับรูปแบบชีวิตที่ผิดแปลกไปจากเดิม ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลง *กลับบ้าน* ที่ขับร้องโดย ปราง ปรางทิพย์ ที่กล่าวว่า เมืองหลวงเปรียบเสมือนเมืองชั่วคราวที่ต้องมาอยู่อาศัย จนต้องเกิดความเหงา แต่ยังต้องการกลับบ้านไปชมตรงผืนดินของชนบทที่จากมาเพราะมีความอบอุ่นใจ

เพลง *กลับบ้าน* - ปราง ปรางทิพย์

“...อยากกลับไปชมดินที่ที่เดิมบ้านเรา	อยู่เมืองชั่วคราวความเหงาไม่เคยจางหาย
อยากกลับไปชมดินที่ที่จากมาไกล	อยากพาหัวใจไปชมลงไออุ่นเดิม
...เดินทางมาไกลแค่ไหน หัวใจไล่ตามความฝัน	ความหวังคอยเป็นพลัง ผลักสู้ทุกวันให้ผ่าน
เมืองไกลนี้ใจมันท้อ ต้องรออีกนานแค่ไหน	ความฝันที่ตั้งใจไว้เมื่อไรจะมาถึง
...สายลมเย็นอ่อนโยนพัดผ่าน น้ำตามันก็รินไหล	ไม่รู้วันใดจะเดินไปถึงซักที
เหมือนมีคนคอยกระซิบบอก ว่าท้ออ่อนแรงเมื่อไหร่	ยังคงเหลือที่ให้ฉันได้เดินกลับไป”

เช่นเดียวกับเพลง *เมื่อบ้าน* ที่ขับร้องโดย เนม สุรพงศ์ ร่วมร้องกับ อันนี่ นิชาดา ก็มีการเปรียบเทียบกรุงเทพฯ ว่า ถึงแม้เป็นเมืองแห่งความเจริญรุ่งเรือง มีความศิวิไลซ์ แต่ผู้คนในเมืองหลวงแห่งนี้ก็ไม่มีความจริงใจเหมือนกับคนที่บ้านของตน จนรู้สึกต้องการหลบหนีความวุ่นวายใจกลับไปซบไอบ้านที่บ้านนาของตน

เพลง *เมื่อบ้าน* - เนม สุรพงศ์ Feat. อันนี่ นิชาดา

“...มันเหนื่อย มันล้า กับงานกับคนต้องทนให้ไหว คนที่บ่จริงจัง ในเมืองศรีวิไล ที่บ่แม่นบ้านเฮา
หอบเอาความจน ต่อสู้ดิ้นรนกับโชคชะตา บ่ว่าหนักหรือเบา ถึงสิเมื่อยล้าได้
บอกใจว่าต้องไหว ยังมีคนรออีกมากมาย
...ยินเสียงแคน ดังแว่ว ผ่านชอกตึกสูง เหมือนคำทวงสัญญา แค่หลับตา
กะเห็นแต่ทางกลับบ้าน โอ้ย..
...อยากลิกกลับไปซบ อุ่นไอบ้านนา ยามที่ใจเหนื่อยล้า เรี่ยวแรงเหี่ยวเฉา
อยากนอนขาขึ้นห้างถึงเถียงนาคือเก่า เบื่อแล้วห้องเช่า มันบ่สบายกาย
...อยากสิหนีให้พ้น คนที่บ่จริงจัง หนีจากความวุ่นวาย กลับคืนบ้านนา
อยากลิกกลับไปกอด ผู้เฒ่าคนคอยคองถ่า... ฮือ...”

ข้อสังเกตเนื้อเพลงข้างต้น พบว่า การอพยพย้ายถิ่นฐานของผู้คนนั้นมีแรงบีบบังคับทางเศรษฐกิจ ด้วยความยากจนที่ต้องต่อสู้กับโชคชะตาเพื่อมุ่งหวังให้ชีวิตดีขึ้น เพราะต้องมีหน้าที่ในการดูแลคนในครอบครัว แต่อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องการกลับไปอยู่ที่บ้านของตน ต้องการกลับไปใช้ชีวิตที่ไม่วุ่นวาย และหลีกเลี่ยงจากความไม่จริงใจของผู้คนในเมืองหลวงแห่งนี้ รวมทั้งในเพลง *เมื่อบ้านเฮากันเถาะ* ที่ขับร้องโดยนักร้องอีสานคู่ขวัญอย่าง ไผ่ พงศธร กับ ต่าย อรทัย ก็นำเสนอเรื่องราวของพี่น้องชาวอีสานที่พลัดถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ ซึ่งเนื้อเพลงเชิญชวนให้ผู้คนกลับคืนถิ่นฐาน ซึ่งเนื้อเพลงเผยให้เห็นทั้งด้านดีและด้านลบของกรุงเทพฯ ว่า ถึงแม้จะเป็นเมืองเจริญเปรียบดังเช่นเมืองแห่งสวรรค์ แต่อีกด้านก็เป็นเมืองแห่งหมอกควัน แดดไม่อบอุ่น ฟ้าไม่สดใส ไม่มีความอบอุ่นเหมือนเช่นบ้านนา

เพลง เมื่อบ้านเฮากันเถาะ - ไข่ พงศธร x ต่าย อรทัย

(ไข่) “เมื่อบ้านเฮากันเถาะน้อ	เมื่อบ้านเฮาเนาะ อยู่กะคนแล้วเมืองสวรรค์
ลาเต้อลา เมืองหมอกควัน	คิดฮอดกลิ่นดิน กลิ่นนาหลายๆ
(ต่าย) เมื่อบ้านเฮากันเถาะน้อ	เมื่อบ้านเฮาเนาะ อยู่กะคนแล้วเมืองใหญ่
แดดบ่อุ่น ฟ้ามใส	บ่คือท่งไห้ ท่งนา ที่บ้านเฮา”

นอกจากนี้ ในเพลง *กลับบ้าน* ที่ขับร้องโดย บ๊ี้ค ศุภกาญจน์_Underground ยังฉายภาพของผู้คนที่พลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ ด้วยเหตุผลหลากหลายประการ ทั้งการเข้ามาศึกษาต่อ การเข้ามาทำงานเพื่อตนเองและครอบครัว ในสถานะกรรมกร ลูกจ้าง แต่กลับต้องเจอกับปัญหาการกดขี่จากนายจ้าง ปัญหาเศรษฐกิจที่ซบเซา เกิดปัญหาทางสังคม ทั้งการจี๊ซิงทรัพย์ ฆ่าข่มขืน ราคาข้าวของแพง หรือปัญหาความรักที่ไม่สมหวัง ซึ่งบทเพลงนำเสนอให้ “การกลับบ้าน” เป็นทางออกของชีวิต เพราะมีความรักที่อบอุ่นรออยู่

เพลง กลับบ้าน (ภบ๊ว) - บ๊ี้ค ศุภกาญจน์_Underground

“...ออกข้าวทุกวัน ทั้งจี๊บ้น ฆ่าข่มขืน	คนตายทุกคืน ออกหัก ก็ฆ่าตัวตาย
เศรษฐกิจไม่ดี ข้าวของแพงชิบหาย	
...หากอยู่กรุงเทพ มันลำบาก	บ่ซำบายใจ ให้กลับคืนนา
หากมีไต่เจ้านายดำ ให้กลับคืนมาบ้านเฮา	
...วิ่งตามความรัก มาจนเหนื่อย	ต้องเจ็บเลื่อยๆ เมื่อเขาทิ้งเรา
เศรษฐกิจมันซบเซา	กลับมา บ้านเฮา ฮักรออยู่”

มากไปกว่านั้น หากลองวิเคราะห์ในเนื้อเพลง ผู้เฒ่าแนมทาง ที่ขับร้องโดย ต่าย เชียงรัมย์ เนื้อหาเพลงนำเสนอมุมมองของการรอคอยของพ่อแม่ในชนบทให้ลูกหลานที่พลัดถิ่นกลับไปถิ่นฐาน และเสียงตอบรับจากส่วนลึกในใจจากคนพลัดถิ่นเองก็ต้องการกลับไปด้วยเช่นกัน เพราะถึงแม้ชนบทอาจไม่เจริญเท่ากรุงเทพฯ แต่ให้คุณค่าทางจิตใจมากกว่า ดังจะเห็นได้ชัดจากข้อความที่กล่าวว่า “ลูกหลังซี้ดินแดง ศาลาน้อยข้างทาง อยู่เฮือนฮ้าง แต่ใจนี้ผลัดบ่ฮ่อน”

เพลง ผู้เฒ่าแนมทาง - ดุ้ย เชียงรัมย์

“...ตกมาปีนงานการกะวุ่นวน	เฮ็ดให้เฮาสับสนจนลงเพื่อท้อใจ
เงินกะร่อยหรอบัฐสิเมื่อน้อแบบได้	แต่ส่วนลึกในใจ เห็นแต่ภาพบ้านเฮา
ลูกลั้งขึ้นดินแดง ศาลาน้อยข้างทาง	อยู่เอือนฮ้าง แต่ใจนี้ผลัดตอบอุ่น
...ฮอดมือสงกรานต์สิเมื่อบ้านเฮาบ่	เสียงคำเพิ่นถามส่อ อีพ่ออิม่อยากฮู้ข่าว
ปีใหม่ฮั่นได้สิได้เมื่อบ้านเฮา	แม้ถ่าแต่งพาข้าว แนวนเจ้ามักไว้ให้กิน
...ใกล้ฮอดมือสงกรานต์อยากเมื่อบ้านเฮาแท้นอ	ไปกอดอิม่อยพ่อคิดฮอดหลายใจถวิล
ขอพรจากผู้เฒ่าแนมหมองเศร้ามลายสิ้น	สิกลับไปกราบดินแนบซี้ดินบ้านเฮา
	คิดฮอดผู้เฒ่าเพิ่นแนมทาง”

นอกจากนี้ หากพิจารณาจากการนำเสนอจากภาพในมิวสิกวิดีโอ หากหลายบทเพลงมีการฉายภาพเมืองใหญ่เปรียบเทียบกับภาพคู่ตรงข้ามกับความ เป็นชนบท กล่าวคือ แม้จะเป็นเมืองแห่งความเจริญ แต่ก็แฝงไปด้วยความวุ่นวาย ของผู้คน รถรา และอำนาจของผู้คนที่พลัดถิ่นมาในฐานะของชนชั้นแรงงานที่ไม่มี อำนาจการต่อรองในระบบเศรษฐกิจแบบนายทุน

ภาพที่ 1 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง แรงกดดันสุดท้าย



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=3PAiXAXnHyc>

ภาพที่ 2 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง กลับบ้าน (รวบรวบ)



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=j1ls8PI2E28>

โดยกลวิธีที่สำคัญที่มิวสิกวิดีโอใช้เชื่อมโยงความรู้สึกของผู้คนไกลบ้าน คือ “ภาพตัวแทนของความเป็นชนบท” ในการสื่อสารถึงข้อดีของการกลับไปใช้ชีวิตในชนบท เช่น ภาพความอบอุ่นของครอบครัว การได้อยู่กันพร้อมหน้า วิธีชีวิตในชนบท วิธีการกินอยู่ในชนบท โดยมิวสิกวิดีโอส่วนใหญ่ใช้จุดเด่น ด้านอาหาร ด้านดนตรี และด้านความสัมพันธ์กับครอบครัว ที่ให้คุณค่าทางจิตใจมาเป็นตัวเชื่อมประสานความสัมพันธ์ของคนไกลถิ่น ซึ่งถูกนำเสนอผ่านเนื้อหาในเพลง และในภาพของมิวสิกวิดีโอ ดังจะเห็นได้จากเนื้อเพลง คิดฮอดบ้านเฮา ที่ขับร้องโดย เจมส์ จตุรงค์

เพลง คิดฮอดบ้านเฮา - เจมส์ จตุรงค์

“...หอมกลิ่นขี้ดินบ้านเกิดโชยมา	หอมกลิ่นปลาร้าไหน้อยคักแท้
หอมแกงหน่อไม้ไผ่แม่ ไผ่คืดฮอดบ้านหลาย	หอมกลิ่นลาบงัวฝีมือน้าพ่อ ทุกภาพยังจ่อจอตลอดใจ
นับนิ้วเข้ามาเข้าไป ทางใจฮอดบ้านแล้วได้	ไผ่ยอยากเมื่อบ้านหลาย
...ไผ่หนุ่มน้อยบ้านนา วันนี้เหนียวล้าอ่อนแรง	อยากลาเมืองสีแสง บ่อยากแข่งขันกับไผ
บอกใจสู้ไว้ก่อนเด้อ เก็บเงินได้พอมีได้	สิลาออกจากเมืองใหญ่ ไปอยู่ท้องไร่ท้องนาบ้านเฮา
สิลาออกจากเมืองใหญ่ ไปอยู่ท้องไร่ท้องนาบ้านเฮา”	

หากพิจารณาการสื่อสารความหมายผ่านภาพในมิวสิกวิดีโอเพลงข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาพเหล่านั้นเป็นภาพที่ใช้เชื่อมโยงจิตสำนึกเกี่ยวกับการกลับถิ่นฐานของคนพลัดถิ่น เพื่อบอกถึงข้อดีของการกลับไปอยู่ถิ่นฐานเดิม กับการสร้างคุณค่าทางจิตใจด้วยการเชื่อมโยงความรู้สึกผ่านอาหารเฉพาะถิ่น ดนตรี และวิถีชีวิตในแบบของตน

ภาพที่ 3 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง คีนเมือ บ้านเฮา



ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=uEFATYEI_1k

เช่นเดียวกับในเนื้อเพลง *คีนเมือ* ที่ขับร้องโดย เอกรวี วีระพันธ์ ร่วมร้องกับ หญิง อารีญา ที่นำเสนอในมุมมองของคนทีรอคอยจากถิ่นฐาน ครอบครัว ยังคงรอให้กลับไป และใช้กลวิธีในการนำเสนอถึงข้อดีของการกลับไปอยู่บ้าน ด้วยอาหารการกินในแบบเฉพาะของตน โดยเพลงดังกล่าวเป็นเรื่องราวของชาวอีสาน ที่อพยพย้ายถิ่นฐานมาทำงานในกรุงเทพฯ จึงเลือกใช้ภาพตัวแทนด้านอาหารของคนอีสาน ทั้งข้าวเหนียว กุ้งจี๋ แจ่ว มาเป็นสื่อเชื่อมโยงความรู้สึก

เพลง *คีนเมือ* - เอกรวี วีระพันธ์ Feat. หญิง อารีญา

“...ครอบครัว ยังคงทาง
หากเมื่อยล้า อยู่บ้านเขา
...คั่นแทนหา ถ้าเจ้ามาเที่ยว
คู้ยป่นกูดจี๋ แจ่วดองดอกก้าม
...บ่ต้องซื้อ บ่ต้องจ่าย บ่ต้องอด
เข้าส่งแกง แล่งส่งป่น คนบ้านเฮา
...กลับมา พักสาก่อนบัตยามท้อ
มือนี๋ท้อมืออื่นสู้ใหม่ หมูเฮาคนชายแอง

คีนसानาง คีนบ้านเฮา
ผีนดินถิ่นเก่า ถ้าเจ้ามายาม..
มาบั้นข้าวเหนียว บ่ายบักขาม
มีกินทุกยาม ที่บ้านเฮา
บ่ต้องดเนวอยากกิน คือถิ่นเขา
ชอกันเอา ว่ากันง่าย น้ำใจแบ่ง..
เดิมความฮักจากแม่พ่อ ให้ใจแกร่ง
ทุกเช้าแล่ง มีคนถ้า หล่าคีนเมือ...”

การเล่าเรื่องและภาพที่สื่อสารในมิวสิกวิดีโอเพลงข้างต้น ฉายภาพให้เห็นเมนูอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวของคนอีสาน รวมทั้งภาพวิถีชีวิตการหาอยู่หากินแบบคนอีสานที่เรียบง่าย และมากไปกว่านั้น เนื้อหาเพลงยังนำเสนอให้ถึงความอุดมสมบูรณ์ด้านอาหารของคนอีสานที่สามารถหาอยู่หากินได้อย่างง่ายดายได้ในพื้นที่ชนบท ไม่ต้องซื้อกิน รวมทั้งนำเสนอในมุมมองของความมีน้ำใจของผู้คนในพื้นที่ชนบทอีกด้วย

ภาพที่ 4 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง คื่นเมือ



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=SIImFnJTMzJw>

เนื้อเช่นเดียวกับเนื้อเพลงและภาพในมิวสิกวิดีโอของเพลง คื่นเมือบ้านเฮา ที่ขับร้องโดย แจ็ค ลูกอีสาน นำเสนอเรื่องราวของมุมมองของพ่อแม่ที่ถามข่าวคราวของลูกชายที่ต้องพลัดถิ่นเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ โดยสื่อให้เห็นถึงการรอคอย และการเชิญชวนให้ลูกกลับคืนถิ่นฐาน แม่ได้เตรียมอาหารไว้ต้อนรับลูก หากเหนื่อยล้าจากการทำงานก็กลับคืนมาบ้านของเรา

เพลง คีนเมื่อบ้านเฮา - แจ็ค ลูกอีสาน

“...อยู่ในเมืองกรุงเป็นจ้งใต้ไหนลูกหล่า	แม้อยังคอยยังถ้าเจ้าคีนมาบ้านเฮา
เป็นจ้งใต้ไหนน้อการงานของเจ้า	มันเป็นจะเอาความสำเร็จมาฝากแม่ได้บ่
...แม่ไปไฮ่บั้งไก่อมาหา แม่ไปนาบั้งปลามาบ่อน	แม่เลี้ยงน่องอยู่ไฮ่สวนมอน
ไผ่บ่หลับกับแก๊สคาบคอ	โอนโหล่นซาเถียงนาไม่ไผ่
แซ่ซิ่นไข่แมงดาขึ้นฟัก	ฟักสองเส้นอีตะเว็นสองหน่วย
กล้วยสองหวีชีชีสองซ่อ	น้ำออกบ่ไหลมาโทมๆ
...กล้วยตกตมล้มแอ๊ะ ยังจำแม่ได้บ่บ่ลูกหล่า	แม่คิดแม่ฝันแม่คิดฮอดเจ้าทุกวัน
เป็นจ้งใต้ไหนน้ออีหล่าบักคำ	โตอีแม่นี้ยังคิดฮอดเจ้าอำหล่าคิดฮอดลูก
ซิ่นแม่นเจ้าเหมื่อยกะกลับมาบ้านเฮา	ให้อีแม่ได้หอมได้กอดได้เว้านำเจ้าจักหน้อย
คีนมาบ้านเฮาเด้อหล่า”	

ภาพที่ 5 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง คีนเมื่อบ้านเฮา



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=m56sXk9SBto>

รวมทั้งในเนื้อเพลง เมื่อยามบ้านเฮา ที่ขับร้องโดย กีบสัน รังสรรค์ ที่นำเสนอในมุมมองของคนพลัดถิ่น ที่ต้องการกลับไปถิ่นฐานบ้านเกิด และ ถ้าหากกลับไปจะไปเต็มแรงใจด้วยอาหาร วิถีชีวิตแบบของตนในชนบท การกลับไปสู่อากาศบริสุทธิ์สักฟอดใหญ่ให้หายคิดถึง

เพลง เมื่อยามบ้านเฮา - กีบสัน รังสรรค์

“เมื่อยามบ้านเฮาไปสูดเอาลมหนาว สูดกลิ่นอายทรายขาวฟังผู้เฒ่าโสภักดิ์
ไปนั่งผิงไฟจ้ข้าวหมกมันฟังเสียงไก่ขันตั้งแต่บ่ทันได้แจ้ง เมื่อยามบ้านเฮาไปกินหมกเขียดหมกปลา
เต็มใจหรือล่ำด้วยความฮักแพง ไปนอนสุขท่งกับพี่น้องสุขแซงไปหายใจเฮงเฮง
จักบ่ปิดใหญ่ๆ ตุ่มผ้าหน่วมใจที่บ้านเฮา”

โดยเรื่องราวและภาพในมิวสิกวิดีโอก็ได้นำเสนอภาพของความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ชนบท ภาพของการกินข้าวพร้อมหน้าของครอบครัว การหาอยู่หากินแบบของตน ชีวิตที่มีความสุขกับผองเพื่อน เรียบง่ายแต่มีความสุข

ภาพที่ 6 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง เมื่อยามบ้านเฮา



ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=CM9JW_TtzUk

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งส่วนใหญ่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นมุมมองเรื่องราวของชาวอีสานที่ต้องอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ รวมถึงทัศนะของผู้คนในสังคมอีสานที่เรียกหาลูกหลานชาวอีสานให้กลับคืนถิ่น การนำเสนอเนื้อเพลงและภาพในมิวสิกวิดีโอ จึงเลือกใช้อัตลักษณ์ของคนอีสานมาเป็นสิ่งเชื่อมโยงความรู้สึก ทั้งในด้านอาหารที่เลือกใช้เมนูส้มตำ ปลาร้า แจ่ว หรือในด้านการหาอยู่หากินของคนอีสานในพื้นที่ชนบท รวมทั้งอัตลักษณ์ด้านดนตรีที่มิวสิกวิดีโอมีการสื่อสารความหมายผ่านเครื่องดนตรี ทั้งเสียงพิณ เสียงแคน เป็นกลวิธีในการยึดโยงความรู้สึกของคนอีสานที่ไกลถิ่นฐานไว้นั่นเอง

(2) เมืองหลวงก็มีความไม่แน่นอน และอาจไม่ใช่เป้าหมายเดียวของการใช้ชีวิตรอด

ข้อค้นพบอีกหนึ่งประการของมิวสิกวิดีโอที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สิ่งที่พยายามสื่อความหมายให้เห็นถึงการเปรียบเทียบระหว่างความเป็นเมืองกับความเป็นชนบทคือ “ความไม่แน่นอนของเมืองหลวง” กล่าวคือ ในระลอกหนึ่งการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาในกรุงเทพฯ อาจเป็นทางออกสำคัญของชีวิตของผู้คนในสังคมชนบท กรุงเทพฯ ที่เป็นภาพเมืองหลวงของความเจริญ เป็นดั่งพื้นที่แห่งความหวังของผู้คนที่ย้ายถิ่นฐานเข้ามาแสวงหาโอกาส แต่ด้วยเหตุปัจจัยแวดล้อมหลายประการ กรุงเทพฯ เองก็กลับกลายเป็นมีสถานะแห่งความไม่แน่นอน โดยสาเหตุหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานที่หลายชีวิตต้องประสบ นั่นก็คือ สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังจะเห็นได้จากมิวสิกวิดีโอเพลง *ซอมทาง* ที่ขับร้องโดย เบิ้ล ปทุมราช

เพลง *ซอมทาง* - เบิ้ล ปทุมราช

“...สูบน้ำใจ ไหวบ่นเธอ	ความเศร้าความเหงาเข้ามาเยือน
บ้านที่เคยอยู่ อยู่ที่เคยนอน	ภาพคอยหลอกหลอนย้ำเตือน
จากมาสองปี มาหา งานทำ	เวรกรรมกะซ้ำแห่งซอน
โรงงานก็ปิด โควิดก็เข้ามา บุญผลา	โอยยยย ยังอำฮอน
ได้แต่แถมเบ้งฟ้า ซอมเบ้งทาง	เส้นที่เคยย่าง จากบ้านมาไกล
เจ้าสิอยู่จังใด คึดฮอดแม่ได้	
...คือสิซอมทาง หาถูกหล่า ให้คืนมา อยู่บ้านเฮา เอือนน้อยๆ หลังเก่าๆ หม่องที่เจ้า นั้นเคยอยู่กิน	
น้ำตาริน อยู่ในห้องเช่า เสียงแม่ว่า ผ่านลมให้ได้ยิน อยากสิคืน เมื่อสูดดิน ถิ่นอีสาน บ้านเคยอยู่	
สูบน้ำใจ เริ่มท้อ แห่งคึดพ้อ ใจแห่ง หดหู่	อยากให้รู้ ว่าลูก ก็ซอมทาง”

จากเนื้อหาเพลงข้างต้น บอกเล่าเรื่องราวของชาวอีสานที่มีความจำเป็นต้องเดินทางเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ กว่าสองปีที่เข้ามาหางานทำ แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จ ต้องประสบปัญหาทั้งความเศร้าและความเหงาที่ต้องจำไกลบ้าน ประจวบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โรงงานที่ทำงานอยู่ปิดทำการ ส่งผลต่อความไม่แน่นอนของชีวิต ซึ่งภาพในมิวสิกวิดีโอ

นำเสนอให้เห็นมุมมองของคนที่ยึดหัว และเริ่มมีอาการท้อกับสถานการณ์สังคม จึงได้แต่คร่ำครวญหาพ่อแม่ การหวนคิดถึงภาพบรรยากาศของถิ่นอีสานที่ตน ต้องการกลับไป

ภาพที่ 7 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง ซอมทาง



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=6nfixcTI-gI>

เช่นเดียวกัน เพลง *ปล้ำข้าว* ที่ขับร้องโดย เวียง นฤมล จากมุมมองของ คนที่เรียกหาคนพลัดถิ่นให้กลับคืนถิ่น ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ ไวรัสโควิด-19 กรุงเทพฯ ตอนนี้ก็มีความไม่แน่นอน ผู้คนที่เข้ามาขายแรงงาน กันหลักพันหลักหมื่นราย คนที่รออยู่ในพื้นที่อีสานได้รับรู้ข่าวสารก็รู้สึกเป็นห่วง จึงได้เรียกร้องให้ชายคนรักกลับคืนฐานของตนเอง โดยใช้กลวิธีในการสร้างความ สัมพันธ์ทางจิตใจ การกลับมาอยู่กันพร้อมหน้าครอบครัว หากสถานการณ์ดีขึ้น แล้วค่อยกลับไปสู่กันใหม่อีกครั้ง

เพลง ปี่ลำข้าว - เวียง นฤมล

“...ผู้คนพลัดถิ่นเขากลับมาบ้านกันวันวัน ลมหนาวหวนคืน แล้วอ้ายยังบ่ซอดมา
ลมหนาวหวนคืน แล้วอ้ายยังบ่ซอดมา...กรุงเทพฯ ตอนนี้ข้าวว่าลำบากแอง ผู้คนขายแรง ตกลง
กันหลายพันหมื่น
ไปหม่องได้ กะไยยินเสียงสระอื่น เบิ่งข้าวแล้วใจหาย กะได้แต่ค้อยค้อยถ่า
คืนมาตั้งหลัก มาพักใจอยู่บ้านเฮาบ่มาเกี่ยวข้าวดอมาอยู่บ้านเฮาพร้อมหน้า
เสียงปี่ลำข้าวสิเป่าเอนอ้ายคืนมา สวรรค์ลืมนตาเด้อจ้งไปหาสูใหม่
ให้สวรรค์ลืมนตาเด้อจ้งไปหาสูใหม่
...เดือนสิบเอ็ดหัวลมต้อง ฮอดเดือนสิบสองหัวลมอ่วยแล้วใจหาย
บ่เห็นคนไกลส่งข้าวคืนถิ่น จักอยู่ จักกินจ้งได้ น้อสร้างเป็นไป
อย่ากลับคืนคอนเมื่อตอนที่มันสาย สิ่งทีพ่แม่อยากได้คืออ้ายเด้อ บ่แม่นเงินทอง”

จะเห็นได้ว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารถึงความไม่แน่นอนของกรุงเทพฯ และอาจไม่ใช่เป้าหมายเดียวของการใช้ชีวิตรอด สภาพทางเศรษฐกิจที่ต้องหยุดชะงักการจ้างงาน ผู้คนจำนวนมากต้องตกงาน มีผู้คนจำนวนมากต้องกลับคืนถิ่นฐาน นอกจากนี้ เพลงยังใส่อุดมการณ์เกี่ยวกับการกลับบ้านว่า อย่ากลับบ้านเมื่อสายไป เพราะสิ่งที่พ่อแม่ต้องการนั้นไม่ใช่เงินทอง แต่เป็นการให้ลูกหลานได้ทำมาหากินที่บ้านของตน

(3) ต้นทุนจากท้องถิ่นที่มีคุณค่าสามารถพึ่งพาตนเองได้

จากเดิมด้วยภาพของชนบทอาจเป็นพื้นที่ห่างไกลความเจริญ ทั้งการขนส่ง การสื่อสาร และเทคโนโลยีต่างๆ หากว่าจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งครั้งนี้ กลับนำเสนอให้เห็น คุณค่าของชนบท กล่าวคือพึ่งพาตนเองได้ด้วยวิถีแบบชนบท เพลงใช้กลวิธีในการสื่อสารถึงข้อดีของการกลับมาใช้ชีวิตที่ชนบท ทั้งรูปแบบชีวิตที่มีความสุขกับธรรมชาติรอบตัว มีนาข้าว มีผืนดิน ไว้ใช้สร้างอาชีพของตนเองได้ สถานะของผู้คนกับการเป็นเจ้านายตนเอง และภาพชีวิตที่มีความสุขของการอยู่พร้อมหน้ากับครอบครัว ดังจะเห็นได้ชัดจากเนื้อเพลง *กลับบ้านเฮา* ที่ขับร้องโดย เอกกรวี ธีระพันธ์

เพลง กลับบ้านเฮา - เอกวิ ธีระพันธ์

“...บ้านนา ยังมีดิน
รบ่ติด ชีวิตบ่უნวาย
...ได้เป็นฮอด ประธานบริษัท
ลูกจ้าง นายจ้าง กะเฮาคือเก่า
...อย่าลืมหอดบ้าน ยามบั้นปลาย
อย่าถ้ามือรวย จั่งลือวไปสร้างตัว

สร้างแปลงหากิน บ่อดตาย
ทรมามีแรงแห็ดไว้ เมื่อยกายกะเขา..
บ่ต้องคิด บ่ต้องแข่ง แต่งเองเฮา
วงประชุม คือพาข้าว พร้อมครอบครัว..
ให้ปลูก ให้สร้างไว้ คิดให้ทั่ว
ฮู้บ่มีครอบครัว แม่และพ่อ รอคองทาง...”

เช่นเดียวกันกับเนื้อเพลง บ้านเฮากะสำบ้านเฮา ที่ขับร้องโดย ดอกรัก ดวงมาลา จากมุมมองของคนชนบทที่เรียกหาให้ลูกหลานกลับคืนถิ่น กลับไปเห็นคุณค่าผืนดินของบ้านตนที่รุ่นบรรพบุรุษสร้างขึ้นมา สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพการทำมาหากินให้ประสบความสำเร็จได้ และเพลงยังนำเสนออีกว่า ถึงแม้กรุงเทพฯ อาจเป็นความหวัง แต่ก็ต้องเอาแรงกายไปขาย อาจทำให้มีชีวิตที่สุขสบายขึ้นได้ แต่คงไม่มีความสุขใจเท่ากับบ้านของตน

เพลง บ้านเฮากะสำบ้านเฮา - ดอกรัก ดวงมาลา

“...ให้คืนเมื่อ มาบ้านเฮา
มีโอกาสกะวางแผนได้อการงาน
...บ้านเฮากะสำบ้านเฮานี้ละหนา
อีพ้ออีแม่ เผิ่นพาเฮ็ดพาสร้าง
...เผิ่นเว้าสุฟัง ว่าความหวังอยู่เมืองกรุง
มีอยู่มีกิน แต่มั่นบ่ม่วนหัวใจ

มาเบิ่งผู้เฒ่า เผิ่นคองถ่าลูกหลาน
คิดฮอดผู้คองทาง อยู่บ่อนบ้านนาเฮา
คุณค่าอยู่ดินอยู่หญ้าเป็นมูลมัง
เป็นหนทาง ทำมาหากินบ่อดตาย
อยากมือยากรุ่ง ให้เอาแรงไปขาย
แข่งขันงานใหญ่ ดั้นรนแทบตายในแต่ละวัน”

นอกจากนี้ มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งในการศึกษาครั้งนี้ยังฉายภาพให้เห็นถึงต้นทุนจากท้องถิ่นที่มีคุณค่า สามารถพึ่งพาตนเองได้ ยกตัวอย่างเช่น การมีต้นทุนทางการเกษตร ต้นทุนทางวัฒนธรรมดนตรี ต้นทุนทางวัฒนธรรมการแต่งกายเป็นของตนเอง ประกอบกับการเข้าถึงเทคโนโลยี ทั้งการขนส่ง และเทคโนโลยีการสื่อสาร สิ่งเหล่านี้สามารถนำมาส่งเสริมให้ต้นทุนจากท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มูลค่า สร้างราคา สร้างอาชีพให้กับคนรุ่นใหม่ได้ ดังเช่นในมิวสิกวิดีโอเพลง แรงก่อนสุดท้าย ที่ขับร้องโดย มนต์แคน แก่นคูณ ที่นำเสนอเรื่องราวชีวิตของ

วัยรุ่นยุคใหม่ที่ไม่ประสบความสำเร็จจากการเข้าไปทำงานในกรุงเทพฯ จึงเลือกเดินทางกลับถิ่นฐาน พร้อมกับความฝัน และใช้ทุนความรู้ของตนกลับมาพัฒนาบ้านเกิด โดยใช้ต้นทุนที่มีจากท้องถิ่นของตนแปลงให้มีมูลค่า และสร้างอาชีพให้แก่ตนและครอบครัวได้ เช่น การไลฟ์สดขายข้าวจากแปลงนาของตนเอง การต่อยอดธุรกิจผ้าไหมอีสานที่รุ่นพ่อแม่ทำอยู่ผ่านช่องทางออนไลน์ หรือเรื่องราวของหนุ่มที่มีความฝันที่ต้องการเป็นนักดนตรี ก็ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารแพร่ขยายวัฒนธรรมหมอลำผ่านสื่อออนไลน์สร้างอาชีพ สร้างรายได้ของตนและครอบครัว ซึ่งเนื้อเพลงยังเน้นย้ำเรื่องการปรับขนาดความฝันให้สอดคล้องกับสิ่งที่เป็นไปได้จริง เป็นภาพของท้องถิ่นที่มีคุณค่าสามารถพึ่งพาตนเองได้ และยังสร้างคุณค่าทางจิตใจกับความสุขที่เรียบง่ายของท้องถิ่นของตน

เพลง แรงก้อนสุดท้าย - มนต์แคน แก่นคูน

“...ตรงนี้เมืองใหญ่ไม่ใช่บ้านเฮา
คำว่าสักวันไม่เคยเห็นเลยสักครั้ง
...บ่อยากสิเอากระดูกกลับบ้าน
กลับบ้านในวันที่มีแรงฟันฝ่า
ปรับขนาดความฝันให้เล็กลง
เก็บแรงก้อนสุดท้าย กลับไปหา
...เสียงแคนลายคร่ำเอิ้นเฮาคืนบ้าน
บ้านนอกลงสวายถ้าไม่หวังรวยแข่งใครเขา
ซ่อมฝันสร้างชีวิตใหม่
...อยู่แบบเราๆ ความสุขราคาบ่แพง”

ต้องเสียค่าเช่าด้วยเหงื่อด้วยเหงาด้วยกำลัง
เราจะกลับหลังย้อนรอยเมื่อวาน หรือดันทุรังสู้ไป
แต่อย่ากลีเอาความฝันกลับมา
กลับไปหาอ้อมกอดของใจ
ให้มันตรงกับที่เราทำได้
ไปกอดความสุขใจที่บ้านเฮา
ดอกตี่วดอกจานอ้อมกอดถิ่นฐานยังคอยเรา
ขอเด็บแรงเรา ย้อนคืนบ้านนา

ภาพที่ 8 ภาพในมิวสิกวิดีโอเพลง แรงก้อนสุดท้าย



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=3PAiXAXnHyc>

สรุป

บทความนี้พยายามตั้งคำถามกับการสื่อสารผ่านมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง ซึ่งเป็นพื้นที่ของโลกสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับโลกความเป็นจริงทางสังคม การสื่อสารความหมายเกี่ยวกับการกลับถิ่นฐานที่ชุกช่อนในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง เหล่านั้น ก็บันทึกเรื่องราว ความหมาย และสะท้อนวิถีคิดของผู้คนในสังคม พื้นที่ การสื่อสารของเพลงลูกทุ่งจึงเป็นเสมือนกระจกที่สะท้อนบริบทความเป็นจริงของ สังคมในยุคต่างๆ ดังที่ สุภัทร แก้วพัตร (2546: 107) ได้อธิบายไว้ว่า เนื้อหา เพลงลูกทุ่งจำนวนมากไม่ได้หยุดนิ่งอยู่กับอดีต แต่พยายามจะสร้างบทสนทนาไป ปฏิสัมพันธ์กับเรื่องราวของยุคสมัยที่เปลี่ยนไปด้วย เราจะเห็นร่องรอยความ เปลี่ยนแปลงของสังคมกับเทคโนโลยีหรือแฟชั่นได้จากเพลงต่างๆ โดยจากการ ศึกษาผู้เขียนตั้งข้อสังเกตต่อการสื่อสารความหมายเกี่ยวกับการย้ายกลับถิ่นฐาน ในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งไว้ 4 ประการดังนี้

(1) มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกับทัศนะชุมชนแบบชนบท

การศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งในครั้งนี้ ถือเป็นทัศนะการมองชุมชนชนบทผ่านการสื่อสารความหมายในเนื้อเพลงและภาพของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง ดังที่ เฟอร์ดินานด์ ทอนนีส์ (Ferdinand Tonnies) (อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2559) นักทฤษฎีสังคมที่ได้อธิบายเกี่ยวกับความรู้ด้านชุมชน โดยแบ่งการมองชุมชนออกเป็น 2 แบบ กล่าวคือ (1) ชุมชนแบบชนบท (gemeinschaft) ซึ่งเป็นชุมชนชนบทหรือชุมชนหมู่บ้าน ที่สายสัมพันธ์ทางสังคม (social bonds) ระหว่างคนกับคน หรือระหว่างคนกับสถาบันต่างๆ ถูกเกี่ยวโยงเอาไว้อย่างแนบแน่น ไม่ว่าจะเป็นสายสัมพันธ์แบบเครือญาติ พี่น้อง เพื่อนบ้าน หรือความเป็นพื้นบ้าน/ท้องถิ่นต่างๆ ดังเช่นคำเรียกที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งที่ชายหญิงมักเรียกแทนความสัมพันธ์ของคนชนบทด้วยคำว่า “พี่” กับ “น้อง” หรือในเพลง *สาวนาสั่งแฟน* ที่เป็นวลีว่า “เก็บเงินได้เท่าไรแล้วพี่ ลุงมาป้ามีพ่อของพี่ป็นหา” อันสะท้อนระบบสายสัมพันธ์ของเครือญาติที่แนบแน่น แม้ตัวละครในเพลงจำเป็นต้องละทิ้งถิ่นฐานมาทำงานในเมืองใหญ่ หรือการยึดโยงของตนกับความเป็นพื้นถิ่น ผ่านการตั้งชื่อของนักร้องหรือชื่อเพลง เช่น สุนารี ราชสีมา ในเพลง *กราบเท้าย่าโม* เป็นต้น ในขณะที่ทัศนะที่ (2) ชุมชนเมือง (gesellschaft) เมื่อชุมชนแบบดั้งเดิมเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมของความเป็นเมือง ความสัมพันธ์ที่ยึดโยงแบบชุมชนนิยมก็เริ่มกลายเป็นปัจเจกชนนิยม (individualism) ผู้คนเริ่มไม่รู้จักหน้าค่าตา หรือไม่มีรากและสายสัมพันธ์ทางสังคมใดๆ ระหว่างกัน การสื่อสารที่จะบ่งบอกหรือชี้ให้เห็นความเปลี่ยนแปลงไปสู่ความสัมพันธ์แบบใหม่ ดังจะเห็นได้จากคำเรียกของเพลงลูกทุ่งที่จะเปลี่ยนจาก “พี่” และ “น้อง” ไปเป็นเพลงสมัยนิยมที่มักใช้สรรพนามว่า “ฉัน” และ “เธอ” เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า เนื้อเพลง เรื่องราว และภาพของตัวละครที่ถูกนำเสนอในมิวสิกวิดีโอ ภายใต้สังคมหรือชุมชนเมือง มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเหล่านี้ก็กลับพยายามสร้างจินตนาการร่วมของผู้คนพลัดถิ่น สู่การสร้างชุมชนในทัศนะชุมชนแบบชนบทเอาไว้ เพื่อยึดโยงสายสัมพันธ์ให้มีความแนบแน่นกับความเป็นพื้นที่ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากการตั้งชื่อเพลงเพื่อนำเสนอถึงชนบทของเรา โดยมักจะใช้

คำว่า “บ้านเฮา” เป็นคำยึดโยงความสัมพันธ์ของคนไกลบ้านเฮาไว้ ดังจะเห็นได้จากเพลง *เมื่อบ้านเฮากันเถาะ* เพลง *กลับบ้านเฮา* เพลง *บ้านเฮากะล้ำบ้านเฮา* เพลง *คิดฮอดบ้านเฮา* เพลง *คืนเมื่อบ้านเฮา* เพลง *เมื่อยามบ้านเฮา* เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่า อีกหนึ่งกลวิธีสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผู้คนไกลถิ่น เพื่อสร้างสำนึกความเป็นชุมชนแบบชนบทเอาไว้ในมิวสิกวิดีโอเพลง ลูกทุ่งก็คือ การฉายภาพประสบการณ์ร่วมของผู้คนในสังคมชนบทผ่านอาหาร การกิน วิถีชีวิตแบบสังคมชนบท สร้างจินตนาการร่วมเพื่อการสื่อสารความหมายของการกลับถิ่นฐานของแรงงานชนบท โดยหากพิจารณาการสื่อสารความหมายของกลุ่มตัวอย่างมิวสิกวิดีโอ จะเห็นได้ว่า เมื่อแรงงานชนบทที่พลัดถิ่นเข้ามาต่างถิ่นในระบบทุนนิยมของสังคมเมือง ทำให้วิถีชีวิตของแรงงานเหล่านั้นผิดแผกไปจากเดิม ความสัมพันธ์กับผู้คนในสังคมที่ไร้น้ำใจ รวมทั้งการไม่มีอำนาจการต่อรองในระบบเศรษฐกิจแบบนายทุน จนนำไปสู่การเกิดอาการเหงา หรือที่เรียกว่า “ภาวะแปลกแยก” (alienation) ดังที่ คาร์ล มาร์กซ์ (Marx, 1977b อ้างถึงใน วิทยา ศักยาภินันท์, 2545) ได้อธิบายไว้ว่า การผลิตแบบทุนนิยมเป็นที่มาของความทุกข์ยากของกรรมกรซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ในสังคม เพราะวัตถุประสงค์ของการผลิตแบบนี้ คือ เพิ่มพูนสมบัติส่วนตัวของผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตเป็นสำคัญ ส่วนผู้ผลิตเป็นกลุ่มคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบพร้อมๆ กันกับที่ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ถูกลดลงไปด้วย ความเป็นมนุษย์ที่ถูกลดค่าลงนี้ มาร์กซ์เรียกว่า มนุษย์ตกอยู่ภายใต้ภาวะแปลกแยก (alienation) หรือมีชีวิตที่ผิดแปลกไปจากที่สิ่งธรรมชาติควรจะมี โดย คาร์ล มาร์กซ์ ได้แสดงภาวะแปลกแยกหรือสภาพลดความเป็นมนุษย์ในระบบทุนนิยมมีด้วยกัน 4 แบบ คือ มนุษย์แปลกแยกจากตนเอง มนุษย์แปลกแยกจากแรงงาน มนุษย์แปลกแยกจากสิ่งผลิต และมนุษย์แปลกแยกจากเพื่อนมนุษย์ มิวสิกวิดีโอจึงเลือกใช้กลวิธีนี้เพื่อทำหน้าที่ทดแทนความรู้สึกที่แปลกแยกของผู้คนไกลถิ่นผ่านอัตลักษณ์ที่ยึดโยงความรู้สึกเหล่านั้นไว้

(2) มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกับการสื่อสารความหมายของชนบทพึ่งพาตัวเองได้

การศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งจำเป็นต้องทำความเข้าใจรูปแบบการวิเคราะห์ เนื่องจากพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอไม่ได้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการสร้างความหมายและเรื่องราวต่างๆ ขึ้นมาผ่านภาษาภาพและภาษาเสียง ดังที่ Roy Shuker (1994 อ้างถึงใน อมรรัตน์ทิพย์เลิศ, 2545: 476) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอนั้นสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอได้ 3 สถานะ คือ มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นอุตสาหกรรม (industry) มิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นสินค้าเชิงธุรกิจ (commercial product) และมิวสิกวิดีโอในฐานะเป็นแบบแผนทางวัฒนธรรม (cultural form) เนื่องจากองค์ประกอบหลักของมิวสิกวิดีโอคือ ส่วนของเพลงและภาพ ดังนั้นการวิเคราะห์มิวสิกวิดีโอจึงต้องพิจารณาเพลงและภาพควบคู่กันไปด้วย เพราะเนื้อเพลงอธิบายหลายสิ่งหลายอย่างที่เป็นความคิดและสิ่งที่ดำเนินอยู่ในสังคม

เพราะฉะนั้น จะเห็นได้ว่า การสื่อสารความหมายเกี่ยวกับการย้ายกลับถิ่นฐานจากเมืองไปสู่ชนบท ที่ถูกนำเสนอผ่านภาษาภาพและภาษาเสียงของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำมาศึกษาครั้งนี้ ก็พยายามกำหนดสร้างความหมายเกี่ยวกับ “ชนบทที่พึ่งพาตัวเองได้” สะท้อนวิธีคิดเกี่ยวกับการมอง “ชนบท” ที่พยายามตอบโต้วาทกรรมระหว่างความเป็นเมืองกับชนบทที่เป็นคู่ตรงข้ามอย่างชัดเจน (binary opposition) เป็นวิธีการเปรียบเทียบให้เห็นถึงข้อดี/ข้อด้อยที่ต่อรองกับแนวคิดความทันสมัยที่เข้ามาปะทะ ซึ่งปรากฏการณ์เคยเกิดขึ้นในสังคมไทย ดังที่ สมชาย ศรีสันต์ (2563: 190-191) อธิบายว่า ในปี พ.ศ. 2525 เกิดวาทกรรมที่ว่า ชนบทคือพื้นที่แห่งแล้งกันดารห่างไกลความเจริญ เป็นพื้นที่ที่ถูกเอารัดเอาเปรียบ เต็มไปด้วยการถูกกดขี่ขูดรีด โดยกลับทิศทางการมองใหม่ว่าชนบทเป็นพื้นที่สงบ อุดมสมบูรณ์ เปี่ยมไปด้วยน้ำใจ ความเอื้ออาทรที่หยิบยื่นให้แก่กัน เป็นพื้นที่ที่ยังคงรักษาความเป็นไทย มีวัฒนธรรมพื้นถิ่นของตนเอง ต้านทานกระแสการไหลบ่าเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันตกที่มาพร้อมการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย วัฒนธรรมชุมชนได้ลดทอนความขัดแย้ง ต่อสู้ ตลอดจน

มิติทางการเมืองของการมองชนบท ทำให้ชนบทไม่มีการเมือง (depoliticize) กลายเป็นพื้นที่สงบ สันติ สวยงาม และยังคงรักษาความเป็นไทยซึ่งดำรงอยู่ในวัฒนธรรมของชุมชนชนได้อย่างเหนียวแน่น วัฒนธรรมชุมชนที่เชื่อว่า ชนบทพึ่งพาตนเองได้ วิธีคิดดังกล่าวทำให้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ถูกเสนออย่างจริงจังภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 เข้าสวมทับได้อย่างลงตัว กล่าวคือชนบทเป็นพื้นที่ซึ่งพึ่งตนเองได้ มีความสวยงาม สมบูรณ์เพียบพร้อม เพียงแต่อย่าหลงมัวเมาไปกับการพัฒนาแบบตะวันตก แต่ต้องกลับมาค้นหารากเหง้าความเป็นไทยของตนเอง และยังคงสอดคล้องกับ ทับทิม ทับทิม (2554: 142) ที่อธิบายว่า ในทศวรรษ 2540 ที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจอย่างรุนแรง ชนบทและภาคการเกษตรถูกมองว่าสามารถรองรับปัญหาคนตกงานจากภาคเมืองได้เป็นอย่างดี ประกอบกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่ได้รับการยกระดับให้เป็นนโยบายระดับประเทศในการแก้ปัญหา และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในชนบทซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ กระแสความเป็นท้องถิ่น วิถีชุมชน จึงกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่งและแพร่หลายอย่างมาก กลายเป็นเทรนด์ของความทันสมัยแบบใหม่ในหมู่ชนชั้นกลางในเมืองจำนวนหนึ่ง ภาพชนบท วัฒนธรรมชนบท ถูกทำให้เป็นสินค้าชั้นดีในการโฆษณาเพื่อขายสินค้า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น ตลาดโบราณ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งในการโฆษณามีการลดทอนตัดทิ้งปัญหาต่างๆ ของชนบท และเลือกสัญญาะให้เหลือแต่ความสวยงาม จดจำง่าย ถูกกับรสนิยมของผู้บริโภคที่เป็นชนชั้นกลางจากในเมือง ทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศ เช่น ภาพคนใส่เสื้อพื้นเมือง บ้านเรือนไม้ สินค้า และอาหารต่างๆ ที่มีคำห้อยท้ายว่า โบราณ สมุนไพร ปลอดสารพิษ เช่น ไอติมโบราณ ขนมเบื้องโบราณ ชาขงสมุนไพร ผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ เป็นต้น โดยเชื่อกันว่า เป็นของดั้งเดิม ต้นตำรับ ประณีต และมีคุณค่ามากกว่าของที่มาจากการผลิตในปริมาณมากด้วยเครื่องจักรในระบบอุตสาหกรรม

ตัวอย่างมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งในการศึกษาครั้งนี้ จึงพยายามสื่อสารความหมายที่ตอกย้ำแนวคิดดังกล่าวกับภาพของชนบทที่พึงพาตัวเองได้ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งกลวิธีที่สำคัญที่มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเหล่านั้นพยายามฉายภาพให้ผู้คนพลัดถิ่นเห็นถึงความสำคัญ และตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นชนบทสามารถกลับคืนถิ่นฐานของตนด้วยความภาคภูมิใจ

(3) มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกับการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม

การสื่อสารความหมายเกี่ยวกับการกลับถิ่นฐานที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งครั้งนี้ อาจมาจากสภาพความเป็นจริงทางสังคม ที่มิวสิกวิดีโอเองก็พยายามประกอบสร้างความหมายขึ้นมาสู่การรับรู้ของผู้คนในสังคม กล่าวคือ เพลงในยุคแรกอาจนำเสนอให้เห็นภาพการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ เพราะในสภาพความเป็นจริงทางสังคม กรุงเทพฯ ถือเป็นศูนย์รวมของความเจริญที่แรงงานจากชนบทต่างต้องการเข้ามาหาแสวงหาโอกาส ซึ่งแรงงานต่างถิ่นจำเป็นต้องอดทนสู้เพื่อความมุ่งหวังเพื่อชีวิตของตนเองและครอบครัวที่ดีขึ้น แต่อย่างไรก็ดี เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ที่ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการย้ายกลับคืนถิ่นฐานในโลกแห่งความจริง ดังข้อมูลจาก สุรีย์พร พันพื้ง (2564: 1) โดยสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ได้เปิดเผยข้อมูลว่า วิกฤตโควิด-19 ทำให้ปรากฏการณ์การย้ายถิ่นออกจากเมืองใหญ่เกิดขึ้นทั่วโลก โดยประเทศไทย พบว่า การระบาดของโควิด-19 ระลอก 1 และ 2 ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2563 ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของผู้คนออกจากเมืองใหญ่และเมืองศูนย์กลางธุรกิจและท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยข้อมูลจากการสำรวจการย้ายถิ่นของประชากรไทย พ.ศ. 2563 ซึ่งให้เห็นว่า กรุงเทพฯ มีจำนวนผู้ย้ายถิ่นออกมากที่สุดถึง 127,344 คน รองลงมาคือ ชลบุรี 55,906 คน เชียงใหม่ 50,702 คน ภูเก็ต 42,427 คน และระยอง 41,325 คน ตามลำดับ และภาคที่มีประชากรย้ายถิ่นเข้ามากที่สุดคือ ภาคอีสานและภาคเหนือ สอดคล้องกับข้อมูลของ ปุณณวิษญ์ เศรษฐ์สมบุญ และคณะ (2566) ที่ได้เปิดเผยว่า เมื่อเกิดการระบาดโควิด-19 แรงงานอีสานกลับภูมิลำเนาต่อเนื่อง

คาดว่าประชากรอีสานคืนถิ่น 6.5 แสนคน คิดเป็นแรงงานประมาณ 4 แสนคน ขณะที่หลังเปิดประเทศ แรงงานคืนถิ่นเคลื่อนย้ายกลับบางส่วน แรงงานอีสาน 1.7 แสนคน ส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายออกจากภาคเกษตรเป็นแรงงานนอกภาคเกษตร 0.9 แสนคน และเคลื่อนย้ายกลับภาคกลาง 0.8 แสนคน เหลือแรงงานอีสานคืนถิ่นอีก 3.2 แสนคน หรือร้อยละ 80 ของแรงงานคืนถิ่น ในโลกแห่งความเป็นจริงกับการเกิดแรงงานคืนถิ่น โดยเฉพาะแรงงานอีสาน

จากข้อมูลเบื้องต้น หากมองตามความเป็นจริงทางบริบทของสังคมสู่การประกอบสร้าง ความหมายผ่านพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง มีความเชื่อมโยงบริบททางสังคมไว้ผ่านการนำเสนอเรื่องราว และเนื้อหาในมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งด้วยเช่นกัน เพราะหากสังเกตการสื่อสารของมิวสิกวิดีโอเพลงที่เผยแพร่ผ่านยูทูบในช่วงระหว่างที่ทำการศึกษาคั้งนี้ การสื่อสารความหมายเกี่ยวกับการกลับคืนถิ่นฐาน มีการหยิบยกปรากฏการณ์ทางสังคม ที่ค่ายเพลงเองใช้กลวิธีเหล่านี้ในการช่วงชิงเพื่อสื่อความหมายกับกลุ่มคนใช้แรงงาน โดยเฉพาะในการศึกษาคั้งนี้จะมีสัดส่วนของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งอีสานจำนวนมาก ด้านหนึ่งเพื่อความมุ่งหวังทางการตลาดของคนฟังเพลงที่เป็นคนอีสาน และอีกด้านหนึ่งก็สร้าง ความหมายที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงทางสังคมของแรงงานอพยพคืนถิ่นฐานด้วยนั่นเอง

(4) มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งกับการสร้างอุดมการณ์ท้องถิ่นนิยมกับคนรุ่นใหม่

ท้องถิ่นนิยม (localism) ถือเป็นมโนทัศน์ทางสังคมวิทยาในฐานะที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ซับซ้อน เต็มไปด้วยความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเกี่ยวข้องกับกลุ่มคน สถาบัน ระบบ และปรากฏการณ์อื่นๆ ทั้งยังมองว่า ท้องถิ่นเป็นประดิษฐกรรมของมนุษย์ บางครั้งไม่ได้มีเฉพาะในพื้นที่ทางกายภาพ อาจรวมถึงชุมชนอื่นๆ ออกไปด้วย เช่น ชุมชนออนไลน์ (พัฒนา กิตติอาษา, 2546: 17&44-45) โดยหากมองพื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำมาศึกษาในคั้งนี้ ก็เป็นพื้นที่ผ่านสื่อออนไลน์ที่บันทึกความหมายของผู้คนที่เข้ามาเป็นส่วนร่วมในชุมชน เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนอุดมการณ์เกี่ยวกับ

ท้องถิ่นนิยมระหว่างกัน ผ่านภาพและเสียงในมิวสิกวิดีโอ โดยจากผลการศึกษา หากสังเกตจะพบว่า พื้นที่ของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่นำมาศึกษาครั้งนี้ นอกจากด้านหนึ่งจะสะท้อนหรือบันทึกความเป็นจริงของยุคสมัยของสังคมแล้ว มิวสิกวิดีโอเหล่านี้ก็พยายามติดตั้งอุดมการณ์กับกลุ่มคนฟังเพลง โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ที่หลายเพลงกำลังเชิญชวนให้คนรุ่นใหม่หลุนหลานเห็นคุณค่าของผืนดิน การกลับไปสร้างอาชีพเลี้ยงตนในพื้นที่ของตนเอง และที่เห็นได้ชัดจากมิวสิกวิดีโอเพลง *แรงก่อนสุดท้าย* ที่ขับร้องโดยศิลปิน มนต์แคน แก่นคูน กับเรื่องราวของตัวละครของคนอีสานยุคใหม่ที่มีความฝัน และเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาเดินทางกลับถิ่นฐาน พร้อมนำความรู้ ความถนัดของตน ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารกลับไปสร้างอาชีพจากต้นทุนทางเศรษฐกิจจากท้องถิ่นของตนเอง ให้สามารถเลี้ยงชีพตนเอง และครอบครัว เป็นการสร้างนิยามความหมายของต่างจังหวัดที่จากเดิมมักเป็นสถานะคู่ตรงข้ามกับเมืองหลวง เป็นภาพของต่างจังหวัดหรือชนบทที่มีลักษณะของการผู้ถูกกระทำ แต่จากการศึกษาครั้งนี้กลับทำให้เห็นมุมมองของการตอบโต้ และความพยายามในการเปลี่ยนภาพของพลังของชนบทที่ขยายตัวและปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมด้วยเช่นกัน เป็นกระบวนการต่อต้านอำนาจคุณค่าต่อตะวันตก เพื่อสร้างความชอบธรรมต่อคุณค่าความเป็นชนบท เป็นพลังของท้องถิ่นนิยมที่มีคุณค่าและพึ่งพาตนเองได้

อย่างไรก็ดี มุมมองการมองชนบทในลักษณะนี้ นำเสนอให้เห็นถึงภาพของชนบทที่เปิดรับความเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอก ทั้งเรื่องของเทคโนโลยีการสื่อสาร และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ยังคงรักษาไว้ถึงรากฐานความงามแบบดั้งเดิมของชนบท สอดคล้องกับทัศนะการมองเรื่องท้องถิ่นของ ลีรูธมิ เสนาคำ (2547: 105-106) ที่ได้เสนอว่า แนวคิดว่าด้วยท้องถิ่นสามารถจำแนกได้สองแนว คือ ท้องถิ่นผูกมัด (local-bound) และท้องถิ่นในฐานะฐาน (local-based) โดยที่แนวคิดท้องถิ่นในฐานะฐานจะมองท้องถิ่นแบบท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น ท้องถิ่นที่สัมพันธ์และได้รับอิทธิพลจากท้องถิ่นอื่น ถูกแทรกเชื่อมทับพาด และพาดทับท้องถิ่นอื่นและส่วนอื่นของโลก โดย ธนิกานุจน์ จินาพันธ์ (2552: 32-33) ได้อธิบายว่า ปัจจัยสำคัญที่นำท้องถิ่นไปสัมพันธ์กับ

ท้องถิ่นอื่น คือ เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการคมนาคม บทบาทของการรายงานข่าวสาร ทั้งจากสถานีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสร้างพื้นที่สาธารณะเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ภาพลักษณ์ของท้องถิ่นถูกสร้างขึ้นจากอิทธิพลของการสื่อสารเป็นสำคัญและภาพลักษณ์ของท้องถิ่น ทั้งที่เป็นการสร้างขึ้นเองและถูกสร้างขึ้นต่างสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ในฐานะที่ท้องถิ่นเป็นผู้กระทำและเป็นผู้ถูกกระทำจากปรากฏการณ์ของกระแสโลกาภิวัตน์

มิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งเหล่านี้จึงพยายามตอกย้ำแนวคิดท้องถิ่นนิยมอีกครั้ง เพื่อติดตั้งอุดมการณ์เกี่ยวกับสำนึกรักบ้านเกิดผ่านการสื่อสารให้กับผู้ฟังอยู่ด้วยเช่นกัน ท่ามกลางสังคมที่กำลังเผชิญกับความไม่แน่นอนและระบบเศรษฐกิจที่กำลังหดตัวลง แต่ภาพของชนบทกลับเป็นพื้นที่ของทางกายภาพที่สอดคล้องกับที่ ภิญญพันธ์ พจนะลาวัณย์ (2567: 10) ที่ได้อธิบายไว้ว่า กระแสท้องถิ่นนิยมเริ่มขยายตัวในต่างจังหวัด ในช่วงทศวรรษ 2490 และเห็นได้ชัดในทศวรรษ 2510 อย่างไรก็ตาม กระแสท้องถิ่นนิยม/ชุมชนนิยมเติบโตหลังจบสงครามเย็น และขึ้นสู่จุดสูงสุดในช่วงทศวรรษ 2540 หลังจากพิษเศรษฐกิจ และกระแสต่อต้านโลกาภิวัตน์ที่มากับกลไกควบคุมเศรษฐกิจของชาวตะวันตก หลังจากพองสบู่แตก แต่ขณะนั้นกองทัพไม่ได้อยู่ในสมการของอำนาจ จนกระทั่งรัฐประหาร 2 ครั้ง หลังสุดในปี พ.ศ. 2549 และ ปี พ.ศ. 2557 เกิดขึ้นจากปัจจัยการควบคุมอำนาจภายในประเทศ และไม่มีภัยคุกคามทางการเมืองจากนอกประเทศอีกต่อไปแล้ว และที่สำคัญ ก็เป็นฝ่ายเผด็จการนี้เองที่อาศัยกระแสต่อต้านคุณค่าตะวันตก ความเป็นประชาธิปไตยเป็นฐานอำนาจทางการเมืองไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

(1) บทความวิชาการนี้เป็นเพียงข้อสังเกตเบื้องต้นผ่านการศึกษามิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่งที่อธิบายถึงปรากฏการณ์ทางสังคมเกี่ยวกับการคืนถิ่นฐานของแรงงาน โดยสามารถเชื่อมโยงกับบริบทความเป็นจริงทางสังคมที่นำไปสู่การศึกษา

เพิ่มเติมในอนาคต ที่สามารถต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับนโยบายหรือการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมการกลับถิ่นฐานที่สามารถเชื่อมโยงกับประเด็นของมิวสิกวิดีโอเพลงลูกทุ่ง

(2) สำหรับงานวิจัยในอนาคต สามารถต่อยอดการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นถึงบริบทของประเทศหรือภูมิภาคอื่นๆ ที่มีการส่งเสริมการกลับถิ่นฐานของแรงงาน

(3) สามารถศึกษาเปรียบเทียบการสื่อสารในประเด็นการกลับถิ่นฐานในเพลงลูกทุ่งแนวอื่นๆ เช่น ลูกทุ่งคำเมืองภาคเหนือ ลูกทุ่งสำเนียงใต้ รวมทั้งการศึกษาในประเภทเพลงอื่นๆ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ฐิรุฒิ เสนาคำ (2547), “อรชุน อปปาดูรย กับมโนทัศน์ท้องถิ่นข้ามท้องถิ่น (Translocalities)”, *รัฐศาสตร์สาร*, 25(1): 103-149.
- ทับทิม ทับทิม (2554), “ลูกทุ่งหรือลูกกรุง?: ความเป็นเมืองในชนบทไทย”, *วารสารสังคมวิทยา มานุษยวิทยา*, 30(2): 137-154.
- ธนิกาญจน์ จินาพันธ์ (2552), *โลกาภิวัตน์วัฒนธรรม: สื่อกับท้องถิ่นนิยมในวรรณกรรมไทยร่วมสมัย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัฒนา กิตติอาษา (2546), *คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*, กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พันธกานต์ ทานนท์ (2561), “พัฒนาการของภาพผู้หญิงชนบทพลัดถิ่นในเพลงลูกทุ่ง”, *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 12(2) :151-174.
- พิมพ์ชญา พักเปี่ยม และกิตติ กันภัย (2554), “กระบวนการสร้างความหมายและความเป็นจริงทางสังคมในตรรกะการบริโภคในเพลงลูกทุ่งไทยยอดนิยม”, *วารสารนิเทศศาสตร์*, 29(2):18-34.
- ภิญญพันธุ์ พจนะลาวัณย์ (2567), *ต่างจังหวัดในแดนไทย: การควบคุมพื้นที่ ความรู้ และความทรงจำนอกกรุงเทพฯ*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- วิทยา ศักยาภินันท์ (2545), “มนุษย์นิยมในปรัชญามาร์กซ์”, *วารสารมนุษยศาสตร์*, 10(10): 40-50.
- ศิริพร กรอบทอง (2547), *วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย พ.ศ. 2481-2535*, กรุงเทพฯ: พันธกิจ.
- สมสุข หินวิมาน (2559), “แนวคิดด้วยชุมชน และความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับการพัฒนาชุมชน (หน่วยที่ 4)”, ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารชุมชน หน่วยที่ 1-5*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สามชาย ศรีสันต์ (2563), *บทสำรวจวาทกรรมชนบทและบ้านนอกในความเป็นไทย: รื้อ-สร้าง-ทบทวน สำนักและมายาคติต่อความขัดแย้งและความเหลื่อมล้ำของชนบทกับเมือง ตั้งแต่ไพร่ ขาวนา คนเสื้อแดง ถึงชนชั้นกลางใหม่*, กรุงเทพฯ: สมมติ.
- สุภัทร แก้วพัตร (2546), *การตั้งชื่อเพลงลูกทุ่งระหว่างปี พ.ศ. 2540-2545*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (2545), “มิวสิกวิดีโอ: เต็มใจจะเจ็บ แต่ไม่เคยเข็ดในรัก”, ใน *กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (บ.ก.), สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ*, กรุงเทพฯ: ออล อเบอร์ท์ พรินต์.
- อิทธิเดช พระเพชร และเชาวฤทธิ์ เชาวน์แสงรัตน์ (2562), “เพลงลูกทุ่งไทยในบริบทจักรวรรดินิยม (พ.ศ. 2500-2530): การสื่อสารภาพแทนความเป็นไทยที่ยังไม่ถูกสร้าง”, *วารสารนิเทศศาสตร์*, 37(1): 59-69.

สื่อออนไลน์

- จตุรงค์ นภากาศ (2565), “ตลาดแรงงานต้องปรับตัวอย่างไร เมื่อมนุษย์เงินเดือนส่วนใหญ่ยังลาออกต่อเนื่อง”, สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2567 จาก <https://tu.ac.th/thammasat-260965-tbs-expert-talk-the-great-resignation>
- แนวหน้า (2564), “เพลงลูกทุ่ง เรื่องเล่าชีวิต แรงงานชนบทดิ้นรนในต่างถิ่น”, สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2567 จาก https://www.naewna.com/local/605193#google_vignette
- บุญญวิชัย เศรษฐ์สมบูรณ์ และคณะ (2566), “แรงงานอีสานคืนถิ่น กลับไปพื้นที่เศรษฐกิจเดิมมากน้อยแค่ไหน. สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ธนาคารแห่งประเทศไทย”, สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2567 จาก https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/article/regional/2023/2566_RL_04_Return_migrants_northeastern.pdf
- สุริย์พร พันพื้ง (2564), “วิกฤตโควิด-19 กับความเป็นเมือง, ประชากรและการพัฒนา”, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2567 จาก <https://ipsr.mahidol.ac.th/wp-content/uploads/2022/03/Report-File-668.pdf>

มิวสิกวิดีโอ

- แกรมมี่ โกลด์ ออฟฟิเชียล (2563), *แรงก่อนสุดท้าย - มนต์แคน แก่นคูน* [MUSIC VIDEO], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=3PAiXAXnHyc>
- เจมส์ จตุรงค์ ออฟฟิเชียล (2565), *คิดฮอดบ้านเฮา - เจมส์ จตุรงค์* [OFFICIAL MV], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก https://www.youtube.com/watch?v=uEFATYEI_1k
- แจ๊ค ลูกอีสาน (2565), *คืนเมื่อบ้านเฮา - แจ๊ค ลูกอีสาน* [OFFICIAL MV], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=m56sXk9SBto>
- บังเอิญ มิวสิค (2563), *กลับบ้าน (ท๊อบท๊อบ) - บ๊อค ศุภกาญจน์_Underground* [Official Music Video], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=j1ls8PI2E28>
- ภูไทมิวสิค (2566), *เมื่อยามบ้านเฮา - กิ๊บสัน รังสรรค์* [MUSIC VIDEO], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก https://www.youtube.com/watch?v=CM9JW_TtzUk
- อาร์สยาม (2564), *ซอมทาง - เบิ้ล ปทุมราช อาร์สยาม* [OFFICIAL MV], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=6nfixcTI-gI>
- ฮักแพงเร็คคอร์ด (2564), *คืนเมื่อ - เอกทวี วีระพันธ์ Feat. หญิง อารีญา* [Official MV], สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2567 จาก <https://www.youtube.com/watch?v=SIImFnJTMzJw>